

Construir memoria con información fugaz

YSABEL VILORIA

Reconocemos la comunicación social como una de las profesiones que nos convoca a construir contenidos que serán registros. Estos referentes simbólicos tienen la peculiaridad de permanecer, dejar evidencias y servir para futuras consultas. Pero en la era digital de sobreexposición y alcance inmediato a sinfines de contenidos, pareciera que la permanencia de esos registros es algo onírico. Es pertinente, entonces, una reflexión sobre la construcción de la memoria desde el registro que la comunicación social ofrece y su fugacidad en los océanos de la era de la información.

Estudiamos comunicación social convencidos de la capacidad de construir, en palabras de Gomis, el presente social y hacerlo transmisible. También confiamos en la capacidad de registro desde el ejercicio profesional, que servirá de consulta para las futuras generaciones, lo que nos convierte en constructores de contenido no solo del presente, sino también en constructores que cultivan la memoria.

Mientras nos balanceamos en esas tareas vivimos la voracidad del mundo hiperconectado donde reina el acceso a la información en tiempo real. Además, la construcción de contenidos asistido por tecnologías que retan las prácticas fieles a los principios profesionales del periodismo: buscar, verificar, contrastar.

González y Navas (2016, Colombia) recuerdan en su trabajo de grado en la Universidad del Norte que la "... construcción de la memoria colectiva de un país, no es tarea de los historiadores

únicamente, los periodistas por medio de su labor también contribuyen a la preservación de la memoria histórica". En eso coincidimos quienes nos dedicamos al oficio: dejamos registro.

Esa construcción de memoria practicada para ser difundida en medios tradicionales tiene una manera directa de consulta: la física. Sin embargo, los medios informativos nativos (los que reconocemos que nacen desde y para plataformas digitales) parecieran tener un camino más empedrado que nos permita rastrearlos. Seguimos construyendo registro en la era del Internet y de hiperconexión con más y mejores herramientas de búsqueda y alcance de la información, pero paradójicamente parece ser más compleja la tarea de su permanencia en ese "construir memoria", al formar parte de un sinfín de contenidos periodísticos que comparten (o compiten) plataformas, formatos y algoritmos.

DOSSIER

UNA CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDO
SEGMENTADA Y ATOMIZADA

La producción de los contenidos periodísticos sigue una tendencia hiperlocal y especializada que le permite generar valor en medio de tantísima oferta, no solo en diversas plataformas, sino también en una competencia desigual de formatos.

Avanzamos en el ejercicio del periodismo por un camino que demanda cada vez más niveles de especificidad. Esto sin dejar que la digitalización de los procesos supere la producción humana del periodismo, como lo indica Javier Darío Restrepo (2009) en su texto *El deber ético de la respuesta*

A esto también se suma la especificidad del consumo. Las audiencias demandan, cada vez más, contenidos específicos en formatos particulares (y hasta impensables hace un par de décadas). Por ejemplo, en un debate entre profesores y estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Andrés Bello en abril de este año, un estudiante destacaba que su forma de consumir contenido periodístico es a través de la plataforma Tik Tok, en formato ilustrado con posibilidad de interacción con los contenidos. Es decir, no solo se desarrolla un interés específico por un tema en especial, sino que además es cada vez más común buscar ese tema de interés en formatos determinados, incluso con duración predeterminada: no muy largos; y por si fuera poco la capacidad de escogerlo en forma de caricatura y no en simple texto.

Avanzamos en el ejercicio del periodismo por un camino que demanda cada vez más niveles de especificidad. Esto sin dejar que la digitalización de los procesos supere la producción humana del periodismo, como lo indica Javier Darío Restrepo (2009) en su texto *El deber ético de la respuesta*, cuando señala que la aplicación tecnológica en comunicaciones implica un avance de la técnica y un retroceso de lo humano si no se respeta ni se honra el compromiso permanente con las audiencias.

PLATAFORMAS EFÍMERAS Y EXIGENTES

Cada innovación en los procesos de la comunicación exige el desarrollo de estrategias específicas. En el terreno de la difusión esas plataformas sobre las que circulan los contenidos imponen constantes cambios, actualizaciones, algoritmos y demás ámbitos de funcionalidad y operatividad.

Son esas plataformas las que alimentan la multiplicidad de contenidos y elevan exponencialmente las cantidades de producción de contenido espontáneo y también la producción profesional de información periodística, que conviven en el ciberespacio.

Hace poco más de dos décadas se iniciaba la transformación de la prensa tradicional, de analógica a digital. Los contenidos se volcaban de páginas impresas y transmisiones radioeléctricas, a las pantallas de las computadoras cuando todavía no existía la multiplicidad de dispositivos ni plataformas. Se editaban textos visionarios como *La prensa sin Gutenberg*, que para finales del siglo pasado daba cuenta de lo que vendría: un ciberespacio en crecimiento indetenible que entre 1993 y 1997 pasó de 250 sitios web a casi tres millones. Esto vaticinaba no solo un feroz crecimiento sino una producción periodística que respondería a nuevas formas de búsqueda y difusión de las informaciones, sin dejar de considerar que ese registro también tendría una forma de consumo y permanencia variable.

Esas innovaciones aparecen, cambian, revolucionan los procesos de producción de contenidos a ritmos complejos. Por ejemplo, un texto reciente de *La Vanguardia* (España) retoma la lectura de la prensa tradicional como una forma eficaz de mantenerse informado, visto el declive de apertura de contenidos relacionados por hipervínculos en medios digitales: es decir, cada vez menos las audiencias activan la lectura sugerida para complementar la información, lo que parece indicar que los *links* podrían desaparecer en las construcciones de textos periodísticos en redes sociales porque “basta” con leer el título y parte del primer párrafo.

Lo que está claro en la construcción de contenidos en plataformas de difusión de textos periodísticos que luego serán memoria, es el proceso

de cambio y reconfiguración permanente. Por ejemplo, otro texto de *The Economist* vaticina que las redes sociales tienden a disminuir sus audiencias y productores de contenidos para migrar a espacios privados de intercambio de contenidos, como aplicaciones de mensajería instantánea.

LAS BASES QUE NO CEDEN

Frente a la dinámica de la producción y consumo de contenidos informativos, el periodismo sostiene sus bastiones. La naturaleza de las tecnologías de la información y la comunicación supone una disociación entre la producción periodística y los linderos geográficos, convirtiendo –cada vez más– al oficio en una actividad propia de la globalización que trasciende las fronteras y de manera directa incide en la aproximación a la búsqueda de la información y de forma inmediata en la producción, difusión y, claro que también, en el consumo de los contenidos que van construyendo a su vez la memoria.

La premisa sigue tan vigente como en su origen: el periodismo se compromete ante todo con los ciudadanos, con sus necesidades de mantenerse informados y con otorgar la voz a quien no la tiene. Independientemente de los “aparatos” que se usen para ello y los mecanismos que permitan su difusión.

Hemos sido (y seguimos siendo) testigos de cómo el ejercicio periodístico está en permanente revisión de sus formas de aproximación a las fuentes de información para la construcción de los contenidos adecuados a las innovaciones de las plataformas para su difusión eficiente, siempre respetando sus principios teóricos inquebrantables y los compromisos que asume con las audiencias. En ese sentido, también se desarrollan innovadoras estrategias y técnicas en la búsqueda de la información para lograr ese objetivo de construcción de contenidos simbólicos que informan y a la vez dejan registro, pero que sobre todo puedan satisfacer las necesidades y expectativas de las audiencias.

A pesar de la indetenible metamorfosis de las plataformas de difusión que son “almacén” de los registros, la búsqueda y rastreo de esos contenidos también encuentran sus caminos para navegar en esos profundos y crecientes océanos de fugacidad para seguir construyendo memoria.

YSABEL VILORIA

Profesora de Periodismo UCV. Coordinadora editorial de *Historias que laten*. Parte del Observatorio Venezolano de Fake News. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.