

FICHA DE CÁTEDRA 10

Como se trabajó y debatió en las últimas semanas en el TAI, analizar el proceso de selección, jerarquización y construcción de la información, tanto general como deportiva, constituye un elemento esencial para comprender por qué pasa lo que pasa y qué consecuencias podría tener para los diferentes actores involucrados.

Al mismo tiempo, observamos que el desarrollo de las Tecnologías en la Comunicación y la Información (TICs) provocó transformaciones profundas en el ejercicio del periodismo, tanto en la producción informativa como en los hábitos de consumo de las personas ávidas de noticias o entretenimiento, o ambas a la vez.

En esto, es importante destacar el nuevo rol que asume el usuario de la información en entornos digitales. Esa persona no sólo dejó de ser un sujeto pasivo frente a los medios, con escasas chances de intercambio, como podría ser una carta de lectores en el diario o dejar un testimonio en el contestador de la radio. Hoy el usuario de la información interactúa directamente con la noticia y el medio, comentando, me gustando, respondiendo encuestas, pero fundamentalmente compartiendo los contenidos dentro de sus propias redes sociales. Los usuarios de la información se convirtieron así en los principales vehículos de distribución noticiosa.

Este nuevo escenario, inédito en la historia del periodismo, significó también una modificación en las prácticas de producción informativa, donde los contenidos requirieron adaptarse a esa realidad: individuos expuestos a diferentes tipos de pantallas a lo largo del día, incluso por momentos en varias simultáneamente (como podría ser estar atento al celular, la pantalla de una PC y a una TV al mismo tiempo). Y si era un fenómeno ya en desarrollo, la pandemia del COVID-19 profundizó aún más esta situación.

Al mismo tiempo, la era del consumo digital produjo un fenómeno novedoso, que podría conceptualizarse en la "noticia infinita". Previo a la explosión al desarrollo de las TICs, un usuario accedía a un artículo periodístico, o una nota en la TV o la radio, lo leía/veía/escuchaba y continuaba con el siguiente. Eventualmente, si un tema resultaba de interés, podía intentar indagar por más información en algún otro lugar, que salvo excepciones, no iba más allá de consultar algún libro de la biblioteca o buscar un medio especializado en un kiosco de diarios y revistas alguno de los días venideros. La inmediatez no era parte de la oferta.

Hoy, las publicaciones digitales poseen numerosos hipervínculos dentro de un mismo artículo, interrelacionando y ampliando la información, al mismo tiempo que se ofrecen recursos complementarios como videos, audios, imágenes interactivas, que al mismo tiempo están vinculados a otros. Y estos a otros, y así sucesivamente. De esta manera, completar una lectura se convierte en una misión imposible: cada contenido abre varios caminos que se bifurcan permanentemente para perderse en la inmensidad de la red, lo que podría pensarse como la **"noticia infinita"**.

Frente a esta complejidad, los medios generan sus contenidos planificando sus audiencias, sus plataformas y sus pantallas, para potenciar su capacidad de influencia (y en varios casos de venta publicitaria) lo que hace inevitable detenerse y analizar los criterios de selección, jerarquización y construcción de la información en la era de la multipantalla. ¿Qué recursos se utilizan para diferenciar los contenidos? ¿Los criterios de noticiabilidad son los mismos de acuerdo a la plataforma? ¿Qué es noticia? ¿Con qué otra información se la interrelaciona? ¿Se utilizan las mismas palabras y las mismas expresiones en cada plataforma?

Te invitamos a leer el texto *Información deportiva y convergencia digital en la era de las multipantallas* para profundizar sobre el análisis sobre los criterios de selección, jerarquización y construcción de la información deportiva en medios digitales.