

PRESENTACIÓN: INNOVACIÓN DE INFORMATIVOS EN EL ENTORNO DIGITAL

Guillermo Orozco Gómez

Los informativos en el entorno digital contemporáneo cuentan con una serie de nuevas posibilidades para su conformación, para su difusión diversificada y oportuna, y para convocar e involucrar de modos diferentes y creativos a sus audiencias. A la vez, se enfrentan tanto a situaciones inéditas como a importantes desafíos referentes a su constitución misma como productos audiovisuales, así como para el cumplimiento eficaz de su razón de ser: informar con la mayor veracidad e inmediatez posible.

Junto a una “explosión” noticiosa que permite apreciar simultáneamente noticias que se contradicen entre sí, así como diversos ángulos y aspectos de éstas, con distintos énfasis explícitos o encubiertos, los informativos hoy en día se asocian, al mismo tiempo, a una producción y consumo informativo muy diversificados, en los que se encuentran dos tipos de interlocutores cada vez más activos e incisivos en lo que se comunica.

Por una parte, los informativos se enfrentan a competidores, no sólo de marca mediática que buscan ganar la primacía en informar, sino más bien a agentes ocultos que compiten por “informar”, desde otros puntos de vista, intenciones o consignas políticas, para lo que construyen y difunden información falsa, la cual se ha venido popularizando como *fake news*.

Por otra parte, los informativos actuales enfrentan a nuevos interlocutores, es decir, a sus mismas audiencias, a quienes envían su información, pero quienes no necesariamente son invitados a ser coproductores —competidores de información, pero llegan a serlo. Las audiencias cada vez más se involucran activamente con la información, no sólo en su recepción como ha sido siempre, sino en su producción y emisión también, interactuando de maneras imprevisibles con ella, ampliándola, reconstruyéndola, reinventándola y

corrigiéndola, pero cada vez más manteniéndola en circulación con diversos grados de modificación.

De esta manera, e independientemente de las posibilidades y desafíos de los informativos en el entorno digital, la construcción de la información en tanto fenómeno cultural comunicativo se realiza mediante la intervención variada de diversos tipos de agentes interesados en el acontecimiento informativo mismo. Éstos son capaces de alternar posiciones, direcciones y significados en el proceso comunicativo-informativo en su conjunto.

En este entorno digital contemporáneo, los autores reunidos en este libro contribuyen, desde sus posiciones e interacciones, con información para entender aspectos particulares de lo informativo.

En el primer capítulo, Gabriel Torres ofrece un análisis de lo que significa la innovación actual de los informativos. Sostiene que son dos los elementos detonantes que la conforman: lo digital y las nuevas sociedades del conocimiento y la información, y enfatiza que el periodismo digital debe “erradicar la *posverdad* [...] y alentar el debate público especializado de lo que ya es noticia”. Asimismo, afirma la importancia de desarrollar desde los canales de TV un “periodismo participativo” con los ciudadanos.

Esteve Crespo hace notar en su capítulo que, no obstante que las condiciones de producción y recepción de la información han cambiado significativamente, y la tecnología y la nueva situación de las audiencias faciliten la interlocución, lo tradicional en la construcción conjunta de lo informativo seguirá existiendo durante algún tiempo, motivo por el que sugiere “seguir a las audiencias”, quienes dan la pauta de la importancia noticiosa con sus comentarios en las redes sociales.

En su capítulo, Gabriel Sosa Plata desarrolla una argumentación a favor de privilegiar, en el entorno digital, el “buen periodismo” sobre las noticias de impacto, cada vez más difundidas y comentadas por las mismas audiencias. Este autor enfatiza el periodismo ético que valora el peso en sí de una información para la sociedad en su conjunto, antes que sus posibilidades de impacto, que privilegian la interacción con sus audiencias.

En su amplio artículo, Miquel Francés y Álvar Peris desarrollan dos temas fundamentales. Uno de ellos es un análisis de las *fake news* en la multidifusión digital, del cual desprenden un segundo tema: la comunicación de la ciencia, que ha sido un escenario propicio de las *fake news*. Plantean una producción

audiovisual con “rigor científico” y ofrecen una lista de elementos clave tanto para la producción como para la difusión de información sobre la ciencia.

Nuria Fernández, en su capítulo, aborda el fenómeno creciente de las *fake news* y la “era de la desinformación” en las sociedades contemporáneas. A partir de su análisis, propone una estrategia de alfabetización mediática que se enfoque directamente en lo informativo, para que los ciudadanos desarrollen su capacidad analítica desde la escuela, aunque destaca que la lucha contra la desinformación no es sólo un asunto escolar, sino del periodismo mismo, el cual tiene una gran oportunidad de reinención con la ciudadanía.

En su capítulo, la productora mexicana de televisión, Guadalupe Alonso, recuenta el proceso productivo e innovador realizado en el Canal 22 de la Ciudad de México, uno de los canales públicos nacionales, para afrontar el desafío de informar desde lo público y en un entorno digital a su creciente audiencia de jóvenes. Así, los lectores encontrarán los pasos seguidos desde este canal nacional para ofrecer a sus audiencias información y una multiplataforma construida exprefeso para tal fin.

En el último capítulo, Fernando J. García Moreira y Filipi Coutinho Soriano desarrollan una propuesta innovadora y detallada para la producción de videos de 360°. Si bien la propuesta presentada es bastante general, en ella se enfatiza cómo las tecnologías “inmersivas” pueden apoyar la producción periodística en la medida en que logran situar imaginativamente a la audiencia en el propio escenario donde se genera la información.

La innovación de informativos en el escenario digital es, a la vez, una posibilidad real, un campo abierto a la exploración tanto desde la misma producción mediática, analógica y digital como desde el terreno donde se activan cada vez más las audiencias. En este sentido, los capítulos que aquí se presentan constituyen aproximaciones a diversos puntos posibles de abordaje y construcción de opciones.

Mi agradecimiento a los autores y autoras reunidos en este volumen por su contribución a la reflexión anual del Foro Internacional TVMorfofosis, cuya edición 2017 se llevó a cabo, como ya es tradición, dentro del escenario internacional de la FIL de Guadalajara. Mi agradecimiento especial a la Universidad de Guadalajara y Gabriel Torres Espinoza, por su apoyo para la publicación de este libro.

Guadalajara, Jalisco, 26 de agosto de 2018