

RUTINAS COMUNICACIONALES: RECONFIGURACIÓN DE ROLES Y COMPETENCIAS EN PERIÓDICOS DIGITALES JUJEÑOS

COMMUNICATION ROUTINES: RECONFIGURATION OF ROLES AND
COMPETENCES IN DIGITAL NEWSPAPERS OF JUJUY

ROTINAS DE COMUNICAÇÃO: RECONFIGURAÇÃO DE PAPÉIS E
COMPETÊNCIAS NOS JORNAIS DIGITAIS DE JUJUY

Evangelina Gonzalez Pratz

■ Professora e pesquisadora da Faculdade de Humanidades e Ciências Sociais da Universidade Nacional de Jujuy (FHyCS/UNJu). Pesquisadora do INEI-UNAJ/CIEPE-CLACSO/-INFIL-UNJu. Pós-doutora e doutora em Comunicação pela Faculdade de Jornalismo e Comunicação Social da Universidade Nacional de La Plata (FPyCS/UNLP). Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM).

■ *Profesora e investigadora en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (FHyCS/UNJu). Investigadora en la INEI-UNAJ/CIEPE-CLACSO/-INFIL-UNJu. Posdoctora y Doctora en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (FPyCS/UNLP)*

■ E-mail: egonzalezpratz@fhycs.unju.edu.ar

Ruben Felix Agüero

■ Mestre em Comunicação e, desde 1999, professor da UNJu. Experiência no Conicet, U. Católica Santiago e U. de Belgrano.

■ *Maestrando en Comunicación y desde 1999 docente de UNJu. Experiencia en Conicet, U. Católica Santiago y U. de Belgrano.*

■ E-mail: rubenfaguero@fhycs.unju.edu.ar

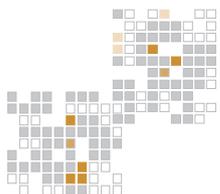
Mercedes Nieva Ágreda

■ Mestrado em Comunicação Corporativa pela Universidad Europea del Atlántico. Professor da Faculdade de Humanidades e Ciências Sociais da Universidade Nacional de Jujuy (FHyCS-UNJu) e da Universidade de Ciências Empresariais e Sociais (UCES).

■ *Magíster en Comunicación Corporativa por la Universidad Europea del Atlántico. Docente en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (FHyCS-UNJu) y en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).*

■ E-mail: mnievaagreda@fhycs.unju.edu.ar

245



RESUMEN

Desde un abordaje de la práctica profesional en comunicación analizamos las reconfiguraciones sobre los roles y competencias de los periodistas de Jujuy, sus rutinas, procesos laborales y modos de apropiación de herramientas en el campo comunicacional. Realizamos entrevistas a periodistas de diarios digitales locales con objeto de comprender los procesos comunicacionales inherentes a un nuevo formato de periodismo local, regional y latinoamericano.

PALABRAS CLAVE: PERIÓDICOS DIGITALES; ROLES Y COMPETENCIAS PERIODÍSTICAS; RUTINAS; PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

ABSTRACT

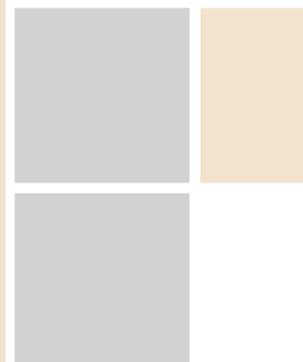
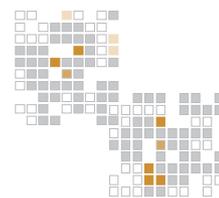
From a professional communication practice approach, we analyze the reconfigurations of the roles and competencies of journalists in Jujuy, their routines, work processes, and ways of appropriating tools. We carried out interviews with journalists from local digital newspapers in order to understand the communication processes inherent in a new format of local, regional, and Latin American journalism.

KEY WORDS: DIGITAL NEWSPAPERS; JOURNALISTIC ROLES AND COMPETENCES; ROUTINES; PRODUCTION PROCESSES. PLATFORMIZATION; ADVERTISING WORK; ADVERTISING *HABITUS*; ADVERTISING FIELD.

RESUMO

A partir de uma abordagem da prática profissional em comunicação, analisamos as reconfigurações dos papéis e competências dos jornalistas em Jujuy, suas rotinas, processos de trabalho e formas de apropriação de ferramentas. Realizamos entrevistas com jornalistas de jornais digitais locais para compreender os processos de comunicação inerentes a um novo formato de jornalismo local, regional e latino-americano.

PALAVRAS-CHAVE: JORNAIS DIGITAIS; PAPÉIS E COMPETÊNCIAS JORNALÍSTICAS; RUTINAS; PROCESSOS DE PRODUÇÃO.



1. Una sinfonía apresurada

En el campo laboral, la práctica de diferentes empresas/medios genera preocupaciones en varias partes del mundo. En países latinoamericanos y especialmente en contextos periféricos, a veces esto causa incertidumbre en el trabajo periodístico. La sinfonía apresurada y constante de un mundo conectado y convergente requiere una formación intelectual y profesional continua, tanto en el uso de nuevas herramientas de medios digitales como en las rutinas laborales diarias.

Trabajadores/as de la comunicación y el periodismo se encuentran en esta situación inquebrantable para mantenerse a flote en la profesión. De manera implacable la inserción de las nuevas tecnologías se impone y, en cierto punto, se apropia del conocimiento y los modos de circulación de información en la sociedad: algunos/as se resisten, otros/as afrontan el uso de la tecnología a diario.

El propósito de este artículo es analizar las reconfiguraciones sobre los roles y competencias periodísticas, rutinas y sus herramientas en el campo laboral de la comunicación en los relatos de trabajadores/as de periódicos digitales de El Tribuno de Jujuy y Somos Jujuy de la provincia de Jujuy durante el 2023. En este trabajo inicial, que se contextualiza en otras miradas y categorías que seguimos estudiando, nos preguntamos ¿Cómo y de qué manera éstos trabajadores/as dan cuenta de la configuración de rutinas/prácticas, roles/competencias y herramientas periodísticas en el día a día del campo laboral jujeño?

Esta investigación tiene dos objetivos complementarios: uno académico, que busca determinar la importancia del bagaje periodístico y las funciones específicas de los periodistas en cada medio, así como la impronta necesaria para la prensa en Jujuy; y otro social, que busca que la audiencia pueda ver las diversas plataformas donde puede observar la

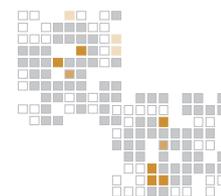
programación algorítmica en estos medios, ver datos incomparables, la polarización de temas y la “cocina” de la información cotidiana. Todos aportes clave para aportar al panorama de un nuevo formato de periodismo local, regional y latinoamericano.

Este estudio fue abordado metodológicamente desde un aspecto cualitativo e interpretativo, enfatizando determinar los aspectos teóricos relacionándolos con la información empírica recolectada. Utilizamos como método el estudio de casos tomando un periódico nacido en versión papel, El Tribuno de Jujuy y otro nativo digital, Somos Jujuy. Para la recolección de los datos recurrimos a entrevistas semiestructuradas elegidas aleatoriamente con preguntas de respuestas abiertas. Seleccionamos 3 (tres) periodistas locales con una experiencia que oscila entre los 7 y 15 años. Los/as periodistas serán mencionados/as como Entrevistada 1 (E1), Entrevistado 2 (E2) y Entrevistada 3 (E3) para resguardar su confidencialidad. Recurrimos también a la investigación bibliográfica, que es clave para el diálogo con los datos empíricos obtenidos.

2. El poder del smartphone

Los periodistas entrevistados sostienen que, actualmente, la herramienta que consideran “indispensable” es “el celular” (smartphone) debido a su versatilidad y ubicuidad. En un contexto convergente, este artefacto es clave en la reconfiguración de los roles y competencias periodísticas.

El periodismo en Argentina ha sido moldeado por la evolución tecnológica a lo largo de la historia. Desde las hojas manuscritas y las prensas a vapor hasta las computadoras y las aplicaciones en los smartphones, la profesión ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos. La reducción de las distancias espacio-temporales gracias al telégrafo y la llegada de internet son



ejemplos de estos cambios (De Marco, 2006). Actualmente, la disponibilidad de diversas aplicaciones abre nuevas posibilidades para la búsqueda de información y la generación de contenidos.

En este sentido, frente a las transformaciones acaecidas en las últimas décadas, cobra relevancia el concepto de convergencia, ya que explica la convivencia de los denominados medios viejos y los emergentes. Sin embargo, esta noción va más allá de un cambio tecnológico donde

La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y las audiencias. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y entretenimiento los consumidores de los medios [...] Tengan bien presente que la convergencia se refiere a un proceso, no a un punto final (Jenkins, 2008, p. 26).

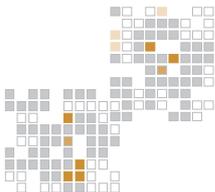
Rost y Liuzzi (2012) sostienen que la convergencia, además de ser un término polisémico, implica cuatro niveles de análisis: económico, tecnológico, comunicacional y profesional. Los cuatro aspectos tienen como columna vertebral la integración; en el caso de lo económico: de empresas, soportes y canales de distribución para dar origen a grupos multimedia; en lo tecnológico, de medios de comunicación con la informática y las telecomunicaciones; el aspecto comunicacional hace referencia a la interactividad entre el periodista y los lectores; por último, la convergencia en el plano profesional explica la integración de las redacciones y como consecuencia de esto, el surgimiento de periodistas multitareas. En este último aspecto es en el que se profundiza en este trabajo, apuntando a dar cuenta de las reconfiguraciones de la práctica profesional en Jujuy.

Articulado con los cambios tecnológicos, la presencia de internet también modificó las rutinas de trabajo. Salaverría (2006) sostiene que internet no solo es la plataforma de los medios emergentes, sino también una herramienta de trabajo para los periodistas porque modifica las tres fases del proceso informativo: investigación (garantizar la fiabilidad de los datos), elaboración (según los diferentes géneros y formatos que propone cada plataforma) y difusión (teniendo en cuenta las características de cada medio, sea impreso, de audio o audiovisual). Intentaremos delinear si esas fases contribuyen, en el contexto de nuestra investigación, a la calidad de información y cualidades intrínsecas a la profesión.

3. Roles y competencias

La teoría de roles busca entender cómo las interacciones simbólicas influyen en el comportamiento de las personas en la sociedad. En el contexto profesional, según Hanitzsch (2007), se propone ver al oficio periodístico como una ocupación universal. El concepto de los nuevos roles se emplea para “capturar la diversidad cultural de los valores y las prácticas periodísticas, y en ocasiones sugieren un consenso global entre los periodistas hacia un entendimiento común” (Hanitzsch, 2007, p. 368).

Para comprender un poco, en la teoría de roles se destaca el Interaccionismo Simbólico, en lo que está relacionado con la intersubjetividad que tanto Mead (1934) como Blumer (1969) consideran la clave para dar sentido a las cosas, contextos y, situaciones que rodean al actor social. Así, no pueden existir significados si no existen interacciones; los roles se configuran a partir de las interacciones, siendo que ellas le dan sentido en la sociedad y, los roles toman formas dinámicas, de acuerdo a su interacción contextual. El concepto de rol es entendido como las funciones normativas y reales del periodismo en la sociedad, “un conjunto de expectativas, valores, normas y estándares que



definen cómo deben funcionar las noticias y las organizaciones” (Hellmueller y Mellado, 2015, p. 4). El concepto de rol es lo que el periodista cree que está bien hacer, pero desde lo ideal, mientras que en su ejercicio profesional acude a diversas prácticas las cuales son repetitivas, estas se consideran el desempeño.

Donsbach (2012; 2014) dice que los periodistas desarrollan las noticias de acuerdo a la percepción que tengan. Además, las transformaciones que vive el sector están alterando las competencias que se demandan a sus profesionales. Aumenta la exigencia de un periodista polivalente (Scolari (et al.), 2008), capaz de realizar diversas tareas y cometidos en el proceso de producción de la información y moverse con fluidez entre los diferentes soportes (prensa, radio, televisión e internet). Pero, se están añadiendo nuevas capacidades que van desde el dominio de los medios sociales (González-Molina y Ortells-Badenes, 2012) hasta la capacidad de gestión empresarial de su propia empresa. Para lo que se han utilizado instrumentos como análisis de contenido, entrevistas a grupos de periodistas, entre otros, con preguntas explícitas de cómo los periodistas definen sus funciones o tareas, así como las calificaciones que le dan a las habilidades que requieren para desarrollar determinado rol.

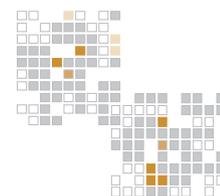
Las habilidades periodísticas han evolucionado con las nuevas tecnologías, pero las competencias tradicionales siguen siendo relevantes. La reinención de la profesión implica que los perfiles clásicos se adapten o coexistan con nuevas funciones periodísticas. Los espacios de prensa y comunicación continúan generando espacios de perfiles emergentes, la cual sobresalen la gestión de nuevos roles como las redes sociales y la participación del público, la narrativa multimedia, los productores de *newsgames* o la visualización de la información, siendo estos como ejemplos paradigmáticos que superan las funciones del periodista tradicional (Mico (et al.), 2013).

4. Procesos y rutinas

Intentaremos contrastar diferentes miradas sobre la producción periodística y la construcción de la realidad, explorando las dinámicas detrás del proceso mediante el cual se elaboran y se difunden los contenidos en dos medios de comunicación jujeños. Al respecto recurriremos a Stange y Salinas (2009) quienes proponen plantear cuestiones con relación a la producción periodística, la complejidad de la noticia y las construcciones simbólicas de los periodistas. Históricamente, la investigación sobre la producción periodística y la construcción de la realidad se fundamentan en el análisis de las rutinas, prácticas y construcciones simbólicas en campo, explorando cómo estas dinámicas influyen en la forma en que se elaboran y se perciben las noticias/contenidos en los medios de comunicación estudiados.

Si nos enfocamos en la producción periodística, el trabajo periodístico se caracteriza por una naturaleza rutinaria y repetitiva, contrastando con la imagen del periodista como investigador/a y reportero/a de campo. Esta percepción se fundamenta en la obra de autores como Rodrigo Alsina (2005) y Tuchman (1983), quienes han señalado la necesidad de repensar esquemas analíticos sobre la profesión, reconociendo la conciencia que los/as periodistas tienen sobre estas condiciones de trabajo. En este sentido, se destaca el papel mediador y fiscalizador de la política que desempeña el periodismo, así como el mito del énfasis en objetividad, la independencia y la honestidad como elementos centrales de la profesión.

En tanto, la complejidad de la noticia se evidencia en las prácticas rutinizadas que caracterizan la producción periodística. Autores como Shoemaker y Reese (2013) describen estas rutinas como parte esencial del proceso de producción de noticias, destacando la reproducción literal de información, la



dependencia de fuentes estables y oficiales, y la estandarización en el tratamiento de hechos. Sin embargo, se plantea el interrogante sobre si los periodistas realmente encuentran la verdad o si operan más como verificadores de hechos basados en prácticas rutinizadas.

La noción de objetividad y su vinculación con prácticas rutinizadas y repetitivas generan construcciones simbólicas, sobre las cuales intentamos dar cuenta en nuestras entrevistas. Clásicos del agenda-setting como M. McCombs y D. Shaw han destacado que los medios de comunicación no solo influyen en la percepción de los problemas, sino también en qué problemas son considerados importantes por el público. Esta dinámica refleja la construcción de la realidad mediática y la influencia de factores políticos e históricos en el trabajo periodístico.

5. Casos: los medios jujeños

El Tribuno de Jujuy (www.tribuno.com/jujuy/), desde 1995 pertenece a la empresa Editora S.A., vinculada a un referente del Partido Justicialista. Es un medio gráfico impreso con versiones locales y de Salta. La empresa posee las radios: FM Sol, FM Tiempo y FM Jujuy. Recientemente inauguró su canal de streaming: “El Tribuno plus” en las plataformas Youtube y Twitch. El diario digital cuenta con perfiles en: Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok. También cuenta con un canal de Whatsapp. En cuanto a su financiación posee pauta publicitaria del gobierno provincial, la cual se refleja en su agenda con contenido de corte oficialista. El medio se maneja con diferentes tarifas para la colocación de la publicidad con diferencia de precios entre la tarifa “oficial” para el gobierno y dependencias del Estado; otra para grandes empresas y bancos; y, finalmente, otros montos para el resto de las comerciales.

El diario digital Somos Jujuy (www.somosjujuy.com.ar) pertenece al multimedia Radio Visión

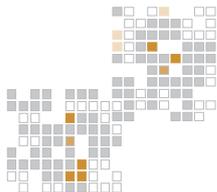
Jujuy S.A., también vinculado a un referente político local. El portal de noticias cuenta con perfiles en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Twitch y TikTok. Los otros medios que componen al multimedia son TV Canal 7 (único canal gratuito por aire de alcance provincial), la radio AM 630 (con el mayor alcance territorial), la FM 97.7, FM Perico, LW5 Libertador Gral. San Martín.

Ambos casos mencionados son considerados conglomerados mediáticos y poseen las características estructurales de un multimedia: financiación principal por parte del pagado oficial, -como veremos más adelante- integración de rutinas periodísticas solapando actividades y pertinencia de los recursos humanos en la producción de contenidos. Ambos reproducen sus agendas y su línea editorial en distintos canales, con una clara estrategia de proliferación de contenidos atados a su sostenimiento financiero o su perfil proselitista.

6. Smartphone, la navaja suiza del periodista

En la práctica periodística es fundamental contar con un smartphone (para referirse a este dispositivo los/as entrevistados/as utilizan el término “celular”) porque “ha resumido distintas herramientas: el audio, la fotografía, la posibilidad de grabar, de editar en el mismo soporte digital” (E2). En este sentido, el proceso de convergencia que atraviesa al periodismo también puede vislumbrarse en el uso de dispositivos tecnológicos: el smartphone es una herramienta que conjuga diferentes posibilidades en el desarrollo de la labor periodística. En términos de Silverstone (2005, citado en Sandoval, 2019), el smartphone posee una doble articulación porque es un objeto tecnológico y un medio de mensajes.

Como objeto, ofrece funcionalidades útiles en el periodismo actual, entre las mencionadas por los entrevistados se encuentran: capturar



imágenes, audios y videos; la posibilidad de albergar diferentes aplicaciones para programar las redes sociales (Meta Business Suite), editar imágenes y videos (CapCut) y desgrabar audios (LuzIA, Pinpoint de Google).

En concordancia con lo planteado por Jenkins (2008) las herramientas para acceder a los contenidos de los medios están cambiando como años atrás, fue el caso de la máquina de escribir, hoy, el smartphone está reemplazando al grabador de voz. Es así que, la E1 expresa: “el grabador (...) como que quedó medio relegado (...) el celular uno siempre lo tiene con carga entonces (...) sacás, grabás, hacés un videíto; entonces, como que es más rápido, más instantáneo. Aparte, tenés un montón de aplicaciones para desgrabar”. Por su parte, la E3, también haciendo referencia a lo imprescindible de esta herramienta tecnológica, menciona que “se hizo una renovación [de celulares] para que todos tengan la capacidad de hacer un video para web”. No es novedad que las posibilidades que ofrece éste dispositivo son claves en el desarrollo de la práctica periodística y establecen un paralelo entre la herramienta y la identificación del periodista “multitareas”.

Indudablemente, el smartphone es útil para llamadas y videollamadas, pero además con la aplicación WhatsApp es clave para la comunicación, coordinación de equipos y creación y circulación de contenido en diferentes plataformas, en un contexto donde la agilidad y la instantaneidad son fundamentales.

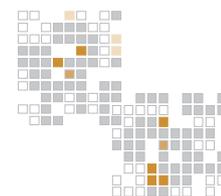
7. El autodidacta, aprendiz y periodista

Los roles y competencias periodísticas buscan interacciones sociales que influyan en el papel de cada individuo, de manera colaborativa, capturando la diversidad de prácticas y valores periodísticos, con el objetivo de alcanzar consensos globales entre los/as periodistas en un entorno compartido (Hanitzsch, 2007). Así, encontramos entre los/as entrevistados/as que

poseen entre 7 a 15 años de antigüedad donde “todo empezó siendo más bien un apéndice de la tele y de la radio, pero más de la tele que de la radio” (E3). Pudimos observar que “el periodismo, en este caso en periodismo gráfico, lo digital no tenía lugar, era como algo muy incómodo” (E2), “primero salía en el papel y no en la web porque si no ‘quemabas esa información’” (E1), “y después se pudo reformular cuando se entiende de otra manera cómo funcionaba la web” (E3). Los roles adoptan formas dinámicas que dan sentido a la interacción social, influenciados por la realidad de cada individuo, lo que determina su desempeño en cada medio.

A partir de las perspectivas recopiladas, se observa que se están desarrollando nuevas habilidades en el uso de los medios sociales. Se utilizaron herramientas como análisis de contenido, entrevistas a grupos de periodistas y grupos de mensajería instantánea para entender cómo los periodistas definen sus funciones o tareas. Hoy, “sí está en un lugar y no puede hacer una transmisión en vivo, te va pasando los datos por WhatsApp así vos vas armando algo, cosa que antes no existía” (E1), además de que “hay un grupo de WhatsApp donde van volcando todo y después las cosas que no se pueden mandar por WhatsApp como, por ejemplo, un móvil en vivo que no pudo ser grabado, se descarga y hay un servidor común al que tenemos acceso todos o casi todos y podemos acceder a ese material crudo” (E3). Podemos decir que este ecosistema afecta a las competencias atribuidas tradicionalmente al periodista y a la producción mediática.

En los espacios de prensa local están surgiendo perfiles que incluyen la gestión redes sociales, la interacción con el público, la narrativa multimedia, los productores de newsgames y la visualización de la información (Mico et al., 2013), ejemplos que van más allá de las funciones del periodista tradicional: “creo que se van sumando nuevas formas de comunicar y en este



sentido, el gran desafío es estar a tono con estos cambios” (E2).

8. Adaptaciones emergentes

Podemos pensar que “... hoy el periodista del papel ya está súper amigado con la web y agarra y te pasa, nomás. Dice: ‘Ché, tengo tal cosa, anda armando algo’. Y bueno, vos vas armando qué es lo que tenés” (E1). En este extracto, se destaca cómo la incorporación de la tecnología ha cambiado la dinámica del trabajo periodístico, permitiendo una mayor agilidad en la difusión de la información. Anteriormente, existía una cierta competencia entre las diferentes plataformas, lo que generaba cierta desconfianza en compartir la información antes de su publicación “oficial”. Así, siguiendo con la misma entrevista, “hasta hace siete años atrás la información primero salía en el papel y no en la web porque si no ‘quemabas esa información”. “Era como que había celos del periodista también. Decían: ‘vos me estás quemando la información” (E1). Sin embargo, con la integración de herramientas digitales como WhatsApp y la transmisión en vivo, esta dinámica ha evolucionado hacia una colaboración más fluida y una mayor sincronización entre los equipos. Este cambio refleja una adaptación y la superación de barreras tradicionales en la producción periodística. Por lo tanto, “... era como a veces está la resistencia de eso, y siempre saltó esos mitos que siempre aparece que desaparece una forma de comunicación y aparece otra” (E2). La resistencia inicial a los cambios en las formas puede aludir a la naturaleza rutinaria de su trabajo, sin embargo, se reconoce la evolución reflejando esa adaptabilidad necesaria para mantenerse al día con las transformaciones del panorama mediático.

9. Contenidos optimizados

En cuanto a la coordinación entre distintos estamentos en un medio podemos referir al

caso de Somos Jujuy, en donde la E3 destaca la importancia de la automatización y la comunicación fluida en la gestión eficiente del contenido. Estos aspectos son fundamentales para la coordinación entre los miembros del equipo en la producción y difusión de noticias.

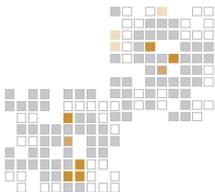
Como sugieren Salinas y Stange (2009), el funcionamiento de la prensa no se ajusta completamente al modelo ideal de periodismo. En lugar de seguir un modelo de “buen” periodismo, las prácticas periodísticas se centran en repetir una serie de operaciones que moldean el discurso periodístico, validadas por el propio funcionamiento del medio (roles).

La idoneidad profesional se basa en la experiencia de los/as reporteros/as y editores/as, más que en un código formalizado de conducta. La redacción de una noticia, según los/as periodistas, implica “saber por experiencia”, donde cada miembro del equipo debe anticipar las acciones de los/as demás para lograr la publicación exitosa de la noticia: “... la automatización y la comunicación fluida entre los miembros del equipo son aspectos clave en la gestión eficiente del contenido y la toma de decisiones editoriales” (E3).

10. De noticias y prácticas rutinizadas

Los/as periodistas se adaptan a los cambios tecnológicos e incorporan nuevas prácticas para enfrentar la naturaleza rutinaria de su trabajo. Esto se alinea con la descripción de las rutinas periodísticas de Shoemaker y Reese (2013). Sin embargo, surge la duda sobre si estas adaptaciones garantizan la veracidad de la información y el tratamiento adecuado de fuentes o simplemente funcionan como prácticas automatizadas.

La rutina de producción y difusión de noticias en papel ha evolucionado con la incorporación de herramientas como WhatsApp y la transmisión en vivo, permitiendo una difusión más ágil de la información. Esto requiere que



los periodistas se adapten a nuevas prácticas profesionales y cambios tecnológicos para mejorar su trabajo. Algunos periodistas pueden mostrar resistencia inicial a estos cambios, pero es importante mantenerse actualizados en un entorno mediático en vertiginosa evolución. Los medios con mayores recursos, también pueden tener mayores posibilidades de adaptación a éste contexto, no sólo con grupos de WhatsApp, sino también con servidores comunes y software multicanales para facilitar la gestión y distribución de contenidos. Este enfoque más coordinado y tecnológicamente avanzado sugiere profesionalización y sistematicidad en las rutinas productivas, aunque no necesariamente en la atención de cuestiones editoriales.

11. El contexto, la técnica y las tensiones

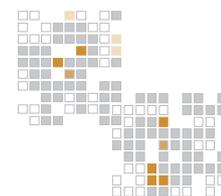
Los casos estudiados dan cuenta de cómo las nuevas tecnologías (smartphones, softwares y aplicaciones) cambiaron la dinámica de la práctica periodística haciendo evidente cómo la convergencia en su nivel tecnológico y profesional (Rost y Liuzzi, 2012) reconfiguró los roles y competencias del/a periodista. Esto se da en una coyuntura en donde los principales medios de comunicación en la provincia, han mantenido en los últimos diez años, una tendencia concentrada y, en algunos casos, diversificada y extendida. La adaptación a la convergencia digital para fomentar la interacción y empoderar a los usuarios no ha sido asumida. En tanto reconfiguraron sus características institucionales aumentando el desequilibrio y la falta de accesibilidad a información de calidad. Además, el enfoque en el desarrollo comercial ha conducido a un desmedro de la calidad del trabajo periodístico, las rutinas de producción y las estructuras de recursos humanos.

Los clásicos manuales de periodismo definían a una fuente como cualquier persona, institución o entidad que proporciona información

relevante y verificable para la elaboración de noticias o reportajes; pueden ser tanto oficiales como no oficiales, y suelen incluir políticos, expertos, testigos presenciales, organizaciones, documentos, entre otros recursos que aporten datos verídicos y útiles para la labor periodística (Gomis, 1991). Tomamos la licencia de recuperar ésta definición fundamentalmente por su insistencia en la verificabilidad y la veracidad. Siguiendo los lineamientos de Castelli (1996), coincidimos con sus tres interpretaciones básicas del concepto: el objeto de la información o fuente acontecimiento aludiendo al fundamento u origen del acto comunicacional; las fuentes informantes o intermediarias aludiendo a personas, grupos o instituciones quienes suministran información y, la fuente emisora o comunicador: es decir, la empresa, equipo o persona que recoge la información con intención comunicadora (el periodista). Y en éste caso, el autor alude a la especialización de cada instancia en el proceso comunicacional previo al desarrollo de 'la noticia'.

En el caso de nuestros entrevistados/as, se generaría un corrimiento de éstas definiciones: la fuente, por excelencia es instrumental; el objeto de la información está incorporado en los servidores que funcionan como *hub* de intercambio de información, alimentados por los/as mismos/as periodistas en modalidad de 'fuente emisora'. Las instancias de la 'fuente acontecimiento' y las 'fuentes intermediarias' quedan relegadas a la instrumentalidad del proceso. La verificabilidad queda denostada a un segundo plano y la búsqueda de la veracidad queda subsumida a contar con materia prima para generar contenidos que generen interacción en el canal en donde circulen, que sume likes y usuarios; más allá de los criterios de noticiabilidad o responsabilidad informativa.

El smartphone se ha convertido en la navaja suiza para los/as profesionales de los medios,



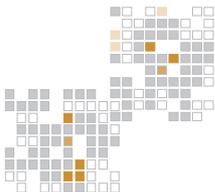
reemplazando gradualmente otras herramientas tradicionales. Los/as periodistas resaltan ese enfoque instrumental vigente, a la vez que reflexionan sobre la importancia de proporcionar temas actuales, permitir la expresión de opiniones y formar a la audiencia como aspectos fundamentales en sus roles periodísticos. Aunque las habilidades periodísticas han evolucionado con las nuevas tecnologías, se reconoce la relevancia continua de las competencias tradicionales, lo que subraya la importancia de comprender tanto las habilidades antiguas como las nuevas en el marco de la cultura del periodismo. En el día a día de las redacciones, la interacción entre lo tradicional y lo convergente

genera tensiones en la interpretación de roles y competencias necesarias para el trabajo diario.

A pesar del impacto negativo en la calidad informativa debido a la presión de desempeñar múltiples funciones como “periodistas orquesta” en un entorno de difusión multiplataforma, es posible revertir esta situación mediante el establecimiento de mejores mecanismos de interacción con las audiencias y la redefinición de rutinas, procesos, roles y competencias asociados a la práctica profesional. Es crucial que la función periodística mantenga sus cualidades mediadoras, proporcionando información, educación, análisis y representación contextualizada de los acontecimientos y la realidad social.

Referencias

- BERGANZA, Rosa; ARCILA-CALDERÓN, Carlos y HERRERO JIMÉNEZ, Beatriz. Digital vs. traditional media journalists: sociodemographic characteristics and external and internal threats to autonomy. *El profesional de la información*, Vol.25, N°2. Barcelona: EPI, p. 179-187. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.04> . 2016.
- BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism: perspective and metho*. Englewood Clifts, New Jersey: Prentice Hall. 1969.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu. y CULLELL MARCH, Cristina. Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios del Mensaje Periodístico*, N° 19, núm, p. 681-690, abril. 2013.
- CASTELLI, Eugenio. *Manual de periodismo*. Teoría y técnica de la comunicación. Bs. As: Plus Ultra. 1996.
- DE MARCO, Miguel Ángel. *Historia del periodismo argentino: desde los orígenes hasta el centenario de Mayo*. Buenos Aires: Educa. Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7909/1/historia-periodismo-argentino-desde-origenes.pdf> . 2006.
- DONSBACH, Wolfgang. *Journalists' Role Perception*. The International Encyclopedia of Communication. First Edition. Edited by Wolfgang Donsbach, John Wiley & Sons, Ltd. Published. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecj010> . 2012.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación. 1991.
- GONZÁLEZ MOLINA, Sonia. y ORTELLS BADENES, Sara. “La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales”. En *Estudios del Mensaje Periodístico*, N°19, núm. Especial octubre, p. 455-463. 2012.
- HANITZSCH, Thomas. Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory* 17. *International Communication Association*, p 367-385, octubre. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x> . 2007.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture*. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós. 2008.
- MEAD, George. *Mind, Self, and Society. From the standpoint of a social behaviorist*. The University Of Chicago Press. 1934.
- MICO, J. L. (et al.) (coord.). *Ninxols d'ocupacio per a periodistes*. Crisi, oportunitats en el sector, i necessitats de formacio. Barcelona: Col. legi de Periodistes de Catalunya. 2013.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. *La construcción de la noticia*. México: Paidós de Iberoamérica. 2005.
- ROST, Alejandro. y LIUZZI, Álvaro. Reorganización de redacciones y nuevos perfiles profesionales. En: ROST, Alejandro y BERGERO, Fabián (Comp.) *Periodismo en contexto de convergencias*. Publifadecs, p. 13-52. Disponible en: https://www.academia.edu/3257524/Periodismo_en_contexto_de_convergencias_2012 .2012.
- RUIZ, Fernando (Comp.). *Cómo entender al periodismo*: selección de la obra de Wolfgang Donsbach. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung. Disponible en: <https://riu.austral.edu>.



ar/bitstream/handle/123456789/577/Como%20entender%20al%20p%20eriodismo.pdf?sequence=1 . 2014

SALAVERRÍA, Ramón. *El nuevo perfil profesional del periodista en el entorno digital*. XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Universidad San Jorge. 2006.

SÁNCHEZ-GARCÍA, Pilar; Campos-Domínguez, Eva y Berrocal-Gonzalo, Salomé. Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, N°70. La Laguna: Universidad de La Laguna, 187-208. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042> . 2015.

SANDOVAL, Luis Ricardo. “Es complicado...”. La comunicación móvil desde los estudios de comunicación. In: RIVOIR, Ana Laura y MORALES, María Julia (Comp). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2019, p. 69-86. 2019.

SALINAS, Claudio. y STANGE, Hans. Rutinas periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. *Colección Cuadernos ICEI N°5*. Universidad de Chile, Santiago de Chile. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/333633385_Rutinas_periodisticas_Discusion_y_trayectos_teoricos_sobre_el_concepto_y_su_estudio_en_la_prensa_chilena (Último acceso 20/03/24). 2009.

SEGADO-BOJ, Francisco. Research on social media and journalism (2003- 2017): a bibliometric and content analysis. *Transinformação*, Vol.32. Campinas: Pontificia Universidade Católica de Campinas,. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-9865202032e180096> . 2020

SCOLARI, Carlos; MICÓ, Josep; NAVARRO, Hector. y PARDO, Hugo. El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer-Revista de estudios de comunicación*, N° 25, p. 37-60. 2008.

SHOEMAKER, Pamela, y REESE, Stephen. *Teorías del periodismo: evolución, debate y perspectivas*. Barcelona: Paidós. 2013.

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia*. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 1983.

Artigo recebido em 28/03/2024 e aceito em 17/09/2024.

