

EL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN EN LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA

Por Esdenka Sandoval
Licenciada en Comunicación Social,
Facultad de Periodismo y Comunicación Social,
Universidad Nacional de La Plata.

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar las prácticas profesionales en el contexto del periodismo de la convergencia, sus aspectos más sobresalientes y controvertidos, desde una aproximación exploratoria y provisoria. El análisis se sitúa en la actualidad de nuestro país, signada por lucha de los comunicadores por la plena aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Social.

Este contexto demanda la problematización del escenario comunicacional, donde los procesos de circulación de contenidos son el gran campo de batalla. Ante la instalación de la convergencia mediática, los periodistas tienden a dividirse en dos sectores: los resistentes al cambio que se sienten amenazados y, los promotores, que la consideran una oportunidad para mejorar su situación profesional. Desde nuestra perspectiva, nos propusimos aproximarnos y profundizar en este proceso multidimensional que comenzó hace casi tres décadas en los países europeos y que en la Argentina, aún es una problemática reciente.

Palabras clave

Comunicación social - Convergencia - Periodismo - Multimedial - Ejercicio periodístico

Summary

The aim of this paper is to analyze the professional practices of journalism in the context of convergence, its most outstanding and controversial, from an explora-

tory approach and provisional. The analysis is at present in our country, marked by struggle communicators full implementation of the Law on Social Communication Services.

This context demands communication problematization stage, where the processes of circulation of content are the great battlefield. Before installation media convergence, journalists tend to be divided into two sectors: the resistant to change who feel threatened and developers, who consider it an opportunity to improve their professional status. From our perspective, we decided to investigate this approach and multidimensional process that began nearly three decades in European countries and in Argentina, is still a recent problem.

Keywords

Social communication - Convergence - Journalism - Multimedial - Journalistic exercise

El objetivo de este artículo es analizar las prácticas profesionales en el contexto del periodismo de la convergencia, sus aspectos más sobresalientes y controvertidos, desde una aproximación exploratoria y provisoria.

En este sentido, se vuelve necesario indagar en el enfoque teórico abordado respecto de la convergencia mediática. Es decir, ¿de qué hablamos cuando nos referimos a la convergencia mediática? Ramón Salaverría y José Alberto García Avilés en su artículo “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”, la definen como “un proceso multidimensional”. Se trata de un fenómeno de múltiples dimensiones que afectan tanto al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, configurando nuevas prácticas en el ejercicio de la comunicación.

De acuerdo a los autores consultados, la convergencia mediática de los medios de comunicación es entonces, un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, al empresarial, al profesional y a la editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.

Esta definición concibe a la tecnología digital como un factor propiciatorio de la convergencia. De esta manera, se aleja de los análisis deterministas de la tecnología en tanto el único elemento desencadenante de la convergencia mediática.

Es decir, si bien la implantación de tecnologías digitales en las empresas de co-

municación no conlleva necesariamente al desarrollo de procesos de convergencia, la ausencia de dichas tecnologías la imposibilita. Sin embargo, considerar que la convergencia es el efecto directo de la aplicación de las nuevas tecnologías, sería desconocer, o al menos subestimar, los cambios socioculturales en la producción, en el consumo y en la recepción de los medios de comunicación que la convergencia mediática implica; la necesidad de los profesionales de los medios de estar adaptándose continuamente a los cambios en el ejercicio de la comunicación; los intereses empresariales detrás del mencionado proceso de convergencia, entre otras problemáticas que merecen a su vez, otros análisis de mayor profundidad teórica.

Abordaremos la convergencia mediática, entonces, como un proceso multidimensional facilitado por la irrupción de las tecnologías que implica una integración de los procesos de producción comunicacionales que antes estaban disgregados y que demandan de los periodistas la elaboración de contenidos para múltiples plataformas.

La convergencia mediática implica, entonces, la construcción de un espacio donde los periodistas deben trabajar de modo unificado en la prensa, en la radio, en televisión e Internet. Conjuntamente con ello, la digitalización y el afianzamiento de las redes interactivas que han alterado ya, la producción, la circulación y el consumo de los medios, promueven las exigencias empresariales del pluriempleo.

Estos fenómenos comunicacionales instalados en países del norte desde hace más de una década y más recientemente en nuestro país y en América Latina, requieren en la actualidad a periodistas y a comunicadores sociales, eficiencia y eficacia para el desarrollo de estas actividades. Es esta nueva figura de *periodista multimedial*, la solicitada en el mercado habida cuenta del abaratamiento de costos, como consecuencia de la reducción de personal.

Es necesario hacer hincapié en un recorrido histórico del devenir del ejercicio de la comunicación, para comprender en qué contexto surge este periodista al cual hacemos referencia. Durante estos treinta años de democracia en la Argentina es posible visualizar un escenario cambiante en torno a las condiciones laborales de los trabajadores de prensa.

Por un lado, caben mencionar algunos procesos ya conocidos pero determinantes, como la creación de la Ley 22.285 de Radiodifusión durante la dictadura, sumado a la implantación de un sistema económico liberal, tendiente al afianzamiento de monopolios, el cierre de la industria nacional y la especulación financiera, propiciaron el escenario para el comienzo de la concentración de empresas periodísticas.

Tiempo después, a pesar del retorno de la democracia, el poder simbólico de la dictadura continuó ejerciendo influencia y limitando al gobierno de Raúl Alfonsín, quien no pudo soportar la presión y la asfixia de los sectores más concentrados del poder.

Durante los noventa, la profundización del modelo económico liberal arrasó el sistema productivo argentino. En suma, una hiperinflación para echar a Alfonsín, la convertibilidad de la moneda como búsqueda de una solución, la importación de todo tipo de mercaderías en desigual competencia con la industria nacional y la intencional ausencia de un Estado que prefirió dejar en manos de los privados decisiones coyunturales bajo el axioma de que el mercado se regula solo.

Y en este libre mercado, no estarán exentas las empresas periodísticas. Los trabajadores de prensa no pudieron escapar a esta lógica, que se fue implementando en la denominada “flexibilización laboral”. Un proceso que no se dio sólo a nivel nacional, sino también a escala mundial. La famosa globalización atravesó todos los espacios culturales.

En ese contexto, las empresas periodísticas sufrieron la irrupción de lo que Ignacio Ramonet llama el “impacto del meteorito Internet” que “provocó un cambio radical en el ‘ecosistema mediático’”, comenzando con la extinción de los diarios de la prensa escrita. Ramonet sostiene que hay una revolución, un cambio de paradigma. El sistema de medios, como se lo conocía hasta entonces, cambió.

Al mismo tiempo, el autor sostiene que “lo más probable es que la prensa escrita, medio de comunicación de la era industrial, no desaparezca. Pero la información ya no circula como antes.” Es decir, ya no se presenta sólo en sus formas tradicionales: cables de agencias, diarios impresos, noticieros de radio, telediarios. Ahora se pasó a un “fluido que circula en segmentos abiertos por la Red” con la clara participación de los “webactores”, que pueden ser personajes constitutivos de la construcción de la noticia a través del uso de diversos dispositivos electrónicos. La información pasa de algo cerrado a otro estado, de trabajo en construcción continua, algo dinámico.

A nivel empresarial surgió la incógnita de cómo hacer para seguir ganando dinero cuando los esquemas anteriores están en crisis. Crisis, para algunos, terminal. Así fue como diferentes gigantes de la comunicación, intentaron tejer estrategias que les permita mantener, en el menor de los casos, los niveles de ganancia. Y una de las soluciones planteadas fue la convergencia.

La convergencia posee una línea demasiado delgada que la separa de la precarización laboral. Hacer que un periodista vaya a cubrir un hecho, saque la foto, escriba la nota, edite la foto, corrija y diagrame para un medio gráfico, radio y página web puede ser considerado como un verdadero abuso.

El comunicador Pablo Llonto lo nombra como el “periodista multiprocesadora/multiprocesador”. Jóvenes que con tal de tener cierta estabilidad laboral aceptan hacer todo tipo de tareas, que deberían ser cubiertas por otros profesionales. El periodista *multiexplotado* tampoco está protegido por el Estatuto del Periodista, próximo a cumplir cuarenta años sin ser modificado, ni los diversos convenios que no se respetan. Claro está en el ejemplo del mayor monopolio mediático de nuestro país, *Clarín*, que desde el año 2000 no permite que sus empleados puedan realizar asambleas, la existencia de comisiones internas y delegados de los trabajadores.

Desde un alcance más profundo, sobre estos emergentes profesionales / laborales, se puede afirmar que estas recientes funciones o figuras, no responden sólo a variables tecnológicas y gerenciales, sino también a razones políticas e ideológicas vinculadas al rol profesional. Afirmación que demanda la problematización del escenario comunicacional, donde los procesos de circulación de contenidos son el gran campo de batalla. Ante la instalación de la convergencia mediática, los periodistas tienden a dividirse en dos sectores: los resistentes al cambio que se sienten amenazados y, los promotores, que la consideran una oportunidad para mejorar su situación profesional.

Ante este escenario, es conveniente desmitificar algunas afirmaciones que han rondado en torno a la definición de *convergencia periodística* y que con el paso del tiempo en el campo concreto, muchos comunicadores, hemos podido comprobar su *inexactitud*.

El trabajo realizado por José Alberto García Avilés del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) enumera una serie de mitos y realidades sobre el trabajo del periodista en el campo concreto. Así, sostiene que la convergencia no está encaminada a reducir costes, sino a mejorar la calidad del periodismo. Lo cierto es que el trasfondo de la competencia en muchos mercados es, pura y simplemente, una *estrategia de ahorro*.

Otros mitos dicen que la convergencia facilitará el trabajo de los periodistas, o que el periodista multitarea que trabaja en este entorno será una suerte de hombre o mujer orquesta, capaz de realizar todas las funciones que se integran en la redacción. Alejado de esta posición, el autor sostiene que no sólo la jornada laboral se alarga sin apenas incrementarse su retribución económica, sino que además la figura del periodista multitarea solo ha funcionado en las delegaciones de una sola persona que tiene que hacerlo todo.

Por último, García Avilés remarca que otro de los grandes mitos es afirmar que el objetivo es facilitar una información más completa, exhaustiva y diversa para la audiencia. Sin embargo, la prioridad es ser el primero en dar la noticia, y en ocasiones, también es darla como sea. Este aspecto negativo de la convergencia aumenta el riesgo de homogeneización, y favorece que las informaciones, e incluso el estilo de los medios, se parezcan entre sí cada vez más.

Existen numerosas incógnitas sobre lo que la convergencia genera que es necesario despejar; para ello habrá que tener en cuenta, como mencionamos anteriormente, el proceso histórico-político de la década del noventa en la Argentina y en América Latina, donde la ausencia del Estado dejó en manos del mercado global las decisiones sobre el ingreso a la sociedad digital, por un lado. Y por el otro, la reciente sancionada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en tanto vanguardia de políticas equilibradas del ecosistema mundial, que posibilita un enriquecedor debate en torno al ejercicio de nuestra profesión.

A pesar de que el concepto de convergencia se discute desde principios de los noventa a partir de su aparición en Europa, es innegable que aun hoy en nuestro país es fundamental repensar la actividad comunicacional. Asistimos en la actualidad a la defensa de la plena vigencia de una nueva ley de medios.

Recientemente, la discusión en una audiencia pública en la que se discutió acerca de la constitucionalidad de esta ley que consideramos plenamente vigente nos obliga a profundizar / agudizar el debate, reflexionar y avanzar en las reivindicaciones de los comunicadores con el objetivo de ejercer una comunicación más profunda, plena, con mayor libertad, con la garantía de que se expresen multiplicidad de voces, y con la certeza de alcanzar la dignificación de nuestro trabajo.

A partir de estas consideraciones se abre el debate de las conveniencias, potencialidades y restricciones que estos cambios mencionados producirán en la continua transformación del ejercicio periodístico desde el punto de vista laboral, comunica-

cional, político e ideológico, como encrucijada de los nuevos escenarios que proponen las nuevas tecnologías, las exigencias del mercado, y las nuevas construcciones del rol profesional.

En concordancia con los autores tomados para esta ponencia, consideramos que la convergencia aún plantea numerosas incógnitas que resulta aventurado despejar en este momento. No se debe ni exaltarla como la panacea de la profesión, ni demonizarla como el final del periodismo. En este sentido, pensamos que conviene permanecer atentos a los constantes cambios que se están produciendo, ya que seguirá siendo un factor relevante en la transformación del periodismo en los próximos años.

Bibliografía

GÉTRUDIX BARRIO, Manuel, “Convergencia multimedia y educación. Aplicaciones y estrategias de colaboración en la Red” en *Ícono 14*, Volumen 4, Nro.1, Asociación científica ICONO14, Madrid, 2006.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto, “Desmitificando la convergencia periodística”, en *Revista Chasqui*, N° 94, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, Ecuador, 2006.

_____ SALAVERRÍA, Ramón, “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo” en *Trípodos*, N° 23, Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull, Barcelona, 2008.

LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, José, “El periodista en el proceso de convergencia mediática. Estudio del caso del grupo local de Comunicación. GOIENA Komunikazio Zerbitzuak, Koop. E” en *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, Nro. 37, Barcelona, 2008.

RAMONET, Ignacio, *La explosión del periodismo*, Clave Intelectual, Madrid, 2011.