

Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos, de Adriana Amado

Javier Cabello Candela (*)

<https://orcid.org/0000-0003-1804-2471>

La docente, investigadora y periodista argentina Adriana Amado nos entrega un libro fundamental para entender el periodismo en la actualidad en pleno avance incesante de las nuevas tecnologías. La lectura de las 324 páginas del libro “Las metáforas del periodismo” servirá para situarnos y comprender con mucho detalle a los medios de comunicación y las redes sociales. El privilegio de la investigadora Adriana Amado, para poder analizar muy de cerca a los mass media, es que incursiona paralelamente en dos espacios que finalmente resultan productivos, pero sobre todo provechoso para sus fines académicos. Es decir, realiza su carrera como docente y de periodismo en un canal de televisión, lo que la ayuda a analizar los contenidos que producen diariamente los medios de comunicación.

Como lo afirma la misma autora, doctora en Ciencias Sociales, trata de convertirse en la traductora para poder contar o revelar lo que pasa dentro de los medios con sus limitaciones y condicionamientos. Asimismo, resalta con contundencia y de alguna manera busca desmitificar afirmaciones de teóricos que en décadas anteriores presentaron una verdad recalcitrante para seguirlo como modelo. Una de ellas es que el periodismo es un espejo de la realidad de la sociedad. Amado se muestra totalmente contraria a dicho “postulado” y es una de las metáforas que en las primeras páginas de su libro comienza a desmenuzar. Explica que el periodista siempre contará una historia desde una perspectiva; es decir, desde un punto de vista personal y valorativo debido a la complejidad que demanda entender todo un sistema o contexto de un hecho noticioso con la finalidad de entregar lo más claro posible y rápido a su público. Sostiene que el periodista es más un traductor que un espejo, debido a que su relato pierde algunos detalles del mensaje en el momento de difundirlo por buscar la inmediatez y sobre todo la comprensión.

Resalta que la coincidencia de ambas categorías: inmediatez y comprensión, es una tarea ardua en el periodismo. “El sistema conceptual humano organiza las realidades cotidianas a través de conceptos de naturaleza metafórica, y su análisis permite comprender la lectura social de las actividades: en este caso, el periodismo” (2021, p. 26). Asimismo, la periodista argentina analiza las metáforas del cuarto poder, servicio público, la verdad, libertad de prensa entre otras. Además, resalta la importancia de las redes sociales y su impacto en el periodismo. Sostiene que las redes sociales trajeron una conversión pública que se ha convertido en masiva. En ese sentido, se debe tener en cuenta el aprendizaje de un nuevo lenguaje que traspasa fronteras y llega a los medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión y radio).

Un antecedente histórico que presenta la analista de medios en su libro y resulta fundamental resaltar es la presencia oportuna del novelista, dramaturgo y periodista francés, Honoré de Balzac, a quien referencia para contextualizar el comportamiento del periodismo en una sociedad. Decide citar su grandiosa novela “Las ilusiones perdidas” para entender cómo determinadas actuaciones dañinas de la prensa se repiten en la actualidad, pero con la aparición de distintos ejercicios irresponsables o denominaciones como las noticias falsas. De esta manera, la obra literaria de Balzac ayuda a vislum-

brar el tránsito controversial de la prensa a mediados del siglo XIX y que Amado la comparte para entender que la historia no ha cambiado tanto en estos nuevos tiempos.

“Durante el siglo XIX, el periodismo se afirmó como oficio destinado a preparar contenidos para difusión masiva dentro de una prensa dominada por identidades ideológicas y, crecientemente, por objetivos mercantiles. Se suponía que el periodista no se encargaba de las cuestiones técnicas, propias de artesanos, ni de las financieras, que nacieron atadas a la propaganda y luego intentaron superarse con la publicidad, dividiendo el financiamiento en pequeños anuncios que pagaban diversas personas en lugar de un patrocinador único que usaba el medio como plataforma política. Entonces ya era más barato comprar al periodista que un espacio en el periódico, como cuenta Balzac” (2021, p. 41). En esa misma línea también Balzac demuestra su crítica a la prensa de su tiempo a través de su monumental ensayo “Los periodistas: Monografía de la prensa parisina”.

Asimismo, Amado cuando expone la metáfora del servicio público realiza una equivalencia entre la información como servicio público y el agua. Sostiene, en una interpretación aguda, que no todos estarían recibiendo dicho bien o servicio público de manera igualitaria, como debería corresponder en una sociedad donde supuestamente sus integrantes cuentan con los mismos derechos. Amado puntualiza que quien pueda pagar más tendrá mayor cobertura y mejores prestaciones a la información al igual que al acceso del líquido elemento. Entonces, de esta manera Amado inicia una discusión a través de esta metáfora y que detrás esconde un carácter exclusivo. La autora realiza el repaso de distintas metáforas utilizadas en el periodismo y que resulta una obligación entenderlas para quienes nos encontramos inmersos en el mundo de las comunicaciones.

Además, el libro “Las metáforas del periodismo” nos introduce a un universo muy cotidiano, en el día a día del periodista, pero poco investigado debido, quizás ahora mucho más, a la irrupción de lo digital. Amado nos presenta una obra original donde las figuras retóricas cumplen un rol primordial en el quehacer periodístico. También resulta crucial señalar el cambio de paradigma que en los últimos años viene sufriendo el periodismo al momento de identificar a los nuevos medios, así como en la retroalimentación del lector. “Si antes se decía ‘lo dijo el noticiero’, ahora se dice que lo dijo el Twitter, sino ‘lo vimos en Twitter’, o ‘lo compartió tal en su Facebook’. Es una operación sutil, pero que marca claramente el paso de un lector-receptor a un usuario-interlocutor” (2021, p. 229). En definitiva, podemos entender que a partir de la lectura de este libro los periodistas debemos de ser más honestos y comprensibles a la hora de informar al público. Y sobre todo adaptarnos a una nueva realidad en el periodismo. Es decir, estar preparados a nuevos desafíos.

*Amado, A. (2021). Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos. Ed. Ampersand. ISBN: 978-987-4161-65-9

* JAVIER AURELIO CABELLO CANDELA

Periodista, docente universitario y coordinador de la Incubadora de Empresas de la Universidad Jaime Bausate y Meza.
Correo electrónico: javier_delpais@yahoo.es