



Correo del Orinoco 14 aniversario

En tiempos de transformación en el ámbito comunicacional y cuando ya casi culmina este mes de agosto, cumplimos un año más informando, difundiendo opiniones, gestión de Gobierno, el acontecer internacional y muchas veces el quehacer de nuestras comunidades en los distintos sectores sociales, que siempre tendrán un valor especial para nosotros ya que al mismo tiempo se convierten en nuestros lectores recurrentes tanto en periódico como a través de nuestra página web y cuentas en redes sociales.

En pleno 2023, ante el auge en el consumo de contenido en las plataformas digitales, nos dirigimos hacia la implementación de más cambios en las dinámicas in-

formativas, acciones que nos llevarán a la renovación para aplicar nuevas formas en la difusión de noticias a fin de convertir a este medio en un “gran influencer” de la verdad de nuestro país, con información fiable, verificada y siempre con la determinación de contrarrestar las *Fake News* en favor de una comunicación generadora de paz, multiplicadora del conocimiento a través del análisis de hechos y con el ejercicio de un periodismo que sepa interpretar los códigos de la nueva época procurando impactar a nuestra juventud de forma positiva, tomando en cuenta el surgimiento, desde hace un tiempo, pero de forma más acelerada en los últimos años de la Inteligencia Artificial.

A la vista de todos estos elementos presentamos para ustedes en esta Edición Especial Aniversaria una serie de análisis que aportarán un poco más al debate que ha surgido sobre el fin o no de la prensa escrita, y de continuar existiendo cómo adaptarla a las nuevas demandas comunicacionales “en medio del dilema de los nuevos tiempos”. Además nos preguntamos si la Inteligencia Artificial constituye “¿Una herramienta o destrucción de la raza humana?”, temas que tienen varias perspectivas dependiendo con el lente que se lea.



Al periódico al parecer todavía le queda pólvora por quemar en esta era digital

El *Correo del Orinoco* arriba a 14 años en medio del dilema de los nuevos tiempos

En el debate sobre la pertinencia o no del periodismo de papel, ante el surgimiento de plataformas digitales y las redes sociales, no hay sentencias categóricas ni categorías definitivas, aunque más de uno ya ha firmado la carta de defunción de la prensa escrita. El *Correo del Orinoco*, en el contexto de un nuevo aniversario, expone algunos argumentos sobre este apasionante tema

T/ Manuel Abrizo
I/ Iván Lira
Caracas

El *Correo del Orinoco* arriba a 14 años de fundado por el presidente Hugo Chávez (el 30 de agosto de 2009) en una época y años en que, sobre todo la prensa escrita, parece tener los días contados ante el avance, el uso y penetración de los medios digitales y las llamadas redes sociales. Incluso, algunos han casi redactado el acta de defunción y le han puesto fecha, aunque la misma se ha ido extendiendo. Se pronostica que para 2043 se imprimirá la última hoja (de papel) de un medio escrito, es decir, de lo que por más de 200 años se conoció como el periódico.

Diversos estudios e investigaciones, sobre todo provenientes de Europa, y entre ella España, coinciden con el vaticinio de que las perspectivas de sobrevivencia del llamado periódico dependen de su adaptación y adopción de nuevas propuestas, ante los retadores horizontes abiertos por la tecnología.

De hecho, desde hace años, los dueños de los grandes y más importantes medios de comunicación escritos del mundo “husmearon” esa especie de muerte lenta que se avecinaba, hicieron caso a los especialistas y fueron emigrando paulatinamente hacia la tecnología digital.

Otros, simplemente cedieron a la merma del mercado publicitario, cuya torta se dirigió a otros medios, viéndose obligados a emigrar del papel a la pantalla, esa ventana que tenemos al frente, transformada en una poderosa herramienta, a través de la cual podemos mirar en tiempo real lo que ocurre en lugares ignotos, sin levantarnos del asiento.

En Venezuela, con respecto al periodismo de papel, ocurrió un fenómeno que llama la atención: la desaparición de los grandes medios escritos se dio antes de lo esperado, en circunstancias muy particulares.



Grandes diarios como *El Nacional*, *El Universal*, *Panorama*, *El Carabobeño*, desaparecieron de los quioscos, ante el estupor de sus lectores.

Las causas son variadas. Unos, incapaces de asumir sus errores y propias culpas, y de analizar el panorama sin autoengaños, le echan la culpa al “rrrrrrégimen chavista” como causa de todos sus males. En verdad, la ola que revolvió en la playa a la prensa escrita venezolana y le hizo tragar arena, tiene múltiples aristas.

La crispación política que ha vivido Venezuela, desde la llegada del comandante Chávez al poder en febrero de 1999, puede mencionarse como una de las causas de la desaparición de los grandes medios impresos. Si examinamos el papel de los medios de comunicación en el golpe de Estado empresarial de abril de 2002, se observa el alineamiento del llamado “cuarto poder” con los poderes fácticos, agrupados en Fedecámaras, la iglesia, una parte del sector militar y sindical, y agentes externos. Esas mismas fuerzas lanzaron toda la carga de caballería en el golpe petrolero de diciembre del 2002. Una vez más fracasaron.

A medida que el poder económico apostó al colapso de la economía y al empobrecimiento de los venezolanos, se contrajo la actividad empresarial y disminuyó sustancialmente el mercado publicitario, de forma que los grandes medios escritos se vieron privados de su

principal soporte: la venta de avisos, por lo cual se afectó el número de páginas, el tiraje y la circulación. Por otro lado, el gran anunciante, el Gobierno Nacional, restringió, como era de esperarse, la publicidad en prensa escrita, radio y televisión privados, alineados con el golpismo.

A partir del fallecimiento del comandante Chávez, la oligarquía criolla combina la guerra económica contra el pueblo venezolano (baja de la producción, desaparición de los productos de la cesta básica y de las medicinas), mientras que la clase política de extrema derecha aípa las llamadas sanciones a Venezuela.

En consecuencia, se produce el bloqueo de los recursos y la confiscación de las empresas del Estado en el exterior, aunado al ataque a la moneda, la salida del sistema de pago Swift (Sociedad para las Telecomunicaciones Financieras Interbancarias Mundiales), las medidas contra Pdvs, las sanciones a sus buques, el ataque al sistema eléctrico, el sabotaje de los servicios públicos, la persecución y el cerco a importaciones de repuestos, insumos, materias primas.

En este terrible panorama, los medios impresos se quedaron sin el camión que colocaba el periódico a las siete de la mañana en cualquier Quosco del país. No había cauchos ni baterías, los choferes renunciaron. Además, faltaban los insumos: papel, tinta, planchas. Adicionalmente, los periodistas y el personal administrativo y obrero se fue retirando.

Las rotativas se paralizaron; quedaron para chatarras en algunos casos.

Para colmo de males, más allá de la agresión multifactorial que sufrió, y sufre Venezuela, apareció la pandemia por el Covid-19, por lo cual se tuvo que “entubar” al periódico, que prácticamente desapareció de las calles.

En el último año, con el respiro que ha vivido la economía venezolana y la desaparición de la Covid-19, el periodismo impreso ha ido apareciendo en los kioscos, aunque no en la misma profusión de antaño. Son los casos de *Últimas Noticias*, que nunca ha dejado de circular; de *Notitarde*, en el estado Carabobo; *La Voz*; *2001*, los deportivos *Meridiano* y *Lider* y, por supuesto, el *Correo del Orinoco*, gracias al soporte gubernamental.

En cuanto a la desaparición definitiva de los periódicos y sus posibilidades de sobrevivir, todavía hay tela dónde cortar. Algunos sostienen que todavía le quedan algunos años de saldo, igual que el libro.

Existe la duda sobre si la transición a la lectura digital sea simplemente una cuestión generacional, es decir, de tiempo o si permanece algún resquicio de respiro por el cual el periódico pueda colarse.

A las redes sociales, de las cuales se afirma ligeramente que son por dónde la gente se está informando, se le atribuyen ciertos atributos y consecuencias no deseables, como la de privilegiar la aten-



ción de los sentidos de la vista y el oído, en desmedro del cerebro, lo cual llevaría a la atrofia y disminución de la capacidad de razonar, aunque eso estaría por verse y quizá sea exagerado.

Durante años y siglos, los grandes debates públicos en torno a los retos, problemas, dilemas, planteados en una sociedad, se hicieron en gran medida en la prensa escrita. Hoy, salvo los portales digitales dedicados al análisis, la divulgación especializada y el examen de la geopolítica mundial, en las redes sociales se observa una información de titulares y algunos párrafos, que aparecen y desaparecen en ráfagas. Además, la capacidad de manipulación, los montajes, la tergiversación de los acontecimientos, se han vuelto más refinados y difíciles de detectar, incluso para los duchos y entendidos.

PUESTA EN ESCENA Y EMBALAJE

Un estudio de Samia Benaissa Pedriza, profesora e investigadora de la Universidad Complutense de Madrid, publicado en la revista *El Argonauta español* (2019) arroja unas cuantas luces en cuanto a la coyuntura que vive la prensa escrita.

En su diagnóstico, la académica señala:

“... En la actualidad, el nivel de confianza y credibilidad que alcanza la prensa escrita sigue siendo mayor que el registrado por los diarios digitales, los agregadores de noticias y las redes sociales. Según datos del Reuters Institute (2017), solo el 24 por ciento de los encuestados consideran que las redes sociales son capaces de diferenciar los hechos reales de los falsos, frente al 40 por ciento respecto a los medios tradicionales. En esa línea, Ricardo Gandour habla de “fragmentación digital” para referirse no solo a la compartimentación de las audiencias, sino también al fenómeno de



la proliferación de opiniones, rumores e información sin contrastar que conviven con piezas periodísticas elaboradas por profesionales en el medio digital. La alta tasa de circulación de *fake news* (o noticias falsas) en el medio digital es un fenómeno generado por el relajamiento o la ausencia de controles efectivos de la información. Una práctica contraria a los procesos de verificación que se llevan a cabo de forma profesional y habitual en la prensa escrita”.

También señala que “... los medios escritos deben aprender a rentabilizar el descrédito que sufre la información que circula por las plataformas digitales y las redes sociales más utilizadas e incrementar su reputación de medios auténticamente veraces y confiables. Financiar departamentos de verificación de datos es una inversión segura para un medio escrito en una época especialmente sensible a la cultura de la imagen y la reputación social. Parafraseando a Ignacio Ramonet, es ahora cuando se hace más necesario que nunca evitar que ‘... la puesta en escena y el embalaje

predomine sobre la verificación de los hechos...”.

Más adelante dice: “... En definitiva, la prensa escrita debe esforzarse por elaborar productos atractivos y competitivos, con valor añadido y excelencia informativa, dirigidos a un público objetivo más exigente cuyos intereses de lectura difieren de los de la prensa digital, tanto en lo que respecta a los contenidos como a los hábitos y tiempos de consumo de información. Para poder encontrar su sitio, la prensa escrita debe seleccionar muy bien qué tipo de contenidos quiere ofrecer, así como el enfoque informativo y la línea editorial por la que será reconocible en un mercado en el que comienzan a despuntar publicaciones independientes, principalmente desde las filas del periodismo narrativo digital (como las españolas *Not Down* y *CTXT* o *De Correspondent* y *The Atavist*), que también están ofreciendo a comunidades de lectores cada vez más numerosas, información de tipo analítico, correctamente verificada, profunda y rigurosa.

CONCLUSIONES

Aunque el estudio de la profesora Samia Benaissa Pedriza se circunscribe al ámbito español y europeo, sus aportes son válidos para la prensa en general, incluyendo la venezolana. Entre sus conclusiones señala:

“... La crisis que afecta al sector de la prensa escrita dura más de medio siglo, aunque ha sido en la última década cuando sus efectos se han dejado sentir con mayor intensidad a nivel global. El descenso en picado del número de tiradas, de la difusión y, sobre todo, del número de lectores anuncia la llegada de una transformación profunda de los modelos informativo y de negocio sobre los que se ha sustentado hasta fechas recientes este tipo de prensa.

“... Las causas de la crisis son múltiples y variadas. Del análisis practicado se deduce que no existe un único factor que esté originando el desmantelamiento de las estructuras sobre las que se ha construido la relación entre medios escritos y lectores durante los dos últimos siglos. La crisis del modelo de negocio, la llegada de nuevos competidores o los cambios acontecidos en los contenidos y los modos de informar no parecen constituir por sí solos factores suficientes para abocar a la prensa escrita a su desaparición a corto plazo.

“... Los medios impresos deben poder ofrecer productos informativos diferenciados y atractivos para una nueva audiencia de lectores. Productos competitivos y que además potencien su imagen de marca y su reputación. Por otra parte, una mayor participación de la audiencia en la elaboración de los contenidos también es susceptible de mejorar la interacción y el grado de fidelidad con el medio.

“... Para mejorar la relación entre los medios escritos y las nuevas generaciones de lectores, es preciso que los medios aprendan a moverse con soltura en el universo digital. La convergencia de medios escritos y digitales permite difundir los contenidos de la prensa escrita en nuevos canales de distribución, como las plataformas de medios digitales que favorecen un *feedback* más intenso y productivo entre emisores y receptores.

“... En los últimos tiempos, se está produciendo una transición del modelo tradicional de prensa de masas en el que los medios escritos eran capaces de atraer fácilmente a un número millonario de lectores mediante contenidos de calidad, hacia otro en el que convivirán distintos modelos de prensa: escrita, digital, en redes sociales, radio y televisión. El asentamiento del nuevo modelo de cultura digital propio del nuevo milenio ha puesto a la prensa escrita en una encrucijada, que tiene ahora dos opciones: abandonarse lánguidamente a su suerte o resucitar renovada. Y en el contexto de esa renovación, los medios tendrán la posibilidad de concentrarse en un lector *gourmet* y exigente, dispuesto a pagar un precio mayor de acceso, o intentar llegar a un público más amplio. Esta última podría ser la estrategia más interesante para recuperar un poder de influencia perdido en favor de los medios digitales y del resto de nuevos actores de la comunicación”.



Ilustración Iván Lira

CORREO DEL ORINOCO

Miércoles 30 de agosto de 2023 | N° 4.615 | Año 14 | Bs 10 | Caracas | www.correodelorinoco.gob.ve

La artillería del pensamiento

¿Una herramienta o destrucción de la raza humana?

Tengo la convicción que la Inteligencia Artificial existe desde hace mucho tiempo, quizá no tan desarrollada como la presentan ahora, pero hay indicios de su presencia en algunas actividades de la vida cotidiana, como por ejemplo en buscadores como Google, en los algoritmos, en la data, en SEO y todos esos procesos que se hacen muy rápidos con equipos de alta tecnología.

Según la revista trimestral de la Unesco, *El Correo*, en un artículo escrito en 2018: “*Inteligencia artificial: entre el mito y la realidad*”, la Inteligencia Artificial existe desde 1956 y su origen se ubica en el Dartmouth College, en Hanover (Estados Unidos) en un curso dictado por los investigadores: John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester y Claude Shannon.

El artículo fue escrito por un experto, el profesor e investigador Jean-Gabriel Ganascia. (Francia) quien además es

miembro de la Asociación Europea de Inteligencia Artificial (EurAI) y forma parte de otras prestigiosas instituciones.

¿Por qué Elon Musk, Stephen Hawking y Bill Gates se alarmaron con los últimos lanzamientos de la IA? Cada uno tenía sus propias razones. Es posible que la “preocupación” de Musk es la más hipócrita de todas pues mientras alertaba por los peligros de destrucción de la humanidad, se preparaba para lanzar su propia empresa de IA.

Bill Gates, por su parte alertó sobre los peligros ocultos de la IA en el trabajo, la educación y la democracia, pero matizó luego, al señalar que la introducción de nuevas tecnologías siempre trae amenazas y por la tanto hay que aprender a controlarlas con regulaciones.

La advertencia de Stephen Hawking en 2018, antes del lanzamiento de la plataforma ChatGPT y todas las similares que en cadena se dieron a conocer, es la más dramática de todas: “Podemos enfrentarnos a una explosión de inteligencia que, en última instancia, resulte en máquinas cuya inteligencia supere a la nuestra en más de lo que la nuestra supera a la de los caracoles”. En 2014 había dicho que “el desarrollo de una completa Inteligencia Artificial podría traducirse en el fin de la raza humana”.

Allí está la clave: el desarrollo de una completa IA. Hasta ahora hemos visto facetas, tips, pequeños avances como los buscadores, la big data, los algoritmos

y ahora las plataformas tipo ChatGPT que desarrolla técnicas para generar textos parecidos a los que pueden crear los humanos. Pero ¿Qué es lo que viene? ¿La IA completa que trae? ¿Será que nos leerá el pensamiento, manipulará nuestras necesidades, penetrará en el mundo de la neurociencia?

La IA es una herramienta que depende del uso que se le dé y de lo ético que sea el usuario o usuaria. Hasta allí todo bien.

Eloisa Lagonell