

Eugenia Mitchelstein
Pablo Javier Boczkowski
(Compiladores)

Titulares, hashtags y videojuegos
La comunicación en la era digital

MANANTIAL
Buenos Aires

Mitchelstein, Eugenia

Mitchelstein y Boczkowski : Titulares, hashtags y videojuegos : la comunicación en la era digital / Eugenia Mitchelstein ; Pablo J. Boczkowski ; compilado por Eugenia Mitchelstein ; Pablo J. Boczkowski. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Manantial, 2017.

256 p. ; 23 x 15 cm.

ISBN 978-987-500-220-3

1. Periodismo de Investigación. I. Boczkowski, Pablo J. II. Mitchelstein, Eugenia, comp. III. Boczkowski, Pablo J., comp. IV. Título.
CDD 070.44

Diseño de tapa: Eduardo Ruiz

© 2017, Ediciones Manantial SRL
Avda. de Mayo 1365, 6° piso
(1085) Buenos Aires, Argentina
Tel: (54-11) 4383-7350 / 4383-6059
info@emanantial.com.ar
www.emanantial.com.ar

Impresos 1000 ejemplares en enero de 2017 en
Talleres Gráficos Leograff,
Rucci 408, Valentín Alsina,
Argentina

Hecho el depósito que marca la ley 11.723
Impreso en la Argentina

Prohibida la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Índice

Prólogo. La pluralización de los estudios sobre medios y sociedad	9
Crisis y posprofesionalismo en el periodismo contemporáneo <i>Silvio Waisbord (George Washington University)</i>	17
Diseminando ando. La obsesión de los canales de TV por distribuir noticias en Twitter. El caso de CNN en Español, Univisión Noticias, Caracol Noticias y CityTV <i>Víctor García-Perdomo (University of Texas at Austin y Universidad de La Sabana, Colombia)</i>	35
El argumento como dato <i>Lila Luchessi (UNRN/UBA/UdeSA)</i>	53
Sobre viejas y nuevas pirámides. La superestructura informativa en los diarios <i>online</i> <i>Silvia Ramírez Gelbes (Universidad de San Andrés/ Universidad de Buenos Aires)</i>	67
Del matonaje al <i>bullying</i> . El papel de los medios de masas en la constitución de la violencia escolar como realidad cotidiana en Chile <i>Fernando A. Valenzuela (Universidad Andrés Bello), Claudio Ramos Zincke (Universidad Alberto Hurtado)</i>	83
Chequeando a Chequeado. Reflexiones sobre la verificación del discurso público en la Argentina polarizada	

<i>Martín Becerra y Santiago Marino</i> (<i>Universidad Nacional de Quilmes</i>)	105
Interés, información e ideología. La agenda de los medios y la atención del público en la campaña presidencial de 2011 <i>Eugenia Mitchelstein (Universidad de San Andrés);</i> <i>Pablo J. Boczkowski (Northwestern University)</i>	121
La imagen de los candidatos. Un análisis de la función discursiva y el tópico dominante en las campañas electorales de Argentina 2011, México 2012 y Venezuela 2012 <i>Natalia Aruguete (CONICET y Universidad Nacional</i> <i>de Quilmes)</i>	135
Variaciones en la legislación de medios en América Latina y sus determinantes <i>Philip Kitzberger (UTDT/CONICET)</i>	149
¿Quién domina la escena? La relación entre los gobiernos del Frente Amplio y las empresas mediáticas en Uruguay (2005-2015) <i>Iván Schuliaquer (UNGS-CONICET/Sorbonne Nouvelle)</i>	167
Sobre máquinas de enseñanza y extracciones de mercado. Lecciones sobre el trabajo del conocimiento global y las historias silenciadas de las tecnologías educativas <i>Anita Say Chan (Universidad de Illinois)</i>	183
Videojuegos. Contraflujos y mercados emergentes. Dos casos latinoamericanos <i>Enrique Uribe-Jongbloed (Universidad del Norte, Colombia),</i> <i>Hernán D. Espinosa-Medina (Universidad de La Sabana,</i> <i>Colombia), Sergio Roncallo-Dow (Universidad de La Sabana,</i> <i>Colombia)</i>	205
La construcción cotidiana del “capital digital”. Tecnologías digitales de comunicación y prácticas de mediación cultural en el Chile contemporáneo <i>Arturo Arriagada (Universidad Adolfo Ibáñez)</i>	219
Referencias bibliográficas	233
Autores	253

Prólogo

La pluralización de los estudios sobre medios y sociedad

Esta selección es producto del Congreso Inaugural del Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad, que tuvo lugar en Argentina el 27 de noviembre de 2015. La invitación abierta tuvo una respuesta de más de 40 propuestas de 7 países (Alemania, Argentina, Chile, Colombia, Estados Unidos, Malasia y Perú), de las cuales fueron seleccionadas 12 para su presentación y discusión. Estos artículos presentan una selección diversa y abarcativa sobre las transformaciones en el sector de medios y cultura –entendido de manera amplia, desde los diarios hasta Twitter, y desde los spots electorales a los videojuegos– y sobre los abordajes teóricos y metodológicos más recientes en las ciencias sociales.

La característica preponderante de estas ponencias es la fuerte tendencia hacia una pluralización de los estudios sobre medios y sociedad. Esta tendencia se manifiesta en al menos cinco dimensiones clave: marcos teóricos, métodos, soportes materiales, objetos de estudio y tipos de preguntas. Esta pluralización multidimensional se corresponde con un período de expansión y afianzamiento de los estudios sobre medios y comunicación en América Latina. Los artículos presentados parten de la indagación a los medios para hacer contribuciones al amplio campo de las ciencias sociales, y enfocan preguntas comunes a diversas disciplinas en medios de información y comunicación, entendidos como “los medios sociotécnicos que dan soporte y facilitan la expresión cultural mediada, la interacción personal y la producción y circulación de bienes y servicios de información” (Boczkowski y Lievrouw, 2008: 949). Este doble juego entre medios y sociedad, presente en esta compilación así como en otros estudios, recuerda la frase de Thompson (1995: 3): “Si queremos comprender la naturaleza de la modernidad –esto es, de las características institucionales de las sociedades modernas y las condiciones de vida crea-

das por ellas— entonces debemos otorgarle un rol central al desarrollo de los medios de comunicación y su impacto”.

La diversidad de teorías sobre la que se basan los trabajos presentados da cuenta de la riqueza del campo de estudios sobre la comunicación. Por ejemplo, Valenzuela y Ramos Zincke se ubican en el cruce de los estudios entre ciencia y tecnología, y las ciencias de la comunicación (Boczkowski y Lievrouw, 2008), y parten de la teoría del actor-red (Latour, 2008) para explorar cómo los medios de masas adquirieron eficacia performativa en la construcción del *bullying* como objeto de atención del público y regulación gubernamental a partir de 2006 en Chile. En su ponencia, Valenzuela y Ramos Zincke analizan cómo el *bullying* se constituyó como objeto social a partir del agenciamiento sociotécnico de cuatro momentos clave. Primero, la conformación de redes académicas internacionales a fines de la década de 1990, que proveyeron a los medios de comunicación de masas de un modo de organizar y llamar a esta experiencia. Segundo, la publicación de encuestas sobre violencia escolar. Tercero, la sanción de la Ley sobre Violencia Escolar en 2012. Cuarto, las prácticas de fiscalización de la Superintendencia de Educación.

En todas estas instancias, el *bullying* se constituye como objeto de preocupación social, y los medios acompañan y refuerzan este proceso.

Uribe Jongloed, Espinosa Medina y Roncallo Dow, en su ponencia, parten de otras teorías sobre la apropiación sociotécnica para estudiar el desarrollo de videojuegos en América Latina. Proponen el concepto de transducción cultural, o sea, las actividades diseñadas para adaptar o modificar productos de acuerdo con las diferencias que se percibe que existen entre mercados (Carlson y Corliss, 2011), para estudiar las estrategias de producción y localización de dos videojuegos: *Kingdom Rush* en Uruguay y *Chavo Kart* en Colombia. Encuentran que la introducción de elementos intertextuales funciona de manera estratégica, ampliando la aceptabilidad del producto en mercados más amplios.

Schuliaquer toma una tradición de larga data en el estudio de los medios de comunicación en América Latina —la economía política de los medios— para analizar por qué en Uruguay, a diferencia de otros países de América Latina, no hubo ruptura en la relación entre gobiernos y medios de comunicación privados. Su trabajo, basado en entrevistas con actores clave, explica que esta diferencia se debió a la estabilidad del sistema político y del sistema mediático, el peso de los partidos políticos y del Estado, y con la legitimidad con la que cuentan las figuras políticas en el campo mediático en Uruguay.

La variedad de los métodos de estudio utilizados por las ponencias también indica que el campo de los estudios sobre medios y sociedad en

América Latina está en un momento de expansión. Kitzberger examina las variaciones en la legislación de medios en América Latina, a través de un estudio comparativo de las condiciones necesarias para los diferentes resultados obtenidos por las propuestas de reforma para la regulación de medios en América Latina. Identifica que el fracaso de las reformas en Chile y Brasil se debe al rol de los grandes grupos mediáticos y los acuerdos entre fuerzas políticas necesarios para gobernar, mientras que la sanción de leyes de servicios audiovisuales en Argentina y Uruguay, dentro del marco de los estándares internacionalmente aceptados, se puede explicar por el lugar de la sociedad civil en la lucha por la libertad de expresión tras las experiencias dictatoriales. Finalmente, las reformas de leyes de medios orientadas al control de contenidos en Bolivia, Ecuador y Venezuela están relacionadas con la ausencia del *issue* de los derechos humanos en los reclamos de la sociedad civil, y, en Bolivia y Ecuador, con la presencia de reivindicaciones étnico-identitarias.

Mitchelstein y Boczkowski adoptan una aproximación más micro a los procesos político-mediáticos, y examinan las preferencias noticiosas de consumidores y editores durante la campaña presidencial argentina de 2011. A través del análisis cuantitativo de contenido, encuestas y entrevistas en profundidad, concluyen que la ciudadanía mantuvo el interés en noticias sobre política y economía mientras el resultado de la elección era incierto, pero cuando las primarias de agosto anticiparon de manera casi inevitable la victoria de Cristina Fernández, la atención en estos temas decayó en la mayoría de las audiencias.

Las relaciones entre medios de información y comunicación, mercado y gobierno se extienden al ámbito de la educación. En su estudio sobre la adopción de tecnología de la educación (EdTech), Say-Chan hace una etnografía de los foros de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) para el desarrollo y la educación en América Latina, y particularmente en el Perú. Su estudio se propone explicar cómo los dispositivos para la enseñanza como *One Laptop per Child* permiten que se extienda la lógica del mercado a públicos globales y diversos, y concluye que, en este proceso, las comunidades en las que los dispositivos son introducidos se arriesgan a perder sus objetos y espacios culturales y prácticas dialógicas.

Computadoras portátiles, videojuegos y sitios de noticias son solo algunos de los soportes materiales examinados en estos capítulos, y esta multiplicación de soportes materiales también avala la noción de la pluralización de los estudios sobre medios y sociedad. Sin embargo, esta innovación permite a los investigadores no solo revelar tendencias novedosas sino también la persistencia de prácticas y fenómenos anclados en

la cultura mediática del siglo XX. Víctor García Perdomo hace un análisis de las cuentas en Twitter de cuatro canales de noticias de Estados Unidos y Colombia, y encuentra que la mayoría de su actividad en esta red social muestra una fuerte inclinación por la distribución de contenidos y por la promoción de programación asincrónica, más que por la interacción con los usuarios y las transmisiones en vivo. Estos hallazgos sugieren que los medios adaptan las nuevas tecnologías a sus prácticas tradicionales de producción.

Ramírez Gelbes también encuentra rasgos de continuidad en su estudio de la estructura narrativa de las noticias publicadas en diarios *online* de Argentina. A pesar de las predicciones de la aparición de una nueva estructura hipertextual en reemplazo de la pirámide invertida tradicionalmente utilizada por el periodismo de gráfica, el análisis indica que la mayoría de los artículos estudiados se encuentran todavía demasiado aferrados a los patrones estructurales clásicos.

La combinación de elementos tradicionales con elementos innovadores se hace presente en la ponencia de Aruguete, que examina los spots de campaña de candidatos victoriosos en las elecciones presidenciales de 2011 y 2012 en Argentina, México y Venezuela, transmitidos principalmente a través de la televisión. El capítulo concluye que, contrariamente a lo especificado por estudios preexistentes sobre comunicación política, los tópicos “carácter e imagen de los candidatos” y “propuestas políticas” coexisten en la mayoría de los spots.

La diversidad de marcos teóricos, métodos y soportes está acompañada por la variedad en los objetos de estudio. Arriagada analiza el desarrollo del capital digital a través del estudio de las prácticas de un grupo de fans de la música independiente en Santiago de Chile. A través de una aproximación etnográfica, encuentra que el valor asociado al uso de las TICs resulta tanto de las habilidades técnicas que desarrollan las personas en torno a ellas, como de las representaciones culturales que hacen los usuarios de los flujos de información a los que acceden a través de Internet y las redes sociales. Este hallazgo permite examinar el rol que desempeñan los usuarios en la producción y difusión de contenido simbólico en el mercado.

Luchessi, en su estudio sobre los medios *online* de la ciudad de Viedma, encuentra que las prácticas industriales de construir información están sujetas a nuevas formas de producir y consumir información. Cuando el tráfico del sitio de noticias marca el ritmo de las actualizaciones y los tiempos, muchas veces no alcanzan para procesar datos, los periodistas trabajan sin ellos, reemplazando los datos por argumentos. Las prácticas en torno a los datos también son parte del objeto de estudio de la

ponencia de Becerra y Marino, que examinan la intervención en el espacio público de Chequeado, una organización verificadora de datos en Argentina, y reflexionan sobre el impacto y los condicionantes de la experiencia. Encuentran que Chequeado tiene independencia editorial a la hora de elegir los temas a verificar y el ángulo desde el cual se abordan, aunque tiende a concentrarse en verificar contenido y declaraciones publicados por medios de comunicación tradicionales. Esto potencia el impacto de lo producido por la organización, a la vez que acota, por otro lado, la posibilidad de trabajar con una agenda propia de temas.

La multiplicidad de enfoques está expresada en los diversos tipos de preguntas que las ponencias buscan responder. ¿Cómo se reinventan la producción de noticias y del entretenimiento? ¿Cómo cambian las formas de narrar y la relación con las audiencias? ¿Cómo influyen los cambios en las TICs en los procesos electorales y educativos? ¿Cómo se articulan gobiernos y medios frente a estas transformaciones?

El artículo de Waisbord, quien brindó la conferencia de apertura del Congreso, se centra en la subsistencia del periodismo, en pleno resquebrajamiento de su posición como institución central en el flujo diario de noticias, información y opinión pública. En este contexto, propone Waisbord, el periodismo ya no monopoliza la producción y distribución de noticias y opinión. Sin embargo, esta desintermediación de la información no implica el eclipse del periodismo, ya que los periodistas tienen ventajas que no son compartidas por otros actores: capacidad para seleccionar, producir, editar y organizar información regularmente y reconocimiento para proveer noticias que ayuden a navegar complejas y fragmentadas ecologías informacionales.

Dentro de esta pluralidad teórica, metodológica, de soportes materiales, objetos de estudio y preguntas de investigación, la organización del libro refleja similitudes y diferencias en dos ejes fundamentales: el foco puesto en objetos como noticias y bienes culturales, por un lado, y en prácticas y entornos como producción, circulación y contexto institucional, por el otro.

La sección sobre noticias y bienes culturales refleja un campo de estudios en una encrucijada entre la tradición y el cambio, como sugiere la comparación entre el artículo de Ramírez Gelbes, en el que el análisis de información *online* indica que las nuevas estructuras narrativas no desplazan la histórica pirámide invertida, y la ponencia de Luchessi, que examina cómo, en redacciones sobreexigidas por la velocidad, el dato, unidad básica de la producción periodística, es reemplazado por el argumento. Los medios de noticias buscan adaptarse a los nuevos dispositivos de comunicación, como las redes sociales, pero como sugiere la investi-