

Título del trabajo: Intuiciones y desconfianzas. Los periodistas riocuartenses frente a las redes sociales como difusoras de contenido

Autores:

-Evaristi, Franco. Universidad Nacional de Río Cuarto

-Hurtado, Agustín. Universidad Nacional de Río Cuarto

Palabras claves:

Periodismo, Redes Sociales, Audiencias

Resumen

El siguiente trabajo tiene por finalidad presentar una síntesis de algunos de los resultados obtenidos en un estudio sobre la manera en la cual los periodistas de la ciudad de Río Cuarto, han visto modificadas sus prácticas por la aparición de las redes sociales. Más específicamente, expondrá lo referido a la utilización que los periodistas hacen de estas herramientas para la difusión de su tarea.

El trabajo se enmarca dentro del proyecto “Sociabilidad periodística y reglas de acción” del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto. Su objetivo era comprender la sociabilidad periodística y sus transformaciones en el ámbito local a partir de indagar las relaciones sociales que la definen. Esta ponencia indaga principalmente como los periodistas establecen esas relaciones a través de la manera en la que difunden sus producciones.

En ese marco, los periodistas riocuartenses entrevistados señalan que no utilizan con habitualidad las redes para difundir sus trabajos debido principalmente a tres razones: la falta de conocimiento sobre su funcionamiento, los escasos recursos y herramientas que les brindan los medios en los que trabajan y la desconfianza con el manejo que se hace en las redes sociales con lo que allí se publica.

Introducción

El periodismo estuvo siempre en constante evolución, pero en las últimas décadas esos cambios se han acelerado. En lo que va del siglo XXI la tarea periodística ha cambiado profundamente, no solo en sus prácticas, sino también en los alcances de las mismas. La profesión se está redefiniendo en distintos aspectos, en una crisis que ha venido a desmontar

el modelo con el que se trabajó durante más de un siglo (Roitberg, G. y Piccato, F., 2015). Entre esos cambios, aparece la manera en la cual los periodistas se relacionan con su entorno. Las interacciones con sus colegas, jefes, fuentes y audiencias ya no es la misma que hace 20 años atrás. Las características de estas se vieron modificadas, así como también el lugar que ocupa cada una de ellas en el entramado de relaciones que sostiene el periodista en la cotidianeidad de su actividad. Las nuevas tecnologías y, sobre todo, las redes sociales, han contribuido a esos cambios de manera directa. Su aparición resignificó la manera en la que los periodistas se relacionan con su entorno, modificando las coordenadas espacio temporales de su tarea. El periodismo está tratando de acostumbrarse a un nuevo rol que todavía no ha conseguido definir. Ya no es el faro de la opinión pública ni el guardián de la realidad. La relación asimétrica en la que poseía el poder de ser el único orador hoy se transformó en una conversación en la que comparte la palabra con los demás actores sociales (Amado, A., 2021).

El siguiente trabajo tiene por finalidad presentar una síntesis de algunos de los resultados obtenidos en un estudio sobre la manera en la cual los periodistas de la ciudad de Río Cuarto, han visto modificadas sus prácticas por la aparición de las redes sociales. Más específicamente, expondrá lo referido a la utilización que los periodistas hacen de estas herramientas para la difusión de su tarea.

El trabajo se enmarca dentro del proyecto “Sociabilidad periodística y reglas de acción” del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto. Su objetivo era comprender la sociabilidad periodística y sus transformaciones en el ámbito local a partir de indagar las relaciones sociales que la definen. Implica el cierre de una serie de ponencias en las que abordamos desde distintas aristas, la manera en la que los periodistas de la ciudad han incorporado a las redes sociales a su tarea cotidiana. En el trabajo daremos cuenta de ese recorrido tejiendo puentes que nos permitan contextualizar lo aquí expuesto.

Los resultados aquí expuestos son el producto de entrevistas realizadas a 25 periodistas de la ciudad de Río Cuarto, así como también de la observación participante dentro de redacciones y ámbitos públicos en los que se desarrolla la tarea periodística. A la hora de elegir a los entrevistados se tuvo en cuenta la experiencia de cada uno (años dentro de la profesión), los medios en los cuales desempeñan su tarea y la función que desempeñan. Los nombres de los entrevistados han sido modificados para este artículo para preservar su anonimato.

De los 25 entrevistados, 16 son varones y nueve mujeres. De los hombres, nueve ocupan cargos de jerarquía en sus medios y siete son movileros o redactores. De las mujeres, tres ocupan cargos de jerarquía, mientras que seis son movileras o redactoras. Solo tres trabajan

en un solo medio y tres son dueños de su espacio (dos publicaciones y un programa radial). Son 16 los que combinan el trabajo en relación de dependencia en los medios tradicionales con la participación en cooperativas u otros proyectos colaborativos o la tarea freelance.

Nuevos métodos de difusión

Las redes sociales cambiaron las rutinas y el medio ambiente en el que se mueven los periodistas (Rost, A., 2012). En ese sentido el autor señala que: Han generado un espacio de actuación en el que las personas se sienten con mayor comodidad para expresarse y para interactuar socialmente. Han plasmado un entorno de flujo comunicativo constante, que se solapa, transforma y desplaza a las páginas estáticas e invariables que dominaban en la primera Web. Hoy los sitios web más visitados, y en los que los usuarios permanecen más tiempo, son sitios de flujo. Este modelo comunicativo multidireccional, con un sistema meritocrático de actuación que tanto construye nuevas jerarquías como reproduce viejos esquemas, contrasta con el modelo mucho más unidireccional de emisión de las primeras páginas (p. 1).

Por su parte, Amado (2021) sostiene que el nuevo contexto hizo entrar en crisis, lo que ella denomina como la “metáfora de la producción” (p.235). Señala que el periodismo dejó de ser un espacio industrializado de una sola vía para volverse una “conversación en red con múltiples actores que enlazan noticias con comentarios con vídeos con memes con infinitos hipertextos” (p. 235). Rost (2012) apunta que la presencia de las redes ha modificado las relaciones que se producen entre los periodistas, sus fuentes y su público.

La ciudad de Río Cuarto no escapa a esos procesos. Los periodistas manifiestan que sus rutinas se han visto transformadas por la presencia de las redes. Sobre todo, en la manera en la que se desarrollan sus vínculos y sus interacciones. Rost (2012) plantea tres enfoques para pensar el uso periodístico de las redes sociales en Argentina. Estos son: Recepción, Difusión e Interacción. Respecto de la Recepción, el autor la describe como la utilización de las redes como fuentes de información e ideas para la producción de noticias. La Difusión refiere a la posibilidad de utilizar el alcance de las redes sociales para distribuir los contenidos que el medio produce. La Interacción da cuenta de las redes como un ambiente en el que se relacionan medios, periodistas, fuentes y lectores. Esta ponencia pondrá el énfasis en el aspecto de la Difusión.

Diversos autores han planteado (Amado, A., 2021; Roitberg, G. y Piccato, F., 2015; Schejtman, N., 2020) que la adecuación del periodismo a las redes sociales como herramientas

de difusión ha sido más una reacción tardía e intuitiva. Así como el periodismo digital encontró sus lógicas mucho después de que los profesionales de los medios debieran empezar a utilizar esas nuevas tecnologías, con las redes sociales pasó algo similar. Mientras el periodismo intenta todavía entender cómo aprovechar su funcionamiento, estas pasaron de ser plataformas sociales en las que se difundía información a convertirse en medios de comunicación. En términos de Rost (2020) hoy son productoras y editoras de contenidos para el consumo masivo.

En ese contexto, los periodistas se han visto forzados a modificar sus rutinas de producción incrementando y diversificando sus tareas. En Río Cuarto, los profesionales de prensa señalan que la incorporación de las redes sociales a los medios de comunicación tradicionales ha sido intuitiva y sin un plan claro de parte de las esferas jerárquicas sobre qué hacer con ellas (Hurtado, A. y Molina, S., 2019). En ese contexto, se observan dos perfiles sobre la manera en la que los periodistas riocuartenses piensan su rol frente a estas nuevas herramientas: el *Ordenador* y el *Narrador* (Evaristi, F. y Hurtado, A., 2022).

El primero hace referencia en la operación de curador de la información (Amado, A. 2021). El periodista es el encargado de depurar el contenido de las redes sociales y presentarle a la audiencia aquello que posee relevancia social. Es el encargado de filtrar la información falsa que allí circula. Por su parte, el perfil profesional del *Narrador* es aquel que entiende que su rol es el de rastrear en las redes aquellas historias que poseen determinadas características para tener impacto social. Está asociada a la tradicional mirada del periodismo como un cronista de historias (*Storytelling*).

Ahora bien, más allá de la presencia de estos perfiles, hay una transversalidad a la hora de indicar que no hay conocimientos específicos respecto a cómo ser eficaces a la hora de publicar sus producciones en redes sociales. Los periodistas riocuartenses entrevistados reconocen a las redes como un nuevo ámbito de consumo para la producción de noticias. Dicen saber que las audiencias se han corrido a estos nuevos ámbitos. Las ven como una de las responsables de la pérdida del valor de una primicia, aunque reconocen que es en ese nuevo espacio donde existe todavía la disputa por ser el “primero” en publicar algo inédito.

Otro aspecto que surge de las entrevistas es que no observan que la retroalimentación de las redes tenga un impacto mayor al del “cara a cara”. Es decir, si bien saben que hay comentarios en las redes sobre su trabajo, dicen no prestarle demasiada atención. Manifiestan que le dan más relevancia a lo que sucede en la calle o los ámbitos en los que se mueven cotidianamente. Remarcan que Río Cuarto, por su características tiene todavía redes de interacción personales muy fuertes. Cabe aclarar que al momento de realizada la

investigación la ciudad contaba con menos de 200.000 habitantes, con centros de poder político y económico concentrados.

Enguix (2019) señala que un aspecto que aparece dentro del periodismo español a la hora de considerar sus publicaciones en redes sociales es el de encontrar un mayor reconocimiento. El publicar en estos medios hace que el producto llegué a una mayor cantidad de gente y eso genere un crecimiento en su prestigio personal. Ese aspecto no aparece en las entrevistas realizadas a periodistas riocuartenses. Insisten en que el “cara a cara” sigue siendo más fuerte. De acuerdo a esas características, los periodistas riocuartenses admiten que no utilizan del todo el potencial de estas herramientas para la difusión de sus trabajos. Las razones que aparecen en las entrevistas podrían agruparse en tres grupos: la falta de conocimientos, la poca importancia que le dan los medios en los que trabajan y la desconfianza en el uso que hace el público de las redes.

Escasos de recursos

Una gran parte de los entrevistados coincide en que no posee las capacidades necesarias para trabajar con las redes sociales. Los que poseen más años en la actividad profesional hacen hincapié que cuando se formaron, ni siquiera existían estas herramientas y que, si bien intentan perfeccionarse, resulta difícil hacerlo ahora, en plena actividad laboral. Algunos de ellos señalan que es un proceso similar al que ocurrió cuando se digitalizaron los contenidos y aparecieron los sitios web. Remarcan que no tienen en claro la manera en la cual es la manera en la que se deben redactar textos, incorporar links o imágenes. Hacen hincapié en el desconocimiento del lenguaje propio de cada una de las redes. Además, consideran que no tienen el entendimiento suficiente sobre el uso de métricas respecto a cómo y cuándo realizar los posteos. Admiten que una de las maneras en las que tratan de suplir esa falta de conocimientos es con consultas a los periodistas más jóvenes.

Por su parte, los de menos experiencia en el campo, indican que si bien están en busca de especializaciones permanentes, no es sencillo encontrar tiempo, ni tampoco poseen los recursos económicos para costear los gastos que implica la realización de cursos o talleres. Reconocen que durante el recorrido de su formación si tuvieron acceso a algunos recursos, pero que son solo una base. Una vez que ingresaron al campo laboral -en su mayoría, de forma precarizada- la multitarea y la sobre carga de trabajo hicieron difícil que pudieran especificar conocimientos. Sobre todo, remarcan, en un área que tiene cambios constantes.

Esa falta de conocimiento genera dudas a la hora de encarar la publicación de los trabajos en las redes. Quienes lo hacen, reconocen hacerlo de manera intuitiva, siguiendo a otros o copiando modelos de otros medios o colegas. Otros explican que eligen no utilizarlas a riesgo de hacerlo de manera incorrecta.

Sin rumbo

Uno de los aspectos que los periodistas riocuartenses entrevistados que trabajan en los medios tradicionales es que, a su falta de recursos para trabajar las redes sociales, las direcciones de las empresas que los emplean no le brindan soluciones. A eso se le suma que los incitan a publicar en las redes, aunque no está claro que quieren y como quieren que se publique. Destacan que no existen talleres ni cursos de capacitación en los propios medios. Tampoco la posibilidad de recursos económicos o temporales para hacer esos trayectos por su cuenta.

A esa falta de recursos o capacitaciones se le suma que no hay en los medios tradicionales una política clara de publicación en las redes sociales. No hay una dirección a seguir o un manual de estilo que permita trabajar cuestiones de manera unificada.

Ante esa falta de rumbo, los periodistas más experimentados señalan que tampoco hay una inversión en nuevos recursos humanos o una remuneración extra para ellos. Es decir, el trabajo en las redes hay que hacerlo a la par de la tarea tradicional.

En ese sentido, aclaran como algo positivo, que no hay presiones, censuras o recomendaciones respecto de lo que ellos hagan con sus redes personales. No hay tampoco un pedido de tener cuentas profesionales que se relacionen con el medio al que pertenecen. No se observa en las entrevistas ningún comentario acerca de censura de parte de alguno de los periodistas. Si advierten que en algunos casos, cuando usan las redes de manera personal, tienen en cuenta que hay cosas que pueden molestar al medio para el cual trabajan.

La desconfianza

Una postura que aparece en las entrevistas y que, como explicamos más arriba, aparece en los dos perfiles detectados -Narradores y Ordenadores- respecto del rol de los periodistas frente a las redes sociales, es la de la desconfianza. Incluso aquellos que ven a las redes como una herramienta de trabajo remarcan que los contenidos que por allí circulan no siempre son

reales o están tergiversados. Hay una noción clara de que lo que allí pasa no está bajo su control.

Cuando esa desconfianza se traduce al ámbito de la difusión aparece dada por el peligro de no saber qué va a pasar con eso que ellos publiquen. Este argumento aparece sobre todo en los de mayor experiencia. Por un lado hacen énfasis en que es un espacio en el que se producen muchas tergiversaciones y agresiones personales, que nada tienen que ver con el trabajo realizado. Muchas veces, elijen no publicar sus producciones por temor a que se utilicen para alimentar discursos agresivos o sin argumentos.

En ese sentido, hay cierto cuidado por el prestigio. Remarcan que una de las marcas de calidad que tiene el periodista es su firma. En los medios tradicionales está claro en que notas y artículos está su rúbrica, en las redes sociales no. Hay una idea de que cualquiera puede generar noticias falsas utilizando notas y artículos a su nombre. Del mismo modo, manifiestan que sienten que en las redes su nombre puede quedar asociado a causas, partidos y/o ideologías sin que ese sea su objetivo.

Como contrapartida, aparece otro aspecto en que la autoría o firma aparece asociada a la desconfianza. Los periodistas señalan que en la marea de información que circula en las redes, el nombre de los autores se pierde. Las redes sociales han esmerilado la importancia de la cita. Una vez que algo se postea sirve de insumo a otros y no hay un reconocimiento sobre ese trabajo. Remarcan que en ocasiones ven resultados de sus investigaciones publicados en cuentas ajenas sin que haya referencias a sus notas o artículos. Aseguran que tampoco cuentan con el tiempo para hacer un seguimiento de ese contenido.

En los periodistas de menor experiencia esa desconfianza persiste, aunque hay cierta aceptación. Es decir, admiten saber los riesgos que se corren al publicar en las redes, pero sostienen que es una de las características de estos nuevos medios, de la cual no se puede escapar. En todo caso, indican, hay que encontrar los recursos para disminuir las posibles desventajas que estas herramientas tienen en ese sentido.

Conclusiones

Los periodistas riocuartenses reconocen que las redes sociales tienen impacto en el ámbito de la difusión de noticias, pero por distintos motivos admiten no tenerlas incorporadas en sus rutinas productivas de publicación. Las causas por las cuales aducen no utilizarlas pueden agruparse en tres ejes: la falta de conocimientos sobre su funcionamiento, la poca importancia

que le dan los medios en los que trabajan y la desconfianza en el uso que hace el público de las redes.

Un aspecto que aparece presente en cada uno de los motivos es la falta de tiempo para poder trabajar con las redes. No hay tiempo para formarse, no hay tiempo para saber como funcionan y no hay tiempo para realizar el seguimiento de lo que se publica en las redes. En el caso de los periodistas mas experimentados se observa cierta tendencia a percibir a la publicación de sus trabajos en las redes como una carga más a la que ya tienen en su labor cotidiana. Los medios en los cuales trabajan les piden que a su tarea tradicional le sumen la de trabajar en este nuevo ámbito, sin formación, sin directivas claras y sin remuneración adicional.

Los menos experimentados manifiestan algo similar aunque se presenta de una manera más matizada. Hay una aceptación a que el trabajo en las redes forma parte ya de la labor periodística, no es una carga más. En todo caso si coinciden en que la ausencia de un plan de los medios se ve reflejado en esa falta de tiempo para trabajar con las redes.

Como contrapartida, no se observa en las entrevistas que aparezca la idea de una recompensa o una retribución en términos de reconocimiento. No sienten que la publicación en los nuevos medios les otorgue mayor notoriedad o prestigio dentro de la audiencia. Es más tienen desconfianza respecto de lo que pueda pasar con lo que allí postean.

Así, la conjunción entre entender como una sobrecarga la publicación en redes y la falta de una retribución en términos de reconocimiento, hace que la utilización de las redes como medios de difusión de su propio trabajo no sea algo que todavía este articulado, según lo explicitado por los periodistas riocuartenses entrevistados para este trabajo.

Pensando a futuro, la velocidad de cambios que presentan estas tecnologías, el siguiente paso en esta investigación será realizar un nuevo relevamiento sobre el impacto que tuvo o puede tener la incorporación de la inteligencia artificial como herramienta periodística. No sólo su incorporación, sino también como han evolucionado los aspectos aquí descriptos en el proceso de incorporación de esas nuevas tecnologías.

Bibliografía

-Amado, A. (2022) *Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos*. Ediciones Ampersand. Buenos Aires.

-Enguix, S. (2019). *Diez años de redes sociales y periodismo: riesgos y retos en el ecosistema informativo del s. XXI* pp. 164/183.

en: <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/146/81>

-Evaristi, F. y Hurtado, A. (2022) *Contar u ordenar, las opciones del periodismo riocuartense en las redes sociales*. Intersecciones en Comunicación. DOI: <https://doi.org/10.51385/ic.v2i16.159>.

-Hurtado, A y Molina, S. (2019). *Periodistas: prácticas, identidad profesional y mediación tecnológica* en Notas sobre investigación en Humanidades. UniRío Editora. Río Cuarto.

-Roitberg, G y Piccato, F. (2015). *Innovar en plataformas y narrativas*. En Roitberg, G y Piccato, F. *Periodismo disruptivo*. Buenos Aires: La Crujía. Parte IV: Pp 137-188.

- Rost, A. (2020). *Redes sociales y agendas en la Argentina: luces y sombras, hitos y etapas*. In S. Poliszuk & A. Barbieri (éds.), *Medios, agendas y periodismo en la construcción de la realidad*. Capítulo 1. Editorial UNRN. <https://doi.org/10.4000/books.eunrn.4958>

-Rost, A. (2012). IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Consulta [19-04-2016] en https://www.academia.edu/2762807/Modelos_de_uso_y_gesti%C3%B3n_de_redes_sociales_en_el_periodismo.

-Schejtman, N. (2020). *Bienvenidos a la jungla digital*. En Sietecase, R. *Periodismo: instrucciones de uso*. Prometeo. Pp: 129 a 140.