



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario  
Argentina

Sambrana, María Natalia

El periodista en los diarios digitales. El caso de La Capital

La Trama de la Comunicación, vol. 16, 2012, pp. 89-102

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927337006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# El periodista en los diarios digitales. El caso de La Capital'

Por María Natalia Sambrana

---

Licenciada en Comunicación Social, UNR (natisambrana@hotmail.com)

---

## SUMARIO:

El presente artículo reflexiona en torno a la figura del periodista de prensa y su práctica profesional en el contexto de la Sociedad de la Información abordando el fenómeno desde el estudio de un caso particular: el diario rosarino La Capital, en su versión en línea.

La interactividad, la multimedialidad y el nacimiento de una nueva temporalidad caracterizada por la inmediatez son los rasgos que definen a los diarios en línea y conllevan transformaciones en la figura del periodista. Este trabajo tiene como objetivo reconocer los cambios socio-técnicos que tienen lugar en esta nueva sociedad y reflexionar sobre el modo en que se redefine la identidad del profesional de medios de prensa ante esta nueva situación.

## DESCRIPTORES:

Sociedad de la Información, interactividad, multimedialidad, inmediatez, identidad profesional

## SUMMARY:

This article reflects on the figure of the press journalist, and his practice in the context of the Information Society, addressing the phenomenon through the study of a particular case: the on line version of the newspaper La Capital, from Rosario, Argentine.

Interactivity, multimediality and the birth of a new temporality, characterized by immediacy, are the characteristics that define online journalism and introduce changes in the figure of journalist. The purpose of this study is to recognize the socio-technical changes that take place in this new society and to reflect on how is redefined the media professional identity because of this new situation.

## DESCRIPTORS:

Information Society, interactivity, multimediality, immediacy, professional identity



## INTRODUCCIÓN

En la década de los '80 las computadoras personales irrumpieron en la sociedad y produjeron profundos cambios en la forma en que las personas se relacionan, más que por las funciones de procesamiento de datos, por sus capacidades potenciales de interconexión. Estas capacidades lograron materializarse a partir del surgimiento de Internet, lo que determinó el pasaje a una sociedad en línea e impulsó cambios sustanciales en los modelos comunicativos.

A medida que la sociedad fue complejizando su estructura, los medios de comunicación sufrieron modificaciones como resultado de la adopción e incorporación de las novedades técnicas que paulatinamente hicieron su aparición. El nacimiento de las mismas para la transmisión del conocimiento conlleva transformaciones en los procesos comunicativos cuyos componentes deben, en cada período, definir su identidad y el lugar que ocupan en él.

La Sociedad de la Información, con la digitalización como principal exponente, sumó posibilidades para la configuración del proceso de comunicación al interior de los medios y planteó nuevas condiciones al desarrollo profesional de los periodistas. A partir de esto se puede afirmar que en el marco de la nueva sociedad los medios de comunicación y las prácticas profesionales que en ellos se desarrollan han experimentado cambios significativos.

En el presente artículo se pretende reflexionar en torno a las transformaciones que ha sufrido la figura del periodista de prensa y su práctica laboral en el contexto de la Sociedad de la Información, partiendo de teorías que estudian este tema y enfocando el análisis en el diario rosarino "La Capital en línea", para poder dar cuenta del fenómeno desde un caso concreto y particular.

¿Sobrevivirá el periodista de prensa ante el avance de la digitalización, con todo lo que este fenómeno trae aparejado? ¿El aumento de la participación de

los lectores en los medios redundará en un cambio de naturaleza de su figura? ¿Qué habilidades o capacidades deberá desarrollar para adaptarse a un nuevo contexto caracterizado por la convergencia de múltiples formatos y por una nueva temporalidad?

Las formas de comunicar han sido diferentes a lo largo de la historia, las posibilidades técnicas establecen, en cada período, condiciones al momento de la constitución de los mensajes y la transmisión del conocimiento. El nacimiento de una técnica puede revolucionar los modos de ser y comunicar establecidos en una sociedad, en un momento histórico determinado.

Mucho se habla de los cambios acaecidos al interior de los medios de comunicación a partir del surgimiento de Internet, con la digitalización de la información como estandarte. Es evidente que las transformaciones que han experimentado los mismos son grandes y significativas, pero no debemos obnubilarnos ante las innovaciones tecnológicas actuales y dejar de remarcar dos cuestiones fundamentales a la hora de reflexionar sobre el tema.

En primer lugar, no es la primera vez en la historia del hombre que una nueva técnica hace su aparición y establece rupturas con las formas de comunicación y transmisión de la cultura establecidas. Vale hacer mención al surgimiento de la escritura y a la invención de la imprenta para caer en la cuenta de que la revolución que plantea Internet a la sociedad no es la única ni la primera, y que se enmarca dentro de toda una historia de las formas de comunicación y su evolución.

En segundo lugar, al analizar las transformaciones que introducen las nuevas tecnologías en la sociedad no se debe caer en el determinismo tecnológico y pensar que los cambios culturales se producen solamente gracias a la aparición de una nueva técnica. Ninguna tecnología por sí sola determina un nuevo estado de cosas; los usos de las mismas por parte de la sociedad y los rasgos culturales que condicionan su

adopción juegan un rol fundamental. Esto no se puede soslayar al momento de analizar el lugar que la nueva técnica ocupa en la sociedad en general y en sus formas de comunicación en particular.

#### EL TEXTO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: LAS FIGURAS DE AUTOR Y LECTOR EN EL NUEVO ESCENARIO.

Al enfocar el análisis en los medios de prensa, resulta fundamental hacer mención al concepto de texto y reconocer los cambios que puede sufrir su naturaleza a partir de la llegada de los diarios on line. Las figuras de autor y lector parecen verse trastocadas en el nuevo escenario, lo que puede repercutir de forma directa en el trabajo del periodista.

Pierre Levy define al texto como un “discurso elaborado o propósito deliberado” (1999:37) y agrega que “es un objeto virtual, abstracto, independiente de tal o cual soporte particular” (Levy, 1999: 35). Por su parte, Rafaela Simone utiliza la palabra cuerpo para designar al texto porque se trata de “una estructura organizada y articulada según ciertas leyes” (Simone, 2001: 116) y porque se encuentra sujeto a las más diversas manipulaciones. Este autor propone, a partir de esta idea, que el texto puede ser considerado como un cuerpo cerrado y protegido o como uno desarticulado y abierto y que, a lo largo de la historia, la naturaleza textual ha cambiado como resultado de la oscilación entre estas dos concepciones distintas de lo textual. Se habla de texto protegido cuando el mismo es “sentido como un cuerpo intangible, delimitado por una membrana invisible que impide realizar en él modificaciones” (IBID). Cuando se adjetiva al texto como “cerrado” se hace referencia a que no puede ser modificado por manos ajenas, es decir, por otra persona que no sea su autor. Por el contrario, se dice que está “abierto” cuando “no es percibido como un cuerpo cerrado y protegido de las intervenciones externas, al que el lector puede acceder no sólo para leerlo, sino como una entidad en la que puede ‘entrar’ –por así

decir– tanto para leer como para escribir” (IBID).

Ante este panorama cabe preguntarse qué pasará con el texto (o qué está pasando actualmente) a partir de la adopción de nuevas tecnologías informáticas. En la actualidad el ordenador se erige como el principal medio técnico para la escritura y esta nueva tecnología produce cambios en la naturaleza textual. “Con el ordenador el texto se hace inmaterial; basta con colocar el cursor en cualquier lugar del texto para poder intervenir en él, reabriendo indefinidamente algo que se quería ver como ya cerrado” (Simone, 2001:138-139).

Con la llegada del texto electrónico se sustituye la contigüidad que caracteriza al texto impreso, por la libre composición de fragmentos textuales que habilita la digitalización. No se puede apreciar al texto como una obra completa, no se hace posible una visión general y global del mismo puesto que el texto electrónico para ser leído debe ser “navegado” a través de enlaces. El ordenador lo deja infinitamente abierto porque permite intervenciones constantes del autor e, inclusive, de los lectores sobre todo a partir de las funciones de “cortar” y “pegar” fragmentos textuales.

La digitalización habilita un inmenso plano semántico que se vuelve accesible en cualquier lugar y al que cada lector puede contribuir a producir y modificar, lo que introduce cuestionamientos a las categorías de autor y lector tal cual se conocen. El lector de un texto impreso en papel se enfrenta a un objeto físico que contiene una versión acabada del texto, puede tomar nota en él, por ejemplo, pero el mismo ya se encuentra totalmente realizado. Esto no ocurre en el texto electrónico, el cual puede ser “explorado” por el lector ya que en la Web el mismo se encuentra desterritorializado y pasa a conformarse como una reserva potencial de textos que cada usuario podrá actualizar cada vez de forma diferente. Su estructura y organización sufren modificaciones y dan paso a lo que en la actualidad se ha dado en llamar “hipertexto”.

El hipertexto es una “matriz de textos potenciales,

de los cuales sólo algunos se realizarán como resultado de la interacción con un usuario" (Levy, 1999: 39). Se erige como un texto compuesto por "nodos entre los cuales el usuario se desplaza construyendo una trayectoria singular, privativa, una construcción propia, una combinación personalizada de componentes obtenidos en la red" (Igarza, 2008: 72). Comienza a vislumbrarse en este punto la centralidad que tiene la participación del lector en los textos presentes en la Web en general y en los diarios digitales en particular. A partir de la navegación por los nodos los lectores le otorgan sentido al texto; pueden realizar conexiones diversas y generar en cada recorrido una nueva versión del mismo. A partir de esta situación ¿el lector se vuelve escritor? ¿Hay límites a su participación? ¿El periodista pierde terreno ante estas posibilidades?

El lector de un texto electrónico ya no sólo posee la libertad de interpretar el texto de una forma original y propia sino que también puede intervenir y modificar la estructura del mismo; se transforma en un "editor" que puede construir conjuntos textuales, definiendo la organización e incluso la apariencia de los mismos.

Roger Chartier realiza una afirmación sobre la que resulta interesante detenerse; para este autor con la llegada del texto electrónico el lector amplía sus posibilidades de acción sobre el cuerpo textual ya que no solamente puede desmembrarlo, descomponerlo y moverlo sino que también "puede convertirse en su coautor" (Chartier, 1995: 258). El lector puede escribir en el interior de los textos electrónicos modificando su contenido, lo que resulta un llamado de atención que invita a rever el estatus del autor como creador único; la paternidad del mismo sobre sus obras se ve amenazada. ¿Esto es trasladable a los textos periodísticos contenidos en los diarios digitales? ¿Puede el lector manipular la información que presentan los redactores con total libertad? ¿Se borra la frontera que separaba a periodistas de lectores? Quizás la concepción de Chartier sea muy fuerte y la denomi-

nación del lector como coautor sea un tanto apresurada. La mayor participación del mismo es innegable, pero se permite poner en tela de juicio que la misma llegue a modificar los roles sociales y las funciones específicas que separan o distinguen a un lector de un periodista.

De estas reflexiones se desprende un interrogante inquietante: ¿Estamos ante la muerte del autor? Quizás se deba pensar más que en una extinción en un cambio de naturaleza, admitiendo que el texto electrónico que caracteriza a esta sociedad habilita un espacio en el que pueden convivir varias voces. Esta idea se puede vislumbrar también en lo sostenido por Roberto Igarza quien, al hablar del texto electrónico, no excluye cierto control ejercido por parte del autor con respecto a lo que los lectores aportan a su trabajo. Si se traslada esta idea a los diarios digitales se puede observar que, si bien los mismos poseen un carácter interactivo, los espacios que se generan para incentivar el flujo comunicativo de la audiencia se habilitan "sin desatender que es el mismo diario quien genera arbitrariamente las consignas o selecciona y limita los espacios de su aparición" (Raimondo, 2009: 66). La libertad de intervención del lector en la producción del autor parece estar limitada, lo que permite pensar que la participación de los mismos en los medios en línea es una "participación encauzada" (IBID).

Todo lo desarrollado aquí es de fundamental importancia para analizar el rol del periodista en el nuevo escenario ya que es el autor de aquello que los medios transmiten a un público, el cual cuenta cada vez con mayores herramientas de intervención. Si se augura el fin del autor, se corre el riesgo de aniquilar también el rol del periodista.

Todo este proceso de cambios que se producen en el texto como resultado de la aparición del texto electrónico se enmarca en un contexto caracterizado por el surgimiento de lo que se ha denominado Sociedad de la Información. Una breve descripción de

sus características resulta útil para comprender más profundamente el fenómeno sobre el que versa este artículo.

La forma de transmisión del conocimiento y la información está cambiando con la llegada de la PC y de Internet y, con ello, la naturaleza de los medios de comunicación y la labor del periodismo. Pero ¿cuáles son los cambios? ¿Cuáles son los principales rasgos que caracterizan a esta sociedad?

En principio, el cambio más importante que ha introducido la informática es la digitalización. Esta supone o posibilita que todas las comunicaciones: la voz, los datos y las imágenes puedan ser transmitidas por una misma red de infraestructura. Actualmente circula en la Red información a través de textos, imágenes, sonidos, videos, etc. que, al ser digitalizados, pueden convivir en el mismo medio y llegar de forma conjunta a los puntos más remotos del planeta. Es la multimedialidad, por tanto, uno de los rasgos característicos de esta nueva sociedad dado que contenidos de naturaleza diferente, que antes se transmitían por distintos canales, ahora comparten el mismo modo de transmisión. Esto se produce porque la técnica no tiene fronteras y reclama una estandarización; está en su lógica simplificar y unificar según un único denominador. En la Sociedad de la Información se produce un estándar de difusión donde "el código numérico hace que converjan todos los canales en el hilo telefónico" (Debray, 2001: 83).

Se tiene entonces que uno de los rasgos característicos de esta sociedad lo otorga el "paradigma digital", pero no se pueden obviar en este análisis otros dos paradigmas también importantes para comprender el contexto actual que son "el de la reciprocidad" y "el de la conectividad".

Estos son desarrollados por Roberto Igarza y suponen, en el primer caso, que la sociedad actual caracterizada por Internet supone "el pasaje de lo unívoco y la asimetría a lo bidireccional y a la complementación

de voces" (Igarza, 2008:175). Esto se da porque Internet, a diferencia del libro, por ejemplo, habilita espacios de intervención de los usuarios al momento de construcción de las informaciones y de los mensajes, aunque cabe aclarar que los flujos de información no van sólo en dos sino en múltiples direcciones.

En segundo lugar, el paradigma de la conectividad supone el "pasaje de la asincronía y lo duradero a la conectividad y la actualización permanente" (IBID); el conocimiento transmitido por la Web supone la posibilidad de renovación constante de la información.

Todo esto repercute directamente en la constitución de los medios de comunicación: La digitalización habilita la multimedialidad, la reciprocidad introduce el concepto de interactividad, rasgo fundamental de los medios nuevos que posibilita el carácter dialógico que éstos presentan y, por su parte, la conectividad 24/7 (las 24 horas de cada día y todos los días de la semana) habilita una nueva forma de transmisión de la información y del trabajo de la misma por parte del periodismo, dado que el público espera información nueva constantemente.

Conforme se avance con la profundización de estos conceptos desde la teoría, se procederá a analizar los mismos tomando como objeto de estudio el diario rosario La Capital en su versión en línea, con el fin de conocer el alcance del fenómeno en el ámbito local. Los datos obtenidos fueron resultado de un trabajo de campo efectuado en la sala de redacción digital de dicho medio, el cual consistió en la realización de observaciones no participantes en el lugar de trabajo y de entrevistas a los periodistas.

#### EL LUGAR DEL TEXTO Y EL TRABAJO DE REDACCIÓN ANTE LA MULTIMEDIALIDAD

El diario rosario La Capital adopta la idea de multimedialidad ya que el contenido del medio, en su versión digital, se constituye a partir de la combinación de textos, fotos y videos, principalmente. La elección

de dichos recursos depende de la disponibilidad de material, utilizan fotos o videos que han sido producidos por otros periodistas del medio o los extraen de la Web, es decir, no deciden primero los recursos que desean combinar sino que adaptan la construcción de la noticia al material disponible.

Esta situación que se observa a nivel local condiciona la labor periodística ya que los profesionales de medios deben adaptar su narración a los recursos que tienen a su disposición, en lugar de decidir primero qué y cómo lo quieren contar antes de lanzarse a la búsqueda de material. Esto parece reducir las decisiones que toma el periodista al momento de elegir el contenido y forma que tendrá su producción; en lugar de trabajar sobre información recabada, sobre datos en bruto debe elaborar las noticias a partir de discursos terminados, como sería el caso de una entrevista ya editada en audio o video.

Se considera que esto produce un cambio importante en las actividades del periodista ya que debe trabajar más que en la producción de un material que incluya toda la información disponible, en la combinación de diferentes lenguajes. Esto se hace evidente si pensamos que, por ejemplo, una persona que se encuentra con una nota hecha debe elegir si repetirá de forma escrita lo expresado en audio o complementará el contenido de la misma a partir de un análisis u opinión. Si se opta por no reproducir nuevamente el discurso tal cual aparece en el audio o el video, podríamos pensar que el trabajo del periodista se orientaría cada vez más a analizar o argumentar en torno a un tema que a contar o difundir un hecho. Teniendo en cuenta esto se presenta como interrogante si la función del mismo poco a poco podría mutar hacia la idea de un editor de contenidos o a la de un analista, más que a la de un intérprete y difusor de lo que sucede en la realidad.

El periodista debe desempeñar sus tareas en un formato distinto, por lo que debe adquirir conocimientos

técnicos específicos para poder “subir” material a la Web, debe aprender a editar audio y video, a manipular imágenes con programas de diseño, a “mover” las noticias para jerarquizar la información en plataformas digitales, a la vez que debe desarrollar la habilidad de combinar diferentes formatos de información que interactúan en un mismo canal de comunicación.

En el caso de La Capital, los periodistas seleccionados para ejercer su profesión en la edición on line no fueron formados específicamente para operar en medios digitales, sino que aprendieron a trabajar en dicho soporte sobre la marcha. Los entrevistados manifestaron saber manipular fotos y operar en el nuevo soporte “subiendo” y “moviendo” datos pero reconocieron recibir ayuda de editores de video cuando fue necesario, por ejemplo.

De esta observación se deduce que, si bien desde la teoría se entiende que los profesionales de los medios deben poseer determinadas habilidades y competencias para operar en el nuevo escenario mediático, en la práctica efectiva esas competencias se adquieren de forma gradual y paulatina y no son requisitos sine qua non para trabajar en la edición on line del diario.

Se plantea como interrogante qué sucederá con el texto en los medios de prensa on line; se ha manifestado que sufre un cambio de naturaleza, resta comprender qué lugar ocupará en los nuevos productos mediáticos. Con la incorporación de nuevas posibilidades tecnológicas y la introducción de la multimedialidad al interior de los diarios en línea se pone en tela de juicio el papel central que el texto ocupaba hasta este momento. Al incorporarse material en audio, video, imágenes fijas y en movimiento a los contenidos expresados mediante la narración textual ¿se produce un desplazamiento del texto como componente de privilegio?

Desde este lugar y a partir de los datos arrojados por el trabajo de campo, se puede responder al interrogante planteado de manera afirmativa; el texto se



ve despojado de su lugar privilegiado en La Capital en línea ya que se observa que los demás recursos que se utilizan para la construcción noticiosa son condicionantes a la hora de la producción textual.

Los periodistas consultados manifestaron que las noticias las constituyen a partir de los recursos disponibles; no redactan primero y complementan el texto con otros elementos sino que es el material en audio o video el que determina o condiciona la narración del mismo. En algunas ocasiones la redacción se realiza a partir de un video que se pudo relevar y que también se sube a la Web, por ejemplo.

Estas observaciones adquieren importancia a la hora del análisis de las rutinas periodísticas porque introducen cambios en las mismas. La combinación de discursos en diferentes formatos parece desplazar la tarea de redacción del centro de la escena, ya que a la hora de generar una noticia se puede observar que los periodistas priorizan o, al menos utilizan con mucha frecuencia, las acciones de cortar y pegar material de diferente naturaleza; editan fotos, audios y videos y extraen material textual disponible en la Web. Ya no se complementa el texto con otros elementos sino que éstos últimos pasan a ser los disparadores de la producción textual.

#### EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA TEMPORALIDAD

La inmediatez es un rasgo característico de estos tiempos que introduce “un cambio de escala y ritmo (actualización permanente) en la cobertura informativa definiendo una cultura de la información instantánea” (Igarza, 2008:169). Hasta la llegada de Internet y los nuevos medios la actividad periodística se basaba en ciclos de publicación; “un objeto mediático producido en ciclos –en su mayoría fijos– pasó a ser más complejo al presentar actualizaciones constantes” (Bockowski, 2006: 95).

La dinámica de trabajo en la edición en línea de La Capital se basa en una actualización constante de

los contenidos, no existen ciclos de publicación y la renovación de la información no sigue frecuencias preestablecidas. El trabajo de incorporación de nuevas noticias no se realiza las 24 horas del día pero sí los 7 días de la semana, incluso los feriados en que la edición impresa no sale a la calle.

La necesidad de cumplir con el imperativo de la inmediatez que caracteriza a los nuevos medios, sumada a la reducida plantilla de profesionales con la que cuenta la sala de redacción digital del diario en estudio, dificulta la cobertura de los hechos. Los periodistas casi nunca salen a recoger los datos en el lugar de los acontecimientos, lo que repercute en la calidad informativa ya que muchos de ellos se cubren desde otros medios como la televisión, o se “bajan” de cables de noticias y se completan con datos obtenidos en sitios Web como Wikipedia (enciclopedia libre que tiene lugar en la Red, cuyo contenido es generado a partir de la colaboración de múltiples autores, quienes agregan y editan la información de forma libre) o YouTube (sitio Web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos). Uno de los periodistas lamentó la imposibilidad de obtener directamente la información del lugar de los hechos, actividad que sí pueden realizar sus colegas de la edición impresa.

La idea de actualización constante que pregonan los medios digitales repercute en la forma de abordar los hechos; mientras que en la Web lo más importante es dar la noticia, en el papel es dar la noticia y explicarla, tratar de indagar por qué sucede, qué va a pasar, cómo se proyecta eso hacia el futuro. A partir de esto, se puede observar un interesante cambio entre la práctica del periodista impreso y el digital, ya que el primero debe hacer un tratamiento de la información más profundo, detallando causas y posibles efectos de lo que sucede, mientras que el segundo debe priorizar la primicia; la idea de incluir en el medio las noticias que surgen a cada momento con la mayor celeridad posible. Los objetivos son distintos, por lo que la

producción noticiosa y las prácticas de los periodistas también sufren modificaciones.

En los diarios digitales “se avizora la supremacía de un tipo de construcción temporal que tiende a instaurar un imaginario del presente instantáneo”, (Raimondo, 2006: 3) mientras que la prensa tradicional se constituía sobre el pretérito. La temporalidad condiciona la forma de contacto que el lector tiene para con el medio; la prensa tradicional le requería aminorar la velocidad al momento de su lectura y aprehender los contenidos a partir de someterlos a la razón y a una evaluación de lo real, mientras que los diarios digitales –por pertenecer a las tecnologías de la pantalla– propician un consumo acelerado, “motivado por la búsqueda de ‘información de utilidad’ y no tanto por la intención de análisis e interpretación a la que invita la lógica del papel” (Raimondo, 2009: 4). Uno de los redactores consultados explica: “La gran diferencia entre la edición papel y la digital es que en la Web trabajamos minuto a minuto, hora a hora, que, por ejemplo, puede haber una excelente cobertura a esta hora y dentro de dos horas es viejo. Y lo que ahora es excelente, dentro de dos horas si no lo renovamos no sirve. Eso, para mí es una de las cosas que más me impacta, yo hice toda mi carrera como periodista del medio gráfico. Si no te renovás y no te actualizas, probablemente la gente no te lea. En la rutina diaria esa es la diferencia, trabajás con otros tiempos”.

Los medios gráficos experimentan grandes cambios a partir de la actualización constante dado que, hasta la llegada de los diarios on line, basaban su contenido en análisis de noticias que había pasado con anterioridad. En concordancia con esta idea, un editor asegura que “el diario digital va a modificar el perfil de los diarios de papel, los va a llevar más a un perfil de diario de opinión, de análisis y no tan noticioso porque lo noticioso va a estar en otro lado. Son hipótesis, son especulaciones”.

Los atributos de los nuevos medios provocan trans-

formaciones en la figura del profesional de prensa y sus prácticas; el periodista comienza a priorizar la rapidez al momento de seleccionar las noticias en lugar de recurrir a los criterios de relevancia e interés social. Esta situación acarrea una merma en la calidad informativa, ya que se ve la reproducción de las acciones de copiar y pegar contenido ajeno en lugar de generar la noticia como un producto propio, logrado a partir de la investigación y búsqueda de información en bruto. Vale aclarar que no todas las producciones se realizan de esta forma, pero la existencia de este tipo de tareas en la sala de redacción analizada, merece esta observación.

#### INTERACTIVIDAD: LA AUDIENCIA Y SUS DESPLAZAMIENTOS

La interactividad puede ser entendida como la capacidad que tiene un medio de comunicación de facilitar espacios de intervención a los lectores o usuarios del mismo, quienes se encuentran con la posibilidad de tomar decisiones al momento de la selección de contenidos y de participar activamente en la producción de información.

Esta idea de interactividad se desprende de las definiciones que estudiosos del tema han elaborado y desarrollado, como es el caso de Roberto Igarza, quien define a la interactividad como “la capacidad de un medio para crear una situación de intercambio comunicativo con los usuarios. Es la capacidad que le permite una interacción bidireccional para el intercambio de información” (Igarza, 2008: 163).

En este punto se cree oportuno aclarar que se disiente de lo expresado por este autor al momento de definir los flujos de información como “bidireccionales”, ya que se considera que los nuevos medios de comunicación habilitan espacios para que la información fluya en múltiples direcciones y no sólo en dos. Esto se debe a que no solamente el lector puede responderle al autor o comentar su nota sino que además se encuentra en condiciones de, entre otras cosas,

interactuar con otros lectores del mismo medio a partir de foros o blogs. En este sentido se adhiere a lo desarrollado por Alejandro Rost quien afirma: "Si pensamos en la nueva interacción individuos-medio o individuos-contenido, el flujo es ahora bidireccional, en el sentido que los individuos preguntan y el sistema les responde ofreciéndole al lector ciertas posibilidades de actuación sobre el contenido. Pero si pensamos en las múltiples interacciones entre individuos que permiten los nuevos medios y, puntualmente, el periódico digital (lector-periodista, lector-lectores, lector-lector, lector-protagonistas de la actualidad), podemos hablar entonces de un flujo multidireccional de mensajes" (Rost, 2006: 194).

La posibilidad de tomar decisiones repercute en el tipo de consumo que proponen los medios digitales, el cual es más individualizado que el que proponían los diarios impresos ya que el lector puede "intervenir en la programación del diario on line, tanto a partir de la personalización de su espacio de lectura como de la más concreta posibilidad de participar en la jerarquización de la información –mediante los ranking– e interactuar con los distintos espacios de opinión" (Raimondo, 2009: 63).

La Capital on line presenta claros espacios de intervención propuestos para la participación de su audiencia: Los lectores pueden emitir comentarios, comunicarse con los periodistas a través de un link denominado "escribanos" o de los mails que algunos de ellos facilitan, pueden enviar carta de lectores y hasta cuentan con la posibilidad de producir material que será publicado en el medio a través de la sección Ciudadano Periodista.

Los periodistas reconocen el carácter incipiente de los espacios de interactividad que propone el medio y remarcan el escaso uso que los lectores hacen de los mismos. La herramienta más utilizada es la posibilidad de emitir comentarios, los cuales son moderados por los mismos profesionales, quienes aseguran encon-

trar muchas limitaciones en dicha labor, entre las que se encuentran la falta de recursos humanos para tal tarea y el comportamiento agresivo de los lectores. Los entrevistados afirman que los espacios propuestos para la interactividad son muy importantes y enriquecedores para su labor pero que, al menos en la actualidad no son aprovechados en toda su dimensión por la audiencia del diario.

En referencia a esto uno de los periodistas explica: "Cuando yo estaba en el papel de manera más formal tenía el hábito de responder las cartas que llegaban, pero el diario no tiene una política para eso y a mí a eso me parece un grave error. ¿Sabes por qué? Porque somos una empresa de comunicación, deberíamos comunicarnos más y segundo porque el que escribe es un potencial cliente (...) Si yo fuera dueño de una empresa de comunicación a mis periodistas los entrenaría para atender con interés el teléfono, responder los mails. El mail es una herramienta fantástica".

Se puede afirmar que la interactividad, entendida como la capacidad de un medio de brindar espacios para la intervención de la audiencia, es un rasgo que efectivamente caracteriza al diario en estudio, pero es una herramienta con un desarrollo incipiente que pretende alcanzar un funcionamiento más exitoso en el futuro.

Uno de los Jefes de Redacción entrevistados considera que lo que el lector produce y envía al medio algunas veces sirve de puntapié para su trabajo, que las inquietudes de la audiencia en algunas ocasiones despierta el interés periodístico del medio, pero que no se produce un intercambio fluido y sistemático entre los periodistas y los lectores. "No suele haber un ida y vuelta con el lector, puede haber algún tipo de intercambio con la gente cuando lo que están reclamando, cuando lo que están subiendo contiene algún tipo de interés periodístico mayor, entonces sí. Para hacerla más abarcativa, pero sino de las cosas que llegan hay cosas que se descartan y cosas que se

publican y nada más".

En este punto del análisis de caso se puede ver que algunos periodistas del medio ofrecen cierta resistencia a propiciar la intervención de los lectores en sus obras y proponen límites a la misma. Esto se puede observar en las declaraciones de los entrevistados, las cuales dejan en evidencia que consideran que las participaciones de la audiencia deben permanecer separadas de la producción periodística y sólo pueden servir como disparadores para la posterior investigación y redacción del profesional. Más allá de las posibilidades que ofrece el texto electrónico, algunos periodistas del medio analizado deciden "cerrar" su producción textual a la inclusión de nuevas voces y buscan preservar el lugar del autor como creador individual, original y singular.

En el diario en estudio existe contenido generado por la audiencia, pero la naturaleza del mismo es diferente a la producción del profesional de medios; la participación del lector se asemeja más a la idea de "colaboración" que de producción periodística. El tipo de contenido que generan ambos es de naturaleza diferente, por lo que la frontera que separa al periodista de su audiencia parece no borrarse, amén de las potencialidades de cambio propuestas por la Web.

En La Capital on line, el interrogante planteado sobre si la naturaleza de los textos electrónicos o hipertextos derivan en la muerte del autor, se responde de forma negativa porque los periodistas no entran en diálogo con los lectores en el interior de sus producciones sino que continúan realizando su labor de forma ajena a las voces de los mismos. Los canales de participación existen pero se presentan como secciones separadas de los textos producidos por los periodistas del medio.

Puede pensarse que si existe un cambio de naturaleza en el rol del profesional de medios de prensa éste se produce sólo en parte, ya que si bien a las funciones que desarrollan los periodistas de los diarios

impresos deben sumarse tareas como la moderación de comentarios o el filtro de informaciones recibidas –entre otras– la producción de noticias sigue realizándose, en la mayoría de los casos, sin incluir en el contenido de las mismas las nuevas voces que podrían entrar en juego en el escenario mediático actual.

#### IDENTIDAD PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE PRENSA ON LINE

Como se ha visto, en el nuevo escenario cualquier persona que accede a la Red se encuentra con grandes facilidades para la búsqueda de información e, inclusive, para la producción de la misma. ¿Qué sucede con el autor-periodista en este contexto? ¿Se vuelve prescindible ante el hecho de que cualquier lector puede acceder por sus propios medios a la información y además, puede producirla y compartirla con millones de personas?

"Es necesario reflexionar sobre los periodistas como sujetos primarios del proceso de comunicación que implica la producción de noticias y contenidos informativos, destinados a facilitar el diálogo ciudadano en el espacio público" (Uranga, 2009: 14). A servir al derecho a la información responde la labor del profesional de medios "que consiste básicamente en elaborar noticias de hechos de actualidad o comentarios de los hechos que respondan a una clara utilidad y evidente interés (que no es curiosidad) general o público, debidamente explicados e interpretados con veracidad, imparcialidad y honestidad profesional, y trasladados al público con rapidez sin que por ello se vea mermada su calidad" (Real Rodríguez y otros, 2008: 33).

El periodista cumple una relevante función social dado que no se limita a ser un mero difusor de información sino que actúa como intérprete de los sucesos que acontecen en la realidad y afectan la existencia de la sociedad. Para desempeñar dicha función debe buscar con rigor y minuciosidad el significado de los hechos, garantizando que el contenido noticioso sea fiel, comprobando todas las informaciones, de modo

que las mismas no sean modificadas ni distorsionadas. El conjunto de la sociedad le confía al periodista la facultad de velar por el derecho a la información, por lo que debe ejercer su profesión con responsabilidad, respondiendo a los criterios de interés general, veracidad, exactitud y honestidad profesional.

En la Sociedad de la Información los ciudadanos poseen una marcada capacidad de difusión, en Internet sobran las herramientas para que cualquier usuario comparta datos e información, lo que se suma al hecho de que los usuarios-lectores de los diarios en línea pueden decidir a cada paso el recorrido de su lectura, por la narrativa hipertextual que presentan los medios en la Web. Ante este estado de cosas ¿los lectores se convierten en periodistas? ¿Se aniquila el rol del profesional de medios ante esta nueva situación que habilita espacios para la expresión ciudadana? Y si esto no es cierto ¿qué funciones ocupa en los nuevos medios de prensa?

Del resultado de las entrevistas a los periodistas de La Capital on line y de lo observado durante el trabajo de campo se puede esbozar que, desde el punto de vista de los mismos actores, la figura del profesional de medios de prensa no se aniquila en el nuevo escenario, ni pierde peso ante el avance de la participación del lector. Esto se debe a que, si bien el mismo puede participar en la producción de información, lo hace sólo en los espacios habilitados para tal fin, los cuales son controlados y administrados y se encuentran perfectamente separados de la producción periodística. Lejos de equipararse, las figuras de "lectores" y "periodistas" conservan su autonomía; estos últimos controlan la participación de la audiencia, tomando sus intervenciones como colaboraciones o disparadores y moderando sus comentarios, al tiempo que se esfuerzan por marcar una clara separación entre la producción de ambos.

Se puede ver en los discursos de los periodistas que de ningún modo consideran que lo expresado por los

lectores puede confundirse con su trabajo y que las intervenciones de los mismos lejos de amenazar su tarea, pueden enriquecer su labor. "Creo que el lector que participa tiene un valor agregado ¿cuál es el valor agregado de una persona cualquiera para que yo publique su noticia? El valor agregado es que la gente está donde vive la gente, en donde le pasan cosas a la gente y yo en una oficina en el centro donde no sé si está lloviendo o hay un sol que raja la tierra. El valor agregado de la gente es ese. El valor agregado del periodista es la formación, los años de experiencia, la fuente, capital esencial de un periodista", afirma el editor entrevistado.

"El periodismo es una profesión y como tal se inscriben en esa condición aquellas personas que dedican, por formación, experiencia y (en buena parte de los casos... aunque no en todos) por vocación a servir de puentes y de nexos para el diálogo entre actores diferentes de la sociedad. No implica esto quitarle a la totalidad de los ciudadanos el derecho que les asiste a la comunicación, para producir, intercambiar y recibir mensajes en la sociedad y, en particular, a través de las nuevas redes que genera Internet. Pero no son periodistas" (Uranga, 2009: 16-17).

"El periodista tiene el oficio, tiene la fuente, tiene las herramientas, tiene todo un paquete de conocimientos y de herramientas de la profesión primero para ver cuáles son las noticias que llegan desde afuera, cuáles son las noticias que una persona cree que es importante, para cuántas personas puede llegar a ser importante. Tiene el criterio. Y en base a eso, bueno hace un enfoque más desarrollado, más amplio", argumenta el Jefe de Redacción sobre el rol del periodista en los medios digitales en un contexto caracterizado por la participación activa de los lectores.

En lo relativo a este tema, Rodrigo Schlauzero afirma que "el periodista digital no se diferencia del de otros medios, con quienes comparte los fundamentos teóricos y deontológicos del buen periodismo. En la

práctica, el calificativo 'digital' sólo condiciona sobremanera el trabajo del periodista, de quien se espera un eficaz manejo de los recursos que le ofrece el soporte para el que trabaja" (Sclauzero, 2009: 76).

Siguiendo esta línea de reflexión, Washington Uranga afirma que la profesión es una y que el hecho de trabajar en soportes digitales no cambia la naturaleza de la misma, pero agrega que lo que sí ha sufrido modificaciones es su práctica en el nuevo contexto. En esta etapa, atravesada por los procesos de digitalización, el ejercicio de la profesión periodística requiere de saberes y habilidades vinculados con el manejo de lo digital y de la convergencia tecnológica; el periodista debe estar adiestrado para utilizar las técnicas digitales con criterio e inteligencia. Debe estar capacitado para realizar los productos noticiosos a partir de un lenguaje nuevo, en el cual se integran múltiples formatos de información.

Lejos de aniquilarse, el rol del periodista se vuelve fundamental ante la abundancia de información que caracteriza esta sociedad. Es él quien debe tener la capacidad de seleccionar con criterio las fuentes que ofrezcan mayor credibilidad ya que el problema no es de cantidad sino de calidad de información. "El medio debe distinguirse tratando de llegar a la noticia desde la mayor cantidad de fuentes posibles y tratando de que la información tenga la mayor veracidad posible para distinguirse de toda la gran oferta que aparece en Internet y que muchas veces uno no sabe en un blog que está poniendo, quién lo está poniendo. Por eso me parece que el nombre tiene mucho que ver ahí. Muchas veces vos podés encontrar una noticia en un blog y buscás algún nombre conocido para ratificar una noticia o no", explica uno de los periodistas consultados. Una vez más se ve que el autor no ha muerto, sigue siendo importante recuperar la figura del agente creador de un texto, por más que se encuentre desmaterializado en la Web. Amén de las nuevas voces que circulan en la Red, como la de los usuarios-lecto-

res, sigue predominando la idea de reconocer la voz creadora del autor de cada producción, al menos en materia periodística que es lo que nos ocupa.

En su discurso, los periodistas consultados expresan que el rol del periodista y del lector se mantienen claramente separados y que el hecho de que el usuario pueda acceder de forma directa a las fuentes e, inclusive que pueda participar en la producción de información no modifica su labor "porque hay pila de cosas que yo como periodista puedo hacer que el lector no las va a poder hacer nunca, que tiene que ver con las fuentes, el uso de las fuentes. La gente sabe que hay un tremendo bache en su calle y puede denunciar la existencia del bache, yo, además puedo levantar el teléfono y pedirle explicaciones al Intendente, al Secretario de Obras Públicas, averiguar si ya hay algo previsto para arreglarlo o no, qué sé yo. Puedo hacer un montón de cosas que el lector no puede. Para mí es un complemento, no es una amenaza, de ninguna manera", expresa uno de los entrevistados.

La figura central en los medios de prensa continúa siendo la del periodista y la mayor participación de la audiencia, tanto al momento del consumo del diario como a la hora de producir material, no ha alterado en gran medida la naturaleza del profesional de medios. Es el periodista quien define la agenda, quien produce las noticias y quien difunde las informaciones a partir de su criterio y formación profesional. La multimedia, la inmediatez y la interactividad son rasgos que definen a los nuevos medios y la adopción de estos atributos por parte de los periodistas ha producido modificaciones en las rutinas de la sala de redacción, pero no ha modificado su rol social.

Los medios digitales otorgan importantes espacios para la expresión ciudadana y favorecen la presencia de múltiples flujos informativos, situación que no le resta importancia al rol que cumple el profesional de medios en el proceso informativo-comunicativo. No parece, por tanto, desaparecer el lugar relevante

del periodista aunque sí se vislumbra un cambio en sus funciones o rutinas. Los criterios de relevancia, veracidad, oportunidad e interés social serán aplicados, como hasta hoy, por los profesionales de la comunicación, pero en un escenario que, en el ámbito local comienza de forma muy incipiente a incorporar múltiples flujos de información y múltiples voces.

- IGARZA, R. (2008) Nuevos medios. Estrategias de convergencia. Buenos Aires: Editorial La Crujía.
- LEVY, P. (1999) "Introducción", "Cap. 1", "Cap. 3" y "Cap. 5", en ¿Qué es lo virtual? Barcelona: Editorial Paidós.
- RAIMONDO ANSELMINO, N y BERNASCONI, N. (2006) "Periódicos 'en línea': La temporalidad como contacto" en X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. San Juan. Argentina.
- RAIMONDO ANSELMINO, N. (2009) "Cibermedios: Opinión de los lectores" en Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº 105.
- REAL RODRÍGUEZ, E. y otros (2008) "Ciudadanos, no periodistas" en IX Congreso de Periodismo Digital. Huesca. España.
- ROST, A. (2006) La interactividad en el periódico digital. Tesis Doctoral. España: Editorial Bellaterra.
- SCLAUZERO, R. (2009) "El desafío de aprender a leer y escribir otra vez" en Nuevos medios | Nuevos Modos | Nuevos Lenguajes. 1º Foro de Periodismo Digital de Rosario. Rosario: Editorial Laborde.
- SIMONE, R. (2001) La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo. Madrid: Editorial Paidós.
- URANGA, W. (2009) "Nuevas preguntas para viejos dilemas" en Nuevos medios | Nuevos Modos | Nuevos Lenguajes. 1º Foro de Periodismo Digital de Rosario. Rosario: Editorial Laborde.

#### NOTA

1. Artículo realizado sobre la base de la tesina de grado "La prensa en la Sociedad de la Información: Reconfiguración de la figura del periodista y su práctica profesional en el ámbito local. El caso de 'La Capital' ", elaborada por la autora bajo la dirección de la profesora Lic. Natalia Raimondo Anselmino. Agosto 2010. Escuela de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RRH.

#### BIBLIOGRAFÍA

- BOCZKOWSKI, P. (2006) Digitalizar las noticias: Innovación en los diarios online. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- CHARTIER, R. (1995) "Del código a la pantalla: Las trayectorias de lo escrito" en Sociedad y escritura en la Edad Moderna. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. México.
- DEBRAY, R. (2001) Introducción a la mediología. Barcelona: Editorial Paidós.

#### Registro Bibliográfico

SAMBRANA, María Natalia

"El periodista en los diarios digitales. El caso de La Capital" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 16, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2012.

RECIBIDO: 26/05/2011

ACEPTADO: 13/07/2011