

PRESENTACIÓN



Ornela Carboni

Es doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), magíster en Industrias Culturales: políticas y gestión de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y licenciada en Comunicación Social (UNQ). Es docente ordinaria de la Universidad Nacional de Quilmes. Se ha desempeñado como docente de posgrado en la UNQ, en la UNLP y en la USAL. Ha participado en diversos congresos y jornadas nacionales e internacionales ligados al campo de la comunicación, específicamente en temáticas vinculadas a los procesos de organización productiva y del trabajo en las industrias culturales.



Ezequiel Rivero

Es doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y magíster en Industrias Culturales: políticas y gestión (UNQ). Es docente de grado y posgrado en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Es becario postdoctoral del CONICET y miembro del Centro Industrias Culturales, Políticas de Comunicación y Espacio Público (ICEP). Investiga sobre industrias culturales en la convergencia.

Los procesos de digitalización, convergencia y plataforma de las industrias culturales han generado de modo concomitante desplazamientos en las formas de producir, distribuir, exhibir y acceder a contenidos periodísticos que, por su relevancia en el debate público, en la formación de opinión y en la convivencia democrática, además del alto valor industrial, poseen impacto a nivel simbólico. Tanto la digitalización de empresas periodísticas tradicionales como la emergencia de medios digitales nativos de internet traen consigo una serie de bondades y controversias que afectan las formas de producción de las noticias, las mutaciones en las características de los contenidos propiamente dichos, los cambios en los mecanismos de visibilidad y el acceso a la información, y traen nuevos desafíos para la sostenibilidad y los modelos de negocios.

En este contexto, desde el Centro de Investigación Industrias Culturales, Políticas de Comunicación y Espacio Público de la Universidad Nacional de Quilmes (ICEP-UNQ), se organizó el Seminario "Algoritmos y Periodismo. El Nuevo Orden Informativo de los Medios Digitales". El encuentro se realizó los días 3 y 4 de octubre de 2022 en la Casa de la Cultura del Fondo Nacional de las Artes, y contó con paneles y ponencias académicas que reunieron a periodistas, investigadores/as y trabajadores/as de la comunicación para debatir sobre el impacto de los algoritmos en el ejercicio periodístico.

El título del Seminario contiene un guiño a la bajada del clásico Informe MacBride de 1980, que convocaba "Hacia un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, más justo y más eficiente".¹ La expectativa por una comunicación más justa y democrática de entonces, renovada con la masificación del uso de internet a mediados de la década de 1990, devino en ambos casos en

la configuración de escenarios dominados por unos pocos grandes protagonistas de la comunicación a niveles nacionales y globales, altamente concentrados por cierto.

Durante la mesa de apertura del evento, Martín Becerra, director del Centro ICEP, señaló que la programación algorítmica de las plataformas digitales tiene un carácter pedagógico en la medida en que modifica la manera en que las noticias se redactan, se ponen a disposición de las audiencias y circulan socialmente, afectando el tipo de conversación pública sobre los temas más cercanos y sobre aquellos más alejados de la experiencia directa de las personas.

Mónica Neffke, gerente de Operaciones del Fondo Nacional de las Artes, destacó la importancia de comprender las diferentes aristas que componen la problemática del Seminario, no solo para las propias instituciones afectadas de forma directa por las mutaciones en curso, sino para organismos cuyo financiamiento depende del cobro de gravámenes a empresas mediáticas con modelos de negocio inciertos o en vías de transformación.

Por su parte, Carlos Marino, director del portal de información y opinión *Letra P*, se refirió a la existencia de un nuevo paradigma de verdad emergente del funcionamiento algorítmico de parte de la actividad periodística. También señaló como ejes problemáticos la concentración del mercado publicitario digital en manos de pocas empresas globales de tecnología, la opacidad en las formas de funcionamiento de los algoritmos y la ausencia de regulaciones específicas para plataformas de gran poderío económico y con capacidad de incidencia sobre la construcción del debate democrático y la producción de conocimientos.

Finalmente, Alfredo Alfonso, rector de la Universidad Nacional de Quilmes, destacó el alto nivel de consumo informativo a través de dispositivos móviles, en particular

¹ MacBride, S. y otros, *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, p. 8.

teléfonos inteligentes, donde grandes empresas globales como Google tienen mayor ventaja y capacidad para tomar decisiones sobre los contenidos que se exponen o se invisibilizan, hechos que afectan no solo a la conversación pública sino incluso a casos puntuales de procesos electorales.

Esta edición incluye una serie de cinco textos,² cada uno de los cuales presenta las discusiones centrales sostenidas durante el evento. Cada texto introduce debates teóricos en boga, al tiempo que recupera casuística, datos e intervenciones textuales de los/las expositores/as, así como los aspectos salientes de las instancias de reflexión registradas al cierre de cada eje.

1. En primer lugar, en su artículo “El poder de las plataformas en el periodismo digital”, Florencia Sosa repone dos discusiones centrales: la incidencia de las políticas de las plataformas digitales en la circulación del discurso online, por un lado; y el impacto de las prácticas de moderación y edición de contenidos en los procesos de producción, circulación y distribución de noticias, por el otro.

2. Luego, el texto “La dieta informativa de la sociedad argentina y sus cambios” de Carla Antonella Arcangeletti Yacante, Natalí Schejtman y Sofía Paula Sánchez, introduce la pregunta sobre cuál es el rol de la recepción en la configuración de la agenda, a partir del conocimiento de las métricas y la inclusión (conflictiva) de las audiencias en el diseño de las propuestas periodísticas.

3. En tercer lugar, en el trabajo “Modelos de negocios e impacto en contenidos: la distribución de la ‘renta digital’”, Florencia Antueno presenta una serie

de discusiones en torno a la distribución de la ‘renta digital’, las transformaciones en el campo publicitario, su impacto en la producción/edición de contenidos y el rol del Estado.

4. A continuación, Celeste Gómez Wagner y Victoria Albornoz Saroff, en su trabajo “El impacto de la digitalización de los medios en los derechos laborales”, advierten un corrimiento de las figuras clásicas de las relaciones laborales y un incremento del control algorítmico que impacta de manera determinante en las condiciones laborales, la organización del trabajo y presenta nuevos desafíos para la organización colectiva de las y los periodistas.

5. Finalmente, Ana Bizberge repone las ideas centrales de la mesa de cierre del Seminario en la que Menno Cox (jefe de sector de aspectos globales de servicios digitales y plataformas en la Dirección General de Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnología de la Comisión Europea) y Ángel García Castillejo (director de Políticas Audiovisuales de Radiotelevisión Española -RTVE-) exponen las principales transformaciones regulatorias a partir de las directivas sobre servicios (DSA) y mercados digitales (DMA) de la Unión Europea.

El Seminario propone un ejercicio intelectual para repensar las prácticas cotidianas en torno a la producción de información, quiénes son los actores en pugna en este terreno global y deslocalizado, qué lugar ocupan las grandes plataformas, qué espacio retienen las empresas periodísticas nacionales, de qué modo pueden intervenir los Estados y cuáles son los derechos ciudadanos en riesgo. Asimismo, en el evento quedó de relieve la importancia de contar con agendas supranacionales que aporten marcos normativos y regulatorios en función de la vital importancia que han adquirido los datos y, por lo tanto, su definición y tratamiento.

² Las citas directas que fueron recuperadas de las exposiciones orales de los especialistas –realizadas en el marco de “Algoritmos y periodismo. El Nuevo Orden Informativo de los Medios Digitales”– se consignan solo con la referencia al autor.

Por otro lado, se consideraron los derechos laborales de los trabajadores de los medios de comunicación, la reorganización productiva tanto al interior de las empresas mediáticas como en su relación y contacto con las plataformas, los modelos de negocios y la distribución de los dividendos digitales. También, se hizo foco en la construcción de las agendas y la cobertura temáticas de los medios digitales, la aplicación y uso de los sistemas de métricas en la toma de decisiones, las interacciones entre la *home* de los portales de noticias y las redes sociales, y el consumo cada vez mayor de información de modo incidental.

En su conjunto, los artículos que integran este número introducen una agenda de investigación y debate en torno a un objeto en estado de transformación, que presenta novedades de forma regular y sobre la que el Centro de Industrias Culturales, Políticas de Comunicación y Espacio Público continuará realizando aportes en sus producciones por venir.



Maestría en Industrias Culturales:
Políticas y Gestión
https://bit.ly/MIC_UNQ