

Nuevas prácticas y rutinas del periodismo digital¹

Emiliano Albertini

Resumen: Las transformaciones producidas en los últimos lustros en la práctica del periodismo, motivadas por el advenimiento de las nuevas tecnologías, consolidaron al digital como una modalidad específica de periodismo, en el cual convergen algunas de las principales características de los formatos llamados tradicionales pero que a su vez introdujo algunas novedades fundamentales. Estas innovaciones pusieron en crisis los modelos de prácticas y rutinas laborales, y generaron nuevos requisitos, saberes y competencias para quienes ejercen el periodismo en sitios web. Las presiones por la primicia y la instantaneidad (y la consecuente falta de rigor en la información), junto a condiciones de mayor precariedad laboral marcan también el presente del periodismo digital.

Palabras clave: periodismo - digital – transformaciones - prácticas – rutinas.

Características del periodismo digital

El impacto de las tecnologías digitales sobre el periodismo no es un fenómeno reciente. Ya a mediados de la década de 1980 empresas periodísticas de distintas partes del mundo comenzaron a experimentar con innovaciones electrónicas, hasta que, promediando el decenio siguiente, con el comienzo de la masificación de internet y el desarrollo de nuevos dispositivos a través de los cuales acceder a la red, los medios se volcaron

¹ Avance de investigación del Proyecto “Periodismo digital: transformaciones en las prácticas profesionales y en las rutinas laborales de los periodistas”, acreditado por la UNLP (2014-2015) y llevado a cabo por los docentes del Taller de Producción Gráfica I cátedra I de la FPyCS-UNLP. Director: Emiliano Albertini.




al desarrollo de lo que había de convertirse en el producto estrella: los sitios web.

Fueron los periódicos los que antes y mejor se adaptaron al nuevo formato ofrecido por internet. Palomo Torres (2004: 17) calificó a la prensa como “reina de la comunicación binaria”, y atribuyó tal éxito a que ese sector está “más acostumbrado a lo largo de la historia a las adaptaciones para sobrevivir”. Boczkowski (2006: 227), por su parte, explica que, una vez que comenzaron a asentarse en la web, los periódicos “se diversificaron tomando muchas direcciones, desde la simple reproducción de contenidos de su edición impresa hasta su mejoramiento mediante el agregado de nuevos contenidos o propiedades tecnológicas y el desarrollo de un conjunto muy novedoso de productos informativos”.

Con el paso del tiempo, el periodismo digital se consolidó como un nuevo formato mediático. Salaverría (2005) resumió en tres las características que definen al periodismo digital:

- Multimedialidad, que se puede definir como la capacidad de procesar y difundir mensajes en diversos códigos lingüísticos y que mantienen una unidad comunicativa.
- Hipertextualidad, que consiste en la posibilidad de enlazar los contenidos, de modo tal que el digital es un producto -en palabras del español Díaz Noci (2004)- “no tanto largo como profundo”.
- Interactividad, que tiene que ver con la participación de la audiencia: modos en que los usuarios de los portales informativos forman parte del propio medio, a través de comentarios, foros, actividad en redes sociales, etc.

Díaz Noci (2004) incorpora una cuarta característica: la temporalidad, “que incluye fenómenos como la renovación continua de la información, mediante sustitución (el llamado ‘efecto palimpsesto’) o mediante acumulación, o la tempestividad, o período de tiempo que resulta oportuno que las informaciones permanezcan en la red o se vinculen con otras informaciones posteriores”. Esta nueva concepción de la temporalidad es fundamental para entender los nuevos roles y las nuevas rutinas para los periodistas digitales. “El diario en papel responde a un formato industrial -explica Juan Pablo de Santis (2014), editor de la sección Economía de La Nación, de Buenos Aires-: todos los días, durante una determinada cantidad de tiempo,



se produce una determinada cantidad de contenido, el cual se vuelca en un proceso industrial, con horarios prefijados, en la impresión y la distribución”. En el periodismo digital, en cambio, hay “un flujo de información y publicación las 24 horas, y entonces los roles se van diferenciando”.


Para terminar de configurar este brevísimo mapa del periodismo digital es fundamental referir dos fenómenos más. En primer lugar, el desarrollo de dispositivos móviles a través de los cuales acceder a la web: teléfonos celulares y tabletas. A través de estos equipos, los portales de noticias pueden acompañar a su audiencia, virtualmente, en todo momento y en cualquier lugar. En segundo término, las redes sociales en internet, que cambiaron (y siguen haciéndolo) el tipo de relación que los medios establecen con los usuarios (y viceversa). De hecho, para Julián Gallo (2014), especialista en periodismo digital y nuevos medios, director creativo de *Clarín.com* entre 1995 y 2002, “las redes sociales no son un apéndice de tu medio en internet, [sino que] es exactamente al revés”.

Una primera y elemental distinción se produjo entre dos grandes grupos, como explicó Sandoval Martín (2000). Por un lado, los periodistas que usan internet sólo como una fuente de información para elaborar las noticias destinadas a medios tradicionales o, a lo sumo, a sitios web que simplemente replican los contenidos de aquellos. Por el otro, los que producen noticias pensadas para el periodismo digital, que aprovechan la multimedialidad, la interactividad y los hipervínculos del nuevo formato.

De Santis (2014) detalla algunas de las cualidades que debe tener un periodista digital:

- Criterio de edición fotográfica.
- Conocimientos básicos de programación web (como códigos HTML), manejo de plataformas de publicación online, cámaras, programas de edición de archivos sonoros, video y fotografías, etc.
- Reconocimiento de tendencias en las redes sociales. “Detectar las tendencias es tan importante como saber qué es lo que más se lee”, dice De Santis (2014).
- Uso de distintas aplicaciones y servicios de mensajería, como *Skype*, *Whatsapp* y otros.

Al referirse a cómo han afrontado los periodistas la irrupción del periodismo digital, Cantando (2014) afirma que,



hubo una generación que tuvo que adaptarse al cambio y otra que vino con el cambio. Hoy todos los pibes escriben, hacen tuits que son títulos porque tienen la restricción del espacio, todos graban y hacen videos. Por eso no creo que exista el periodismo digital como nuevo género. El periodismo es buscar información y transformarla en noticia para atraer a determinado público, y eso no puede variar nunca. Me parece que hay una tendencia hacia los medios digitales integrales, que tienen todos los soportes.

Perfeccionamiento del trabajo: primicias, instantaneidad, nichos


El universo digital afecta el trabajo de los periodistas en tres ámbitos fundamentales: le permite mayor precisión, descentralización e instantaneidad.

No sólo se puede abordar con mayor profundidad una información localizando datos con los que contextualizar entrevistas y reportajes, sino que el periodista-emisor puede publicar su trabajo desde cualquier punto del planeta y adelantarse a las ediciones de los periódicos y a los informativos de radio y televisión (Palomo Torres, 2004: 37).

Según la misma autora, los accesos más democráticos a la información posibilitados por internet y otros recursos tecnológicos “revalorizarán las primicias”. Sobre este tema, De Santis (2014) afirma que “hoy si un medio digital publica una primicia, su competidor tarda como mucho cinco minutos en replicarla”, pero “hay estrategias para hacer valer una primicia en tu medio. Una es no mostrar todas las cartas”.

Esto se relaciona con las tensiones que se producen entre los periodistas con muchos años de trayectoria en los medios impresos ante la promoción del intercambio de material con los responsables de la edición online y la consecuente resignación de “noticias exclusivas” a los cuales se ven impulsados los periódicos (Retegui: 2012). De Santis (2014) aporta más precisiones al respecto:

Hay personas que filtran y valorizan lo que los periodistas traen. Cuando es algo que solamente tenés vos, podés hacer una estrategia. Lo publico primero en el papel, o lo publico al mismo tiempo en papel y digital. Pero si sabés que en un rato lo van a tener todos, lo



publicás *online* ya. Esa estrategia no es un proceso formal, pero funciona así desde hace dos o tres años.

Además de la primicia, Cantando (2014) destaca otros valores diferenciales del periodismo digital, que se convierten por lo tanto en cualidades destacadas de los periodistas digitales. Uno de ellos es la capacidad de contar lo que ocurre en tiempo real. Es decir, aprovechar la instantaneidad del formato. Otra virtud del periodista digital es la posibilidad de “contar lo que los medios tradicionales no cuentan”. En este sentido, el editor subraya que, como el periodismo digital llega potencialmente a un número mucho mayor de personas, “se puede explotar al máximo un nicho”, es decir, un tema específico.


Antes eso no existía, los nichos eran marginados por las propias ediciones de los grandes medios, que trabajaban desde el generalismo. Ahora se pueden hacer muchas noticias de cuestiones específicas que antes se soslayaban. La construcción de la noticia no necesariamente cambió, sino que lo que se puede es profundizar mucho más (Cantando, 2014).

Y Cantando también destaca que los periodistas jóvenes, que crecieron ya en el ámbito digital, llegan “entrenados” para un pensamiento lateral que les permite pensar en temas que se salgan de las agendas tradicionales y se diferencien del resto.

Mayor rapidez, mayor precariedad

En este sentido, se presenta una ambivalencia que es importante destacar. Si bien la ganancia de tiempo (por ejemplo, al hacer posible evitar ciertos desplazamientos para obtener información) benefició a los periodistas, este aspecto ha favorecido sobre todo a las empresas periodísticas, pero para los trabajadores ha acarreado menos ventajas que perjuicios, y los periodistas se ven obligados a capacitarse para trabajar en los nuevos tiempos.

Irene Haimovichi, diagramadora y delegada gremial del diario *La Nación*, de Buenos Aires, explicó (Retegui: 2012) que, en 2009, cuando se dispuso la integración de las redacciones de la edición impresa y la versión web, la empresa pidió



a los periodistas de papel hacer todas las tareas del online, como usar camaritas y editar videos para que la nota sirviera para ambas plataformas. La realidad los fue ubicando porque no pueden tener un periodista sentado en cinco sillas, pero la idea de la empresa sigue siendo esa, y ese es el perfil de periodista que buscan.

Consultado acerca del cambio en las rutinas que los periodistas experimentan con la llegada del periodismo digital, De Santis (2014) enfatiza las diferencias entre las transformaciones en el quehacer periodístico y las que, en su opinión, tienen que ver más con un “problema sindical o de administración de cómo un medio plantea su trabajo”. Este último, según su criterio, es un asunto de recursos humanos “que no tiene que ver con la función de hacer periodismo”.


Que ante la irrupción del periodismo digital un recurso que antes sólo producía para un formato tenga que producir para dos, me parece que más que una realidad periodística es una realidad económica, que cada medio verá cómo la salda. Y cada periodista elegirá cómo y dónde quiere trabajar. El gran problema es que los medios de papel se están haciendo cada vez más ineficientes desde el punto de vista económico y no pueden sostener las estructuras que ante sostenían (De Santis, 2014).

Por otra parte, Becerra y Mastrini (2011) atribuyen a la concentración de medios el “ambiente de precarización” del empleo:

Desaparecen medios y los existentes tienden a fusionarse generándose economías de escala y ahorro de costos laborales mediante la disposición de un mismo empleado en la cobertura de un hecho para más de un medio. Además, porque en un sistema de medios muy concentrado los periodistas tienen pocas alternativas de conseguir un buen empleo si se enfrentan con alguno de los grandes grupos, dada la tendencia a la cartelización del sector.

Para Cantando (2014), en realidad, los medios digitales no sólo no producen una precarización del trabajo periodístico, sino más bien al contrario, la combaten, dado que,

la apertura de nuevas fuentes de trabajo permite la descarga de la explotación de los grandes medios... Nosotros recibimos constante-




mente pedidos de trabajo de periodistas de los grandes medios, cosa que hace cinco años era impensable —describe—. Internet abre fuentes de empleo, y así la precarización tiene menos lugar.

Retegui (2012), sin embargo, llega en su trabajo a la conclusión de que “los cambios provocados en los medios de comunicación han decantado en algunas situaciones de precariedad para el periodista”. Entre esas situaciones enumera:

- Mayor inestabilidad laboral, promovida por los contratos de corto plazo, la tercerización y el empleo de figuras como el *freelance*.
- Tareas que la empresa aprovecha para diferentes plataformas pero remuneradas como si fuera sólo para una.
- Reducción del plantel de profesionales en la mayoría de las redacciones de periódicos y, en consecuencia, aumento de las tareas para los que quedan.
- Demanda de mayor celeridad, en relación con la mayor celeridad de las nuevas tecnologías.
- Exigencia de nuevas capacidades y funciones por parte del periodista.

Conclusión: desafíos y oportunidades

El periodismo digital plantea, indudablemente, una multitud de nuevos desafíos. Las empresas periodísticas se ven en la obligación de modificar sus estructuras con mucha frecuencia para adecuarse a las necesidades. Y los periodistas, en la necesidad de capacitarse de forma permanente, tanto en lo relacionado con la utilización de nuevas herramientas como en las tendencias y en los productos de mayor alcance en el público. Otro de los desafíos mayores está dado por la búsqueda del equilibrio perfecto entre la rapidez posible y la calidad deseable. El recurso de la instantaneidad como una de las características del periodismo digital relega los ritmos de los medios impresos, que implican por regla general tiempo suficiente para chequear la información, y ocasiona dilemas que hasta ahora eran exclusivos de la radio y la televisión: ofrecer una primicia, con el riesgo de equivocarse y herir la credibilidad del medio (y, por lo tanto, la confianza de la audiencia, uno de los puntales en el pacto comunicativo), o esperar la corroboración de los datos antes de publicarlos, con el consiguiente peligro de llegar demasiado tarde (lo cual también acaba por perjudicar la relación con sus lectores).




Otra de las cuestiones centrales -y, en apariencia, la más difíciles de resolver, al menos por ahora- en relación con las nuevas rutinas de los periodistas pasa por la reducción de las plantillas de profesionales y/o el aumento de la cantidad de tareas a realizar por cada periodista. Y en los casos más graves, directamente por el cierre de las fuentes de trabajo.

Se trata, en suma, de un momento de transición, un largo camino aún por recorrer hasta que las estructuras del periodismo digital -y con ellas las rutinas y roles de los periodistas digitales- se asienten, ganen estabilidad y amplíen su crecimiento, sacando el máximo partido a las posibilidades de una verdadera revolución tecnológica.

Bibliografía

- Álvarez Marcos, José y López Hidalgo, Antonio (1997). *El periodismo que viene*. Córdoba (España): Ediciones Fundación Cruzcampo. Serie Comunicación, volumen 1.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2011). “Transformaciones en el sistema de medios en la Argentina del siglo XXI”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <http://www.plataformademocratica.org/Publicaciones/17794.pdf>
- Boczkowski, Pablo J. (2006). *Digital las noticias. Innovación en los diarios online*. Buenos Aires: Manantial.
- Díaz Noci, Javier (2004). “Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>
- Gallo, Julián (2014). “50 ideas para los que tienen medios, trabajan en ellos, con ellos, para ellos o contra ellos”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <https://medium.com/@gallo1/50-ideas-para-los-que-tienen-medios-trabajan-en-ellos-con-ellos-o-contra-ellos-22f356aee80>
- Gómez-Escalonilla Moreno, Gloria (2004). “Periodismo digital: nuevas exigencias para el profesional de la información”. Publicación original: *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*. Universidad de Sevilla, ISSN 1696-2079, N.º. 1, 2004, pp. 61-72. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3657719>.
- Meso Ayerdi, Koldo (2003). “Nueva profesión: el periodista digital”. Publicación original: *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, N.º 81, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, marzo de 2003, pp. 4-11. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008101.pdf>
- Ochoa, Alfredo (2013). “Lo que no sustituye el periodismo ciudadano”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en http://www.bbc.com/mundo/blogs/2013/08/130813_blog_editores_periodismo_ciudadano.
- Palomo Torres, María Bella (2004). *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Retegui, Lorena (2012). “Digitalización y cambios en las rutinas laborales. ¿Qué pasa con el marco jurídico?”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en:



http://www.perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar/congresos/files/mesa_4-retelui_final.pdf

- Román, Armando (2011). “Las rutinas periodísticas frente a la Era Digital”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <https://cuestiondeetica.wordpress.com/2011/05/13/las-rutinas-periodisticas-frente-a-la-era-digital/>
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A.
- Sandoval Martín, María Teresa (2000). “Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia”. [en línea]. Consultado el 15 de junio de 2016 en: <http://saladeprensa.org/art164.htm>

Entrevistas

- Cantando, Mauricio (2014). Periodista de *La Política Online*. Entrevista realizada por los investigadores del proyecto “Periodismo digital: transformaciones en las prácticas profesionales y en las rutinas laborales de los periodistas”.
- De Santis, Juan Pablo de Santis (2014). Editor de Economía, diario *La Nación*. Entrevista realizada por los investigadores del proyecto “Periodismo digital: transformaciones en las prácticas profesionales y en las rutinas laborales de los periodistas”.
- Periodistas y editores de medios de comunicación de La Plata y región (2015).