

Título del trabajo: Medios nativos digitales: ¿una oportunidad de desarrollo para el periodismo de cercanía?

Identificación:

- Rho, Lucía Paula. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UNC. lucia.rho@mi.unc.edu.ar
- Rodríguez Castagno, Tatiana. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UNC. tatirodriguezcastagno@unc.edu.ar
- Urenda, Gustavo Daniel. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UNC. gustavourenda@unc.edu.ar

Mesa 6: Ecologías mediáticas y formatos periodísticos emergentes

Palabras claves: periodismo regional, periodismo digital, perfil de periodistas locales.

Resumen

Este texto da cuenta de reflexiones realizadas en el marco del proyecto de investigación *Medios periodísticos nativos digitales del interior de la Provincia de Córdoba (Argentina): rutinas, condiciones de producción y formación de periodistas*, aprobado y financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (SECyT-UNC).

Como desde 2018, nos sigue interpelando la pregunta acerca de cómo se está reconfigurando la práctica periodística en momentos de profundos y acelerados cambios en el ecosistema de medios. Al mismo tiempo, continúa siendo de nuestro interés focalizar la atención en el periodismo regional, fundamentalmente por el rol social que cumple.

En esta oportunidad, nos centramos en medios nativos digitales, medios “creados con estructuras y procedimientos adaptados con naturalidad al entorno digital”; y que no derivan de marcas periodísticas de prensa, radio, televisión o agencias (Salaverría, 2021, p.22).

Mientras los medios tradicionales mantienen su presencia (aunque mermada en muchos casos), el consumo de información digital sigue creciendo exponencialmente. En este marco, los medios exclusivamente digitales emergen como una alternativa que demanda menor

inversión inicial y menores costos operativos. En aquellas localidades alejadas de los centros capitalinos ofrecen, a su vez, la posibilidad de poner en discusión, de una manera más accesible y cercana, una agenda de temas relevantes para la comunidad.

Ahora bien, este esquema también plantea condicionantes: la digitalización propone un escenario con periodistas polivalentes, con rutinas de producción complejas y con condiciones laborales cada vez más precarizadas. Estos medios también enfrentan dificultades para monetizar contenidos y, en muchos casos, lidian con la falta de formación de sus periodistas para este entorno que exige innovación permanente.

Así, consideramos que, si bien el periodismo nativo digital representa una oportunidad, es esencial considerar los contextos locales donde están emplazados y las nuevas configuraciones laborales para comprender mejor su impacto real.

A modo de introducción: algunas preguntas que nos siguen interpelando

Este trabajo tiene como fin compartir algunas reflexiones y análisis preliminares llevados a cabo en el marco del proyecto de investigación *Medios periodísticos nativos digitales del interior de la Provincia de Córdoba (Argentina): rutinas, condiciones de producción y formación de periodistas*, aprobado y financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (SECyT-UNC).

Animan las indagaciones de nuestro equipo¹ las preguntas que nos hacemos acerca de cómo se está (re)configurando el escenario periodístico, fundamentalmente, a partir de los procesos de digitalización. Ya nadie puede negar que todos los eslabones de la cadena de producción periodística se han visto modificados desde la irrupción de Internet, y que estos cambios se han acelerado y profundizado en los últimos años. Por eso, nos venimos formulando, entre otros, los siguientes interrogantes: ¿cómo son las actuales rutinas periodísticas? ¿qué tipos de notas se producen? ¿qué temas abordan? ¿qué fuentes de información se consultan? ¿cómo es la relación de la/os periodistas con esas fuentes? ¿y las formas de financiamiento de los medios? ¿y el vínculo con las audiencias? ¿qué competencias/habilidades/destrezas se les demanda a la/os periodistas?

¹ El actual proyecto está integrado por los autores del trabajo y, además, por Pabla Giménez, Juan Fiorentino, Gabriel Díaz Heredia, Rocío Ledesma y Azul María Arrascaeta.

Nos interesa, a su vez, seguir centrando nuestra atención en los medios regionales por el rol social que cumplen al dar visibilidad a temas que no suelen aparecer en las agendas nacionales, por ser amplificadores de las demandas locales, porque fortalecen la forma de vida democrática al incentivar la participación ciudadana y porque la cercanía e inmediatez con las fuentes les brinda herramientas para luchar contra los mecanismos de desinformación².

Así, en el proyecto *La crónica periodística en medios gráficos del interior de la Provincia de Córdoba* (2018-2019) al tiempo que pudimos notar cómo los medios de comunicación de segunda escala son muy valorados por ese rol que recién describimos, advertimos que enfrentan una profunda crisis económica que impacta en su funcionamiento y estabilidad debido, entre otros factores a: aumentos de los insumos y las tarifas, repartos limitados y discrecionales de las pautas publicitarias oficiales, disminución en la venta de publicidades, reducción en las tiradas. (Rodríguez Castagno, Urenda, Fiorentino, 2019)

Luego, en el proyecto *Cartografía de géneros periodísticos y procesos productivos en periódicos regionales del interior de la Provincia de Córdoba* (2020-2022) reafirmamos la idea de que en el contexto de actual sobrecarga informativa, la información local sigue adquiriendo un valor significativo en las pequeñas comunidades. Esto radica, como también ya dijimos, en el reconocimiento de la/os lectora/es de la función que cumplen estos medios que dan cuenta de los temas que les preocupan y que actúan - muchas veces- como puente entre ella/os (la/os vecina/os) y las autoridades gubernamentales. En este sentido, “volverse cada vez más cercanos” con sus audiencias y anunciantes emerge como una marca distintiva y como una estrategia fundamental para asegurar su vigencia (Rodríguez Castagno et al., 2023).

Llegamos, así, a este nuevo proyecto en donde quisimos detenernos en los medios nativos digitales, es decir, medios que no fueron concebidos como migraciones y/o complementos de las versiones impresas, sino que fueron pensados y lanzados desde y para la

2 Sobre este aspecto, Jorge Conalbi, director del diario Sumario, de Alta Gracia, en una entrevista nos decía: “A nosotros nos toca escribir de gente que nos encontramos, que nos cruzamos en la calle, en los supermercados, que vienen y en la cara nos piden explicación de por qué publicamos tal cosa, por qué elegimos tal otra.... pero también eso puede pasar con un protagonista, o una fuente, incluso eso también ocurre con los lectores. Un diario regional tiene un escaso margen para publicar una barrabasa absoluta que todo el pueblo sabe que es mentira, porque los vecinos se conocen”.

propia red. En este marco, nos preguntamos: ¿qué tienen de particular estos medios? ¿por qué con su irrupción se transforma el escenario periodístico? ¿qué perfil de periodistas requieren? Y, puntualmente, ¿qué papel cumplen en el periodismo regional?

Medios nativos digitales: apuestas y condicionamientos

Como parte de nuestra investigación, aún en desarrollo, indagamos sobre el contexto de surgimiento de los medios nativos digitales en general para luego centrarnos en medios del interior de la Provincia de Córdoba.

En este marco, coincidimos con los autores que señalan que en el último cuarto del siglo el ecosistema informativo experimentó profundas transformaciones provocadas por la introducción de innovaciones tecnológicas, logísticas y profesionales (Salaverría, 2021). Particularmente, las dinámicas propias de internet modificaron el modelo de trabajo periodístico, las formas de generación de contenidos, de comunicación con las audiencias y el mismo lenguaje periodístico (Zuluaga Trujillo y Gómez Montero, 2019).

En este contexto, si bien perviven expresiones analógicas de periodismo (aunque cada vez más reducidas³), creció notoriamente el consumo de información a través de plataformas y dispositivos digitales. Los primeros medios en incursionar en la web fueron las versiones en línea de los diarios impresos. Pero, pronto, comenzaron a surgir y a entrar en competencia otros medios nacidos en la propia red.

Sobre la forma de definir a estos nuevos medios, Jorge Vázquez-Herrero; María-Cruz Negreira-Rey; Xosé López-García (2023) reseñan:

son medios nativos digitales o cibermedios nativos aquellos pensados y nacidos para internet, frente a los medios matriciales (Cebrián-Herreros, 2009) o no nativos digitales, que derivan de las marcas previas a internet y que migraron a ese espacio. Los medios nativos digitales recibieron también el nombre de *online-native*, *digital-born*, *pure players* o *start-ups* periodísticas. Recientemente, Steensen et al. (2019) constataron en un estudio de metainvestigación que el cambio discursivo hacia el concepto de periodismo digital –en lugar de online, web o multimedia– marca un giro no determinista con el que se abandona progresivamente la atención sobre la

3 Por citar un ejemplo, en base a datos aportados por el Instituto Verificador de Circulaciones, Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2024) señalan que desde 1995 (inicio de los diarios en Internet) al 2023 la caída de las ventas de diarios en Argentina es notoria. En este sentido, Clarín perdió un 91,49% de sus ventas, un porcentaje similar al de su diario deportivo, Olé. La Nación, por su parte, muestra una caída del 73,27%.

tecnología para enfocarse en un periodismo que moldea y es moldeado por la sociedad digital, junto a otras instituciones sociales.

En parte, el nacimiento de los medios nativos digitales está asociado a las dificultades económicas que presentan los medios para funcionar en versiones impresas. Frente a esto, la web y las nuevas tecnologías ofrecen ventajas en términos de potencial de alcance y bajos costos de operación (Zuluaga Trujillo y Gómez Montero, 2019).

Los medios gráficos regionales no están ajenos a este contexto. Como venimos observando en los anteriores proyectos, estos medios de cercanía atraviesan una difícil (“dramática”, la califica Jorge Conalbi, de Diarios y Periódicos Regionales Argentinos, entidad que los nuclea en todo el país) situación. Así, ante este complejo panorama económico y sus limitadas condiciones de producción, el entorno digital aparece como una vía capaz de posibilitar su desarrollo y sostenimiento.

En este sentido, Milton Copparoni, quien fue director e impulsor del medio nativo digital local *InfoTanti* (Córdoba, Argentina), en el marco de IV Bienal de Periodismo y Comunicación organizada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) en el año 2023⁴, expresó que el ecosistema actual de medios representa una oportunidad para el periodismo de cercanía. Esto se debe a que, para él, internet les permite tener un mayor alcance que el formato papel, posibilita un rápido crecimiento y viralización y, sobre todo, el costo de la tecnología es relativamente bajo, con lo que se puede avanzar en un “proyecto de periodismo hiperlocal básico” sin contar con “una gran espalda económica”, ya que la inversión es mucho menor que la que requiere el papel, una radio o un canal de TV.

Además, para el periodista, el desarrollo tecnológico que existe actualmente es propicio para los medios regionales, debido a que “permite la multiplicidad de plataformas, de enfoques y de aportes al acceso a la información a nivel local”.

Ahora bien, a pesar de estas oportunidades, no hay que soslayar los condicionantes que presenta -al mismo tiempo- este nuevo modelo: la contracara de la gratuidad de los contenidos (valorada por las audiencias) es la dificultad para monetizar los contenidos. El

4 Nos referimos al panel: Periodismo de cercanía: oportunidades y condicionantes en el ecosistema actual de medios, organizado por el equipo de investigación y las cátedras Redacción Periodística II y Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica (cátedra B) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC. Está disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4G3e4kLLOjs&t=4585s>

Informe sobre medios nativos digitales latinoamericanos 2022, elaborado por la Fundación Gabo y Google News Initiative a partir del análisis de 1.521 medios en doce países, destaca la preocupación por la sostenibilidad y la financiación de estos proyectos. En Argentina, la pauta publicitaria y los recursos propios emergen como las fuentes de financiamiento predominantes.

Sobre los nuevos perfiles profesionales

A la par de estas transformaciones y condicionamientos, surgen, inevitablemente, cambios en la forma de ejercer la práctica periodística. En otras palabras: aparecen nuevos roles que demandan un nuevo perfil de profesional: periodistas multitareas y multimediales, que puedan dominar múltiples actividades, plataformas y lenguajes. Esto trae consigo el abaratamiento de costos, la reducción de personal y la necesidad del pluriempleo (Scolari, 2008; Salavarría, 2008; Sandoval, 2013).

A esta situación, Copparoni añade que algunos medios regionales deben sobrellevar la falta de formación de periodistas locales en “el campo” y en el trabajo en estos nuevos entornos. En sintonía con este planteo, el Informe de la Fundación Gabo revela que una de las necesidades más apremiantes para los medios nativos digitales es la capacitación. Este hallazgo se refuerza en la segunda parte de ese estudio, publicada en 2024, donde el desarrollo de habilidades técnicas aparece nuevamente como una prioridad.

Lo mismo señalan Sixto-García y Soengas-Pérez y Rodríguez-Vázquez: para ellos, el nuevo escenario mediático exige nuevos perfiles profesionales especializados y polivalentes. Los autores agregan que el objetivo de los nuevos perfiles es potenciar las competencias tecnológicas necesarias, sin perder de vista “los valores y elementos imperecederos del periodismo” (2022, p.241).

En nuestras primeras exploraciones a los medios regionales nativos digitales que forman nuestras unidades de análisis⁵, notamos un uso limitado de los recursos propios del periodismo digital y, a la vez, una repetición de formatos de los modelos tradicionales (noticias breves, acompañadas de una imagen). Nuestra hipótesis, basada en hallazgos

⁵ Siguiendo nuestra cartografía de medios, en esta investigación nos centramos en medios nativos digitales del Departamento General San Martín de la Provincia de Córdoba.

previos y lo expuesto anteriormente, es que se debe —principalmente— a la escasez de recursos humanos, a la variedad de tareas que la/os periodistas deben realizar en cada jornada laboral, a la falta de recursos económicos y de posibilidades de actualización profesional.

Algo que nos parece interesante destacar es que la “disponibilidad” de variadas herramientas informáticas/digitales, muchas de las cuales son gratuitas y de fácil acceso, no garantiza *per se* su uso, ni un uso eficaz en los medios. De allí que la capacitación por parte de la/os periodistas y el aprendizaje/ejercitación de nuevos conocimientos y destrezas se vuelve imprescindible.

A modo de cierre (provisorio)

En síntesis, este trabajo se inscribe en una línea de investigación que el equipo viene desarrollando desde hace varios años y que busca indagar sobre los procesos de producción periodística en medios regionales, en particular en el interior de la Provincia de Córdoba (Argentina). En esta oportunidad, a su vez, posamos la mirada sobre el rol que ocupan en este ecosistema los medios nativos digitales.

Como resultados provisorios de nuestra indagación (que aún se encuentra en desarrollo) podemos advertir que estos medios nacidos en y para internet representan una oportunidad concreta para que, en un contexto adverso como el actual, el periodismo local pueda subsistir y, en algunos casos, hasta revitalizarse. Ahora bien, estos medios también enfrentan numerosos desafíos, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad económica, la capacitación de sus equipos y la incorporación efectiva de recursos digitales.

Finalmente, creemos que es importante que desde nuestras aulas y espacios académicos podamos seguir indagando sobre la (re)configuración de estos nuevos escenarios periodísticos para aportar conocimiento situado. En este sentido, esperamos que nuestras investigaciones realizadas en el marco de una Universidad pública puedan contribuir no solo al campo académico, sino también a la práctica profesional del periodismo regional, promoviendo un ejercicio comprometido con las comunidades a las que se dirige.

Referencias bibliográficas

- BECERRA, M.; MASTRINI, G (7 de junio de 2024) *El mapa de medios en la era Milei*.
Revista Anfibia: <https://www.revistaanfibia.com/el-mapa-de-medios-en-la-era-milei/>
- FUNDACIÓN GABO. (2022). *El hormiguero. Un informe sobre medios nativos digitales latinoamericanos 2022*. <https://especiales.fundaciongabo.org/informe-el-hormiguero/>
- _____. (2024). *El hormiguero II. Estudio de los medios nativos digitales en Latinoamérica y primera aproximación a los nativos digitales latinos en Estados Unidos*. <https://especiales.fundaciongabo.org/el-hormiguero-2/>
- RODRÍGUEZ CASTAGNO, T; Urenda, G; Fiorentino, J (2019) *Testimonios acerca de cómo se hace periodismo en medios gráficos regionales en la actualidad*. XVII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. (ENACOM). FCC y la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS). En prensa.
- RODRÍGUEZ CASTAGNO, T., Rho, L., Urenda, G. y Ortega, N. (2023). Una aproximación a los géneros periodísticos y procesos productivos de periódicos de las Sierras Chicas (Córdoba -Argentina): los casos de La Unión regional y El Milenio. En *Memorias Congreso ALAIC 2022*, 1. <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/758/756>
- SALAVERRIA, R. (2008) *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Editorial Sol90. Barcelona.
- _____. (2021). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. En Salaverría, R. y Martínez-Costa, M. (Coord.), *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*, (pp.21-31). Salamanca.
- SANDOVAL, E. (2013). El profesional de la comunicación en la convergencia mediática. *Oficios Terrestres*, 1 (29).
- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

- SIXTO-GARCÍA, J., SOENGAS-PÉREZ, X., y RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I. (2022).
Capítulo 15. Periodistas polivalentes y periodistas especializados . *Espejo De
Monografías De Comunicación Social*, (7), 233–245.
<https://doi.org/10.52495/c15.emcs.7.p92>
- VÁZQUEZ-HERRERO, J; NEGREIRA-REY, M. ; LÓPEZ-GARCÍA, X (2023). “Research
on digital native media: an emerging topic in the field of digital communication”.
Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320202.
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.02>
- ZULUAGA TRUJILLO, J. y Gómez Montero, S. (2019). Medios nativos digitales en
América Latina: Agenda, sostenimiento e influencia. *Chasqui: Revista
Latinoamericana de Comunicación*, (141), 301-316.