

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CÓMO ESTÁ ORGANIZADO ESTE LIBRO	9
CAPÍTULO I.	
Antecedentes de los medios gráficos en Argentina y el mundo	11
I. Factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos de la aparición de la prensa	11
II. La imprenta en nuestro país y su utilización	16
III. Un breve repaso por las tecnologías de la información.....	18
IV. Una mirada global a la historia de la cultura escrita	19
CAPÍTULO II.	
La prensa masiva	21
I. De la prensa política al periodismo de masas	21
II. El surgimiento del diario de masas y la llegada de la publicidad a la prensa gráfica	22
III. Del auge de la prensa gráfica a los grandes multimedios. Concentración del mercado de medios gráficos en Argentina	26
IV. Una puerta que no se abrió: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)	29
A modo de conclusión	33
CAPÍTULO III.	
Las rutinas periodísticas	35
I. La empresa informativa por dentro	35
II. El grafo del periodista. Demanda, necesidad y ¿deseo? de fuentes en la producción periodística	41
III. Medios gráficos alternativos, autogestivos, comunitarios y populares	44
IV. ¿Entretenidos o “tenidos entre”? La sociedad del infoentretenimiento y su impacto en los medios gráficos.....	46
CAPÍTULO IV.	
La redacción en los medios gráficos	49
I. Los géneros periodísticos en función de la intención del mensaje	49
II. El género “noticia”	50
III. El género “crónica”	52
IV. El editorial, la nota y la columna de opinión	57
V. El encuentro con el otro: la entrevista	59
VI. Los soportes en el periodismo gráfico y su influencia en la elaboración del contenido: diarios impresos, diarios on-line, portales on-line	64
VII. El diseño gráfico de materiales impresos y virtuales	67
CAPÍTULO V.	
La imagen en los medios gráficos	71
I. La fotografía: ¿realidad o representación?	71
II. Huellas de la imagen, avidez de la mimesis: senderos de historia	73
III. Relaciones entre la imagen y el texto	86
IV. Usos de la imagen con fines narrativos en la fotonovela y el cómic	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

Cómo está organizado este libro

Dividimos este manual en cinco capítulos.

En el primero, *Antecedentes de los medios gráficos en Argentina y el mundo*, ofrecemos un panorama de la historia del mundo occidental desde el siglo XV en adelante, haciendo referencia a los momentos y procesos directamente relacionados con la aparición de la prensa gráfica: la expansión colonialista, el Mercantilismo y el Renacimiento, las revoluciones burguesas de fines del siglo XVIII y la independencia de los países latinoamericanos.

Desembocamos en la Argentina del siglo XIX y concluimos estudiando las experiencias de colectivización en la producción del conocimiento, una etapa que aún no ha concluido. Analizamos y ensayamos explicaciones para los factores sociales, culturales y tecnológicos que posibilitaron el estallido del diario de masas. De este modo, recorreremos casi 70 años de medios gráficos y su contexto legal en el país, para concluir con la emergencia de los multimedios en la década del '90 del siglo pasado y con la actualidad del mercado de medios gráficos argentinos.

En el segundo capítulo, *La prensa masiva*, brindamos una visión de conjunto de la evolución del periodismo desde sus orígenes hasta llegar a la situación actual, caracterizada por la publicación de los diarios de masas, sustentados económicamente por la publicidad.

El proceso culminó, pocas décadas atrás, con la formación de los grandes multimedios: grupos que concentran la propiedad de diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión de aire y por cable, además de ser propietarios de empresas de telefonía digital y otros recursos de la nueva tecnología de la información y la comunicación. De este modo, el poder de los multimedios es enorme y los intentos de reducir su influencia a través de una legislación todavía no ha podido prosperar en nuestro país.

En el siguiente capítulo, *Las rutinas periodísticas*, hacemos una revisión del interior del diario buscando res-

puesta a estas preguntas: ¿qué se hace en una redacción?, ¿quiénes trabajan en ella?, ¿cómo se construye una noticia? Abordamos las técnicas y criterios de ordenamiento y recolección de datos que a nuestro parecer son más destacables a la hora de producir un periódico. Hacemos hincapié en los distintos tipos de productores de los medios gráficos y finalizamos ensayando reflexiones sobre la sociedad del info-entretenimiento y su influencia crucial en el oficio de los y las periodistas.

En el cuarto capítulo, *La redacción en los medios gráficos*, nos preguntamos: ¿cómo presenta un periódico la información a los lectores?, ¿cuáles son los géneros que se utilizan?, ¿qué soportes son los que más se usan? y elaboramos ejercicios prácticos para la producción de cada uno de ellos.

En el último capítulo, *La imagen en los medios gráficos*, hacemos un recorrido histórico y social por las características técnicas y expresivas de la imagen y de la fotografía, y de sus usos más destacados. Nos referimos a la imagen con fines periodísticos y a su relación con la tendencia editorial de cada medio. También nos detenemos en los fenómenos de contextualización y descontextualización de la imagen en la llamada "sociedad del infoentretenimiento".

Finalmente, reflexionamos sobre cómo estos temas han incidido en las formas de construir una noticia y en el modo en que los consumidores (¿o debiéramos decir prosumidores?) se apropiaron de las mismas.

En la parte final ofrecemos una selección bibliográfica que podrá ser aprovechada por quienes deseen profundizar algunos de los temas.

Nos sentiríamos muy satisfechos si después de utilizar este libro sus jóvenes lectores, chicas y chicos, pudieran responder este interrogante: ¿los grandes diarios (y los otros recursos de comunicación masiva) cumplen con su deber de informar o tienen la astucia de visibilizar lo que les conviene?

Sobre los autores

Andrés Manrique

Profesor en Ciencias de la Comunicación (UBA).

Licenciado en Ciencias de la Comunicación con orientación en periodismo (UBA).

Leonardo Miraglia

Licenciado en Comunicación Social con orientación en periodismo (UBA).

Profesor de Enseñanza Media y Superior en Ciencias de la Comunicación Social (UBA).

Diplomado en Políticas Editoriales y Proyecto Cultural (UBA-Centro Cultural de la Cooperación).

Diploma Superior en Ciencias Sociales con mención en Educación Nuevas Tecnologías (FLACSO).

Licenciatura en Filosofía, en curso (UBA).

Introducción

*La noticia periodística comparte con la educación la función de difusión y consolidación de imaginarios, símbolos, valores y tradiciones, pero a diferencia de la educación formal, cuyo efecto se podría circunscribir a una etapa de la vida de los individuos, los productos de los medios tienen la posibilidad de vigencia durante toda la vida de esos individuos.
Periodismo, noticia y noticiabilidad, Stella Martini*

“Mi general, su tanque es muy fuerte. Derriba bosques, mata cien hombres.

Pero tiene un defecto: necesita un tanquista.

Mi general, su avión es muy poderoso. Vuela más rápido que la tempestad, destruye ciudades que es una barbaridad.

Pero tiene un defecto: necesita un piloto.

Mi general, el hombre es un animal muy útil. Sabe robar, sabe destruir, sabe matar.

Pero tiene un defecto: puede pensar”.

Catón de guerra alemana, Bertolt Brecht

La producción gráfica requiere del dominio de la escritura, dentro de contextos particulares de comunicación. Para comprender cada contexto, será indispensable trabajar con contenidos de distinta procedencia (medios comunitarios, medios vecinales, medios barriales y medios masivos) y de gran variedad de géneros (noticias, crónicas, entrevistas, notas de opinión). Dichos contenidos actualmente circulan tanto en los canales tradicionales (revistas, diarios, carteleras) como en los medios digitales (blogs, diarios online, páginas web, redes sociales).

Dominar el uso de la palabra escrita pareciera haber perdido importancia. Desde aquí, en cambio, estamos convencidos de que el desarrollo de la escritura, como un medio de expresión, habilita la posibilidad de entender aspectos fundamentales de nuestro mundo, inadvertidos por el frenesí de una vida cotidiana que se ha visto acelerada debido a la circulación ilimitada del flujo comunicacional, a través de las nuevas tecnologías de la información. Producir un texto otorga la posibilidad de reponer una secuencia de información desde un “tiempo otro”, a partir de un ritmo personal. Pensar a ritmo propio a veces es la única posibilidad de pensar; y una forma de hacerlo es a partir de la producción de textos. Detenerse a escribir, palabra por palabra, para develar el significado de los mensajes y de los datos relevados implica desarmar algunas lógicas dadas a priori. Desnaturalizar la construcción e intencionalidad de los mensajes es un paso importante para que los jóvenes se vean involucrados en su entorno inmediato y se sientan parte de lo que puedan ir construyendo. Uno de los propósitos de este libro es poner en evidencia que el sentido responde siempre a lógicas de poder; que no está fijo ni, mucho menos, dado para siempre.

Leer, desmontar y deconstruir discursos, sobre todo aquellos que se muestran unívocos y con pretensiones de transparencia, son los objetivos para involucrarnos

en algunos engranajes de la comunicación multimodal (aquella que estudia la interacción entre la escritura, la imagen y el audio), que pretende decir con un dibujo, sentenciar con un meme y aclarar con una foto. Poner en cuestión estos mensajes es fundamental para construir una ciudadanía que tenga mayor participación en la “arena pública”.

La palabra escrita asiste a la comprensión, abona la reinterpretación y genera contenidos propios que redundan en modificaciones sobre prácticas y consumos. No se trata de entablar una disputa entre la cultura escrita y la no-escrita, sino de explorar las zonas donde la escritura retroalimenta los distintos campos para la construcción de mensajes vinculados a demandas concretas del entorno ampliado de la escuela, insertándolos en las diversas necesidades socio-comunitarias.

Nos encontramos frente a un vasto campo de producción de sentidos. Nuestra apuesta es ambiciosa y, por ello, transdisciplinaria. El peligro de homogeneizar la cultura es mayor al riesgo de producir un bricolaje caótico. Nosotros preferimos abrir puertas.

El desarrollo tecnológico y sus implicancias sociales en el acceso al conocimiento

Los avances tecnológicos ocurridos en los últimos veinte años han traído consigo cambios fundamentales en la vida social. El advenimiento de Internet, a fines del siglo pasado, desencadenó nuevas formas de producción y de circulación de la información, tanto escrita como audiovisual. A esto debemos agregar las nuevas plataformas digitales (blogs, streaming, etc.) y las redes sociales (Twitter, Facebook, Whatsapp, Instagram, etc.). La mejora en las tecnologías provocó un cambio radical en cuanto al modo en que los seres humanos accedemos al conocimiento. Esto implicó múltiples derivas para nuestra percepción y relación con el mundo y con los otros.

Nos interesa plantear preguntas desde una teoría de los medios incluida en un abanico más amplio de una teoría de la comunicación, acerca de fenómenos tales como la multimedialidad, la hipertextualidad, la escritura y lectura colectivas, o las llamadas “nuevas narrativas del yo”. Estas nuevas modalidades de construcción de la información (y, por eso, del acceso al conocimiento) se encuentran a la vez atravesadas por un proceso que algunos llaman “sociedad del infortretenimiento”: ¿cómo influye este proceso en los productos informativos que hoy consumimos?, ¿cómo, por tanto, incide en nuestra percepción de eso que llamamos “realidad”?

El avance tecnológico ha generado un cambio considerable al modificar la percepción subjetiva de cada hecho. En nuestra época adviene un tipo nuevo de percepción que no tiene que ver con el desmoronamiento del aura que, tanto el cine como la fotografía, provocaron en las artes plásticas, sino con el derrumbe de las barreras de la comunicación entre los seres humanos. Hoy todo parece posible de ser comunicable de manera rápida y sencilla, de un lugar a otro del mundo, en

pocos segundos. Esta nueva percepción de la realidad es la que si se pasa por alto y no se abre a nuevos interrogantes, origina procesos inversos: de desinformación y/o de exceso de información (fundamentalmente cuando quienes informan son multimedios hegemónicos, cómplices y dependientes de la pauta publicitaria que le vende al Estado, y socios del mismo, en negocios de la agroganadería y/o la industria).

Tanto las nuevas formas de acceso al conocimiento, como nuestra percepción están vinculadas estrechamente a los procesos educativos. Por ello, creemos necesario un abordaje de estas problemáticas, además de estar modificando las capacidades mediante las que el cerebro humano procesa y recibe o responde de acuerdo a determinada información, reconfiguran aspectos más amplios de la vida social, como el campo laboral, ahí donde los estudiantes deberán insertarse en el futuro. Con esta idea en el horizonte, buscamos analizar, más que para hallar respuestas, para encontrar nuevos interrogantes que le permitan al docente y al alumno pensar y pensarse dentro de una sociedad en permanente transformación.