

La noticia hoy

Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología

Stella Martini y Marcelo Pereyra (Comp.)

CAP. 1: Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI.

Seminario ¿Qué se esconde
detrás de las noticias?

Mueve Argentina

Somos sociedades mediatizadas

Las prácticas sociales se transforman por la acción de los medios de comunicación masiva, que habitan una multiplicidad de soportes generando una circulación continua de información.

Las
noticias

Se
perciben
como

Lo que
pasa

Y generan así la ilusión de una visibilidad completa del mundo,
pero **MAYOR VISIBILIDAD ≠ TRANSPARENCIA**

Transformaciones en la noticia



Sociedad, medios, mercado

Históricamente las NOTICIAS sobre DELITOS eran las que lanzaban al MUNDO PÚBLICO, pormenores del MUNDO PRIVADO.

AHORA

Esto ocurre con TODAS LAS NOTICIAS.

Debido a:

- La tecnología
- La cultura
- Las expectativas sociales
- Las políticas globales

Existe una nueva forma de informarse

Los años '80 y los años '90 en la Argentina

La
globalización
económica

tuvo efectos sobre

La
información

Porque

- La mercantilización de los bienes culturales
- La hiperconcentración empresaria
- La precarización del trabajo periodístico

transformaron

- La producción
- La recepción
- Y la circulación de

Ahora, en el siglo XXI

Los discursos
públicos
del PODER
ocultan su
IDEOLOGÍA

detrás de la

Nueva UTOPIA
COMUNICACIONAL
de la TECNOLOGÍA

- Universal
- Ubicua
- Multitemporal
- Igualadora

La brecha digital



En esta sociedad la voz dominante de la concentración mediática auspicia:

- Hiperinformación y contaminación de datos
- Infodiseño
- Convergencia y sinergia
- Sistemas inteligentes y su respectivo control social
- Reconversión y formalización digital de la cultura
- Cambios en las relaciones entre lo fáctico y lo simbólico
- Dispositivos de simulación y representación
- Crisis de saberes e instituciones de la modernidad

Y al mismo tiempo
anula el disenso
y construye
un modelo único
(económico y cultural)
de vivir la realidad.

Información y poder político

Dijo Raúl Alfonsín, en su discurso antes la inauguración de la Biblioteca Saguier del 13-02-1987:

Hay un deporte favorito de muchos medios importantes, el perverso deporte de desalentar a los argentinos, de hacer caer los brazos a los argentinos; si se habla de las cosas grandes de la República... se nos dice que nos escapamos de la realidad y si hablamos de las cosas pequeñas, cotidianas..., se nos dice que nos ocupamos de lo trivial, nada más que destrozar este espíritu y este ánimo nuevo que reclama la Argentina en su pueblo... Yo les pido que vean el Clarín, que se especializa en titular de manera decidida como si realmente quisiera hacerle caer la fe y la esperanza al pueblo argentino... Pero léanlo, porque de la manera falaz que está presentada la noticia de una disminución de la desocupación en la Argentina es un ejemplo vivo contra lo que tenemos que luchar los argentinos”

En paralelo a Clarín, hicieron y hacen lo mismo, articuladamente:

- La red O Globo en Brasil,
- Cisneros en Venezuela,
- Televisa en México,
- News Corp de Rupert Murdoch en los Estados Unidos,
- y muchos otros en todos los países de América Latina.

Información y poder político

LA INFORMACIÓN

Es un capital en el campo del juego político.

Es controlada en AGENDAS que: Ocultan o deforman datos y hechos
Enfatizan o directamente inventan hechos

Está hegemonizada en Medios hiperconcentrados que:

- Forman alianzas económico-culturales continentales
- Ocupan el lugar de voz legítima
- Se erigen en defensores de la democracia
- Afirman su imparcialidad desde una presunta independencia del poder político.

El periodismo, las noticias y la sociedad



Un decálogo posible del acceso a la información en la actualidad

1. Se han transformado y se siguen transformando los modos de la ATENCIÓN de la ciudadanía.
2. Las noticias se reciben en los más diversos lugares y dispositivos, y esto afecta a la lectura.
3. Se suele consumir información sin haberla buscado, por hallazgo en plataformas digitales.
4. Más acceso a internet no implica necesariamente más acceso a información de interés público.
5. En un mismo flujo llegan a lxs usuarixs: Noticias, juegos, entretenimiento, ficción, conversaciones interpersonales, etc.
6. Esto afecta nuestra concepción de la novedad, que es la marca primera de todo acontecimiento periodístico.
7. La ficción otros géneros también informan, aunque de otros modos.
8. El comentario y el rumor influyen en la opinión pública.
9. Predomina un interés flotante por la información periodística, que induce a muchxs ciudadanxs a votar sin saber de qué se trata o registrando las noticias de modo acrítico.
10. La ciudadanía suele tomar decisiones desde un juicio del gusto, lo que gusta se convierte en lo correcto, pero el gusto es una construcción no sólo estética sino también cultural. No es natural la construcción del gusto sino social.

El gusto y el consumo de noticias

El consumo de noticias incluye una vasta diversidad y diferenciación en el gusto por:

- El soporte de recepción
- El medio de comunicación
- El tema
- La visión de mundo que exprese
- El o la periodista que informe
- Las modalidades discursivas utilizadas

El objetivo de este texto

Desarmar la compleja trama de consensos entre producción y reconocimiento de los mensajes noticiosos que el marketing tiende a generalizar simplificando el gusto, el interés y la capacidad de lectura política de los públicos.

PRODUCTORES

En esta relación se atraviesan:

- LA POLÍTICA
- EL MERCADO
- LA NOVEDAD TECNOLÓGICA

PÚBLICO

Acontecimiento: La carga de noticiabilidad

Estamos en medio de una profunda transformación de los valores atribuibles al ACONTECIMIENTO PERIODÍSTICO para convertirse en NOTICIA.



¿Qué es entonces la NOTICIABILIDAD?

LA NOTICIABILIDAD

Es terreno y contexto para la imposición de un sentido de actualidad.

No responde a un valor universal, sí a un valor político y particular.

Sus condiciones:

1. Perceptibilidad
2. Comunicabilidad del acontecimiento

exhibe

debe ser

- Ruptura interesante de un modo social de vivir la cotidianidad.
- Diferencia que corta lo habitual con lo disruptivo.
- Cultural, porque remite al imaginario

Valores de noticiabilidad:
Novedad
Gravedad
Sujetos implicados (calidad y cantidad)
Proximidad
Interés
Incumbencia
Efectos sobre la sociedad

La ruta del escándalo

EL
ACONTECIMIENTO

+

LA VELOCIDAD DE
LA NOVEDAD

+

ESPECTACULARIDAD

Escándalo y denunciismo
como valores fundamentales de la noticia

La instalación del escándalo muy grave promueve una realidad INVIVIBLE. El tipo ideal de acontecimiento escandaloso se hace marco cognitivo del reconocimiento de la actualidad.

Las noticias, las fuentes, el sensacionalismo

EL ACONTECIMIENTO

nos llega a través de

LAS FUENTES
INFORMATIVAS

que tienen una relación
siempre compleja con

LXS PERIODISTAS

que realizan

LA NOTICIA



- Son también actores directxs o indirectxs del acontecimiento.
- Se mueven entre lo que sucedió, lo que sucede y lo que sucederá. Eso les da legitimidad.
- Son la voz autorizada
- La más novedosa e inagotable fuente informativa en esta era es INTERNET.

¿Y la pretensión de objetividad?

EL MARCO INTERPRETATIVO

tiene una relación estrecha con

EL DATO DE LA FUENTE

en esa relación
se produce

LA LEGITIMACIÓN DEL ACONTECIMIENTO

en la que se omite la fuente (!)

Se puede diluir la función de la fuente confiable a través de rumores y/o filtraciones ilegales.

Y ASÍ

LOS ORÍGENES DE UNA NOTICIA PUEDEN ESTAR EN UNA MENTIRA

Objetividad vs. Heterogeneidad

“Los grandes medios proclaman la vocación de objetividad. Siendo la noticia una versión de los acontecimientos, su crónica, el producto de la construcción social de la realidad, la objetividad es una posición que se diluye con imposible. Como no se puede escapar de la propia manera de ver el mundo al explicarlo, se entiende que la objetividad es el necesario extrañamiento que debe poner en marcha todo periodista para asegurar una mirada despojada de prejuicios y valoraciones para lograr una versión cercana a la “verdad” de qué sucedió.

El sentido común, tradicionalmente, se asienta en el reconocimiento de los comportamientos como únicos porque todos piensan (pensarían) igual.

Por eso el peligro de la objetividad periodística, que resulta un marco interpretativo para el sentido común. Asegura McQuail que finalmente tal vez la objeción más fundamental (a la objetividad) sea que NO existe ninguna realidad objetiva “allí afuera” acerca de la cual informar: lo mejor que se puede esperar son solo distintas versiones de un conjunto heterogéneo de impresiones. Ningún relato de la realidad puede tener la exclusividad de la corrección o la exhaustividad, salvo en la más trivial de las circunstancias...

Como si esto no fuera suficiente, al parecer, tampoco existe un lenguaje neutral con el que brindar un relato objetivo de la realidad, aun si aceptáramos que ella existe”

Sensacionalismo argumentativo

EL SENSACIONALISMO

Es un recurso discursivo propio de la prensa popular, que enfatiza en el sufrimiento, la crueldad, la sangre, la conmoción emotiva y que exhibe victimizaciones, padecimientos y apela a la compasión.

De manera similar a cómo se propone la noticia sobre el delito, ahora se invita al lector o a la audiencia a abordar la realidad en su totalidad, quitando el énfasis sobre el valor de la política y poniéndolo en lo que significa montar escándalos.

El sensacionalismo argumentativo causa un impacto no solo en el territorio de las emociones y los temores más primarios sino que es construido por la prensa en general atravesado por una razón que escandaliza, una indignación que apela a que todos deberían entender que cierta política o ciertos actores sociales son deleznable.

Otra vez la arquitectura de los sentimientos

El TIEMPO señala la RELEVANCIA del ACONTECIMIENTO narrado.
Es más NOTICIA aquella que sucede cerca en el tiempo del público peeeero...

“Toda proximidad peligrosa se hace más siniestra cuando hay coincidencia de relojes. Por eso, el modo en que los relojes se fijan en el presente, que no es sólo un instante sino que se alarga en la noticia a veces de modo interminable, intolerable. El presente se hace presente continuo cuando la noticia alarma, atemoriza o instala el peligrosismo, asegurando que el riesgo no cesa.”

Así, la construcción arquitectónica de la **IRA** convierte a la opinión pública en grito desaforado y a la vez la inoculación del **MIEDO** intenta dejarnos atrapadxs en un presente intolerable de riesgo continuo.

El tiempo y las series

La imagen audiovisual en vivo (ya sea en la televisión o en las plataformas digitales), es la máxima construcción de verdad.

La inmediatez le ganó a la construcción de la noticia.

LA SERIALIZACIÓN

- Clasificación de las noticias que permiten al lector apelar a un contexto determinado de noticias previas.
- Las clasificaciones y sus jerarquías - y por tanto las agendas - van rearmándose según intereses del público y del medio, se reconstruyen en el tiempo por el modo en que los sucesos se hacen series novedosas.
- Ejemplos: Las series sobre el alto nivel del desempleo, la violencia contra las mujeres, los cambios climáticos, la crisis de la política tradicional, los desafíos tecnológicos, etc.
- La serialización GARANTIZA la instalación de una agenda.

Las series y el riesgo de la repetición

LA REPETICIÓN
EN LAS SERIES

aporta a

LA INDIFERENCIACIÓN

LA GENERALIZACIÓN

Entonces así:

- Todas las muertes
- Todos los actos represivos
- Todos los abusos
- Todos los ajustes económicos...

APARECEN COMO IGUALES

La NOTICIA hoy

LA NOTICIA

- 1) Es una de las principales articuladoras de esta etapa histórica entre la INFORMACIÓN, la COMUNICACIÓN y las CULTURAS.
- 2) Ha mutado aunque conserva su sentido tradicional, ser el acceso al conocimiento del mundo, la construcción social de una imagen de la actualidad, moviéndose en el tiempo.
- 3) Es hoy lo que está sucediendo en una serie temporal y significativa que parece instalarse aun paradójicamente en un siempre presente de novedades, conflictos y espectáculo y, entre el pasado en cuya trama se alimenta, va ordenando el presente en una contexto económico y político que no es el deseado para la pluralidad de voces y el acceso a toda la información necesaria.

Los dos periodismos

A UNXS:

- LXS RIGE UN PODER QUE EMANA DE LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA
- HACEN PERIODISMO DE GUERRA
- SON EMPLEADOS PRIVILEGIADOS DE SU EMPRESA
- ACEPTAN LA CENSURA DE SU PROPIA NOTICIA
- OBEDECEN ÓRDENES
- PRODUCEN UNA FUERTE ESPECTACULARIZACIÓN DE LO QUE SUCEDE
- PONEN EN JAQUE AL INTERÉS PÚBLICO Y A LA DEMOCRACIA
- ENUNCIAN LA MENTIRA SIN TEMOR A LA JUSTICIA
- CON DESINFORMACIÓN O HIPOINFORMACIÓN, CONTAMINAN LA GESTIÓN CIUDADANA Y QUIEREN CONVERTIR A LAS SOCIEDADES EN DESCREÍDAS, INDIVIDUALISTAS Y DISCRIMINATORIAS.

A OTRXS:

- FORMADOS EN UNA SÓLIDA TRADICIÓN HISTÓRICA DE LA ARGENTINA, SON UN PERIODISMO LUCHADOR
- INTERPELAN A UNA CIUDADANÍA QUE SE SIENTE DUEÑA DE LA SOBERANÍA Y CUSTODIA DE LA DEMOCRACIA, UN PUEBLO QUE ESTÁ DE PIE
- SE ESFUERZAN POR SALIR DE LA “ESPIRAL DEL SILENCIO”
- PROMUEVEN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LA INCLUSIÓN
- PRODUCEN INFORMACIÓN SOCIALMENTE NECESARIA
- BUSCAN LA VERDAD Y LA COEXISTENCIA PAA EL TRABAJO CREATIVO, MANCOMUNADO, SOLIDARIO