

CULTURAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DIGITALES DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS

JOURNALISTIC DIGITAL MEDIA CULTURES OF THE PROVINCE LOS RÍOS

Ana Elizabeth Herrera Flores

Universidad Estatal De Milagro

Ecuador

ana_herrera2508@hotmail.com

Resumen

Uno de los principales ejes de investigación de la comunicación es descubrir el contexto en el que se desarrollan los discursos mediático. El presente análisis es un acercamiento a los rasgos que definen la cultura periodística de los medios de digitales de la provincia de Los Ríos en la actualidad. A través de entrevistas en profundidad a distintos medios digitales y periodistas en el ejercicio profesional, llevan a determinar que la nueva cultura periodística emergente está determinada por parámetros definidos como una mezcla en de varias culturas occidentales y propias de la región no obstante sobresalen las particulares propias que el tipo de medio digital presenta.

Palabras claves: Journalistic Cultures, Digital Media, Journalistic Roles

Abstract

One of the main axes of communication research is to discover the context in which the media discourse developed. This analysis is an approach to the defining features of the journalistic culture of digital media in the province of Los Rios today. Through in-depth interviews to different digital media and journalists in professional practice.

The emerging new journalistic culture is determined by parameters defined as a mixture of several Western and cultures typical of the region however excel own particular that the type of digital media has resulted.

Keywords: journalistic cultures, Digital

Introducción

Las Culturas Periodistas como concepto englobador, nacen de una necesidad de indagar en el funcionamiento interno de los medios de comunicación para descubrir los elementos que convergen en el desarrollo de informaciones periodísticas.

Se pretende encontrar las singularidades de las culturas periodísticas de los medios digitales de la provincia de Los Ríos, para trazar pautas preliminares de posteriores estudios en el campo. ¿Cómo y de qué manera están trabajando los periodistas? Determinar ¿cuáles son sus realidades? ¿Qué hay detrás de la composición de sus discursos mediáticos? ¿Cuál es la diferencia entre las culturas periodísticas que no son digitales? Son algunas de las interrogantes que hacen de este trabajo un aporte al campo profesional periodismo.

Existen una enorme importancia de estudiar y analizar los diversos y complejos roles profesionales del periodismo, una profesión exigente en estos tiempos con un marco legal y una sociedad del conocimiento con amplio acceso tecnológico.

Desarrollado a partir de entrevistas de profundidad con periodistas de los medios de comunicación que desnudaron sus realidades, luego transformadas en variables de análisis que den cuenta de las características propias de los medios digitales de la provincia. Características no distan mucho de los estudios previos del área con similitudes globales y distinciones particulares de cada contexto social en el que se desarrollan y regentan estas culturas.

Aproximaciones Teóricas de las Culturas Periodísticas

En los años setenta la investigación social relacionada con el periodismo fue imponiendo nuevas líneas de exploración que permitieran descubrir el contexto en el que se desarrollaban los discursos mediático, hasta entonces el principal objeto de estudio.

“Necesitamos saber cómo funcionan los medios en tanto que instituciones y por qué funcionan como lo hacen”. (Gans 1972). Buscar que hay detrás de la noticias. Las primeras investigaciones relacionadas con las prácticas y rutinas profesionales la percepción de los periodistas de actitudes, roles y valores que conducen su trabajo, convergiendo en el concepto a lo que hoy en día se denomina “culturas periodistas”.

“Conjunto de ideas (valores, actitudes, creencias), prácticas (de producción cultural) y artefactos (productos culturales, textos)”. Hanitzsch (2007).

Hanitzsch propone el estudio desde tres niveles cognitivo, evaluativo y performativos, por su parte Martínez Nicolás y Hamanes (2012) refieren cinco niveles, ambos autores con percepciones similares de análisis: el carácter ontológico, el sentido del trabajo periodístico, los dispositivos institucionales, las prácticas y rutinas y el discurso informativo.

No obstante para Manuel Martínez (2011) se podrían identificar culturas periodísticas a partir de criterios como: propiedad de los medios, ámbito de difusión, orientación editorial, tipo de medio, temática que aborda.

Sin embargo se debe considerar que la práctica informativa varía de un lugar a otro, determinada por los diferentes entornos sociales, políticos, culturales y económicos, pero si es importante conocer los rasgos que definen una cultura periodística que permitan delimitar el perímetro que rodea su actividad laboral.

“La mayoría de los países no están formados por un único sistema comunicativo y mediático con un único objeto o filosofía, sino que el modelo está creado según la diversidad y libertad de acceso a los medios o al orden social y cultural establecido” (McQuail, 1999). En definitiva existen numerosas prácticas periodísticas determinadas por los contextos políticos, económicos sociales y culturales.

Benson (2010) explica que el contenido informativo se crea según la posición del campo periodístico y a partir de los factores internos del propio campo periodístico como las lógicas culturales basadas en las prácticas y en las diferencias de clases sociales.

Para Oller (2015) el carácter global de la cultura periodística se ha extendió desde Norteamérica y Europa y que actúan como epicentro provocando un contexto de hibridación periodística.

Sin embargo es el origen de rutinas, procedimientos editoriales y procesos de socialización similares en países tan distantes. (Hanitzsch, 2007)

Zelizer (2007) establece que el periodismo se encuentra en un campo social interpretativo de la comunidad en la que se desarrolla, con sus propias reglas y discursos. Para Oller la enumeración de las características grupales es un aspecto que creemos se puede facilitar el trabajo de campo del investigador, ya que los países suelen compartir valores históricos, políticos, culturales, económicos y sociales.

Así por ejemplo en las culturas periodísticas latinoamericanas los estudios reflejan un bajo nivel de circulación de periódicos, una larga relación del periodismo abogado y el limitado desarrollo del periodismo como una profesión autónoma. (Hallin y papathansopoulos, 2002)

En el Ecuador, la globalización, la rápida penetración de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) así como el nuevo marco legal con la llegada de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, están engendrando nuevas culturas periodísticas con particulares similitudes y diferencias de las regiones que demandan de reflexiones profundas para entender los enfoques de trabajo periodístico del país.

Con la aparición de las TIC, nacieron nuevas formas de periodismo, en tanto en los últimos años el auge de los medios digitales va en crecimiento apoyado con las redes sociales que han permitido su rápida penetración en una comunidad digital en aumento, gracias a la accesibilidad que las telecomunicaciones propician hoy en día.

Así en la Provincia de Los Ríos es fácil seguir a medios digitales que están a un solo clic, sin costo y como mayor inmediatez sin que esto sugiera necesariamente un mejor periodismo.

Este estudio se centra en la descripción de las culturas periodísticas de los medios digitales de la provincia Ríos, ubicada en la región costa del Ecuador se aplicará la metodología cualitativa con entrevistas en profundidad a tres medios digitales y un total de 6 periodistas. Siendo nuestra categoría de análisis el tipo de medio.

Se pretende determinar cuáles son los rasgos que definen la cultura periodística de los medios de digitales de la provincia de Los Ríos. Será que el tipo de medio en este caso digital determina esas características.

Resultados

La investigación se centró en encontrar coincidencias en los medios de comunicación digitales de la provincia de Los Ríos basado en los niveles descritos por Hanitzsch.

Nivel cognitivo

Los periodistas definen como noticiable lo que le interesa a las personas, los sucesos, comunidad y la crónica roja; se autodefinen como “periodistas informantes” e “imparciales”, rápidos y oportunos. Por otra parte, 14 de los 20 periodistas poseen título como comunicadores, 6 son sólo estudiantes de comunicación.

Nivel evaluativo

Los periodistas no están afiliados al seguro social y todos trabajan para otros medios de comunicación de forma simultánea. Aunque sus ingresos no llegan al sueldo básico en la mayoría de los casos. Por esta razón a parte de su trabajo periodístico se desempeñan como vendedores de publicidad y de esta forma autofinancian sus medios de comunicación independientes. Manifiestan que no existe cultura de pauta publicitaria por parte de las empresas y comercios locales, su fuerte en publicidad son las autoridades públicas y políticos que por “amistad”, pautan con ellos.

Nivel performativo

Los periodistas afirmaron confiar en las fuentes oficiales institucionales, con quienes manejan buenas relaciones a tal punto que muchos forman parte de sus principales auspiciantes de forma indirecta. Explican que pautan publicidad personalmente y de forma directa, más no por medio de las instituciones a las que representan justificándose que se debe a la falta de presupuesto.

Los medios de comunicación indicaron tener página web y redes sociales Twitter y Facebook. Indican trabajar más con lead directos, no obstante dependiendo del hecho noticioso producen videos con cámaras no profesionales. No cuentan con una sala de redacción, escriben al paso, en el lugar donde puedan usando sólo una computadora, celular y conexión a internet. En la mayoría de los medios colaboran 3 personas sin relación de dependencia ni afiliación al seguro social. Mucha de la información que hacen circular es compartida de medios digitales internacionales y nacionales. No obstante establecen que su ámbito de cobertura es netamente provincial. Publican entre 20 y 15 noticias compartidas de otros medios y entre 2 y 5 noticias provinciales diariamente.

Todos mencionan que revisan los comentarios de seguidores aunque jamás contestan además indican que el 50% de la información es proporcionada por los ciudadanos que hacen las veces de informantes de los hechos noticiosos u acontecimientos. En cuanto al tratamiento debido a la rapidez que demanda este tipo de medios publican las fotos de accidentes y luego la amplían si el caso lo amerita. Coinciden en que usan la frase “noticia en desarrollo”.

Conclusiones

Indiscutiblemente las TIC han permitido que nazca una nueva Cultura Periodística Digital, que no se aleja tanto de las características que Oller propone, sin embargo esta nueva cultura tiene sus parámetros definidos por las particulares propias que el tipo de medio digital proporciona. En la provincia de Los Ríos del Ecuador continúan siendo precarias las condiciones del ejercicio periodístico que limita un trabajo de investigación exhaustivo en beneficio de los verdaderos intereses de la comunidad. Se marca la necesidad de un gremio que respalde la búsqueda de mejores condiciones para el ejercicio profesional porque aunque la Ley plantea disposiciones claras están en la realidad distan mucho de ser cumplidas. En cuanto a los roles periodístico, se destaca el de periodista difusor, aquel que distribuye información con rapidez al mayor número posible de personas. Existe además un alto nivel de profesionalización y con una sobre carga laboral.

Existe una tendencia generalizada a compartir información de la red y en muchos casos sin contratación y ampliación de fuentes. Por otra parte la búsqueda de apoyo constante en redes sociales para aumentar el número de seguidores y básicamente como herramienta de difusión.

Urge una exploración sobre las posibilidades participativas que los medios digitales podrían propiciar que pueda aportar al desarrollo democrático positivo de las comunidades. Campos de posibles investigaciones como los niveles de credibilidad de estas culturas periodísticas emergentes y los efectos de un consumismo de periodismo digital sin contraste suficientes que ayude a entender mejor los fenómenos sociales son la tarea pendiente de los investigadores.

Referencias Bibliográficas

- Benson, R. (2010): Comparative news media systems: New directions in research. En: Allan, S. (Ed.): *The routledge companion to news and journalism* (pp. 614-627). New York: Routledge. Taylor & Francis Group.
- Gans, J. (1979): Deciding whats news: A study of CBS Evening News, NBS Nightly news, Newsweek and Times. *Nueva York: Pantheon Books*
- Hallin, D. C. y Papathanassopoulos, S. (2002): Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24: 175-195
- Hanitzsch, T. (2007a): Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Mass Communication Theory*, 17(4): 367-385
- Martínez, M. & Humanes, M.. (2012). Culturas profesionales del periodismo político en España. El discurso de los periodistas sobre la política y las funciones políticas de los medios, 47–64. Recuperado de:
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/82827/33_CAL_casero_1_2.pdf?sequence=1
- McQuail, D. (1999): On Evaluating Media performance in the public interest: Past and future of a Research tradition. En: *Griffin, M. (Ed.): International Media Monitoring* (pp. 25-38). Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
- Oller, M. (2015). *Culturas Periodísticas Intermedias*. (C. A. de L. CAL, Ed.). Granada.
- Zelizer, B. (2007): What to do about Journalism? *Journalism and the international academic world*. *Brazilian Journalism Research*, 3(2): 13-28.