

Artículo recibido: 06/08/2019

Aceptado: 29/04/2020

Sergio Gustavo **Grabosky**

Profesor en Letras para la Enseñanza Media y Terciaria (UNSa, 1998). Especialista en Ciencias Sociales, con Mención en Lectura, Escritura y Educación (FLACSO, 2008). Máster en Ciencias Humanas y Sociales, con mención en Educación y Formación (Universidad de Reims Champagne-Ardenne, Francia, 2015). Becario de la Beca Saint- Exúpery del Ministerio de Educación y la Embajada de Francia en Argentina (2010-2012). Profesor de Comprensión y Producción de Textos en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UNSa). Director del Proyecto de Investigación N°2681/19 “*Nuevos formatos discursivos: periodismo digital y narrativas transmedia*” del Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa). Correo electrónico: sergrabs@gmail.com

María Fedra **Aimetta**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Doctoranda de la Universidad Nacional de Jujuy (Doctorado en Ciencias Sociales Doctorado –Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- UNJu). Auxiliar Docente de las materias Comprensión y Producción de Textos, Teoría y Práctica de la Prensa Escrita – Introducción al Periodismo de Investigación y al Periodismo de Opinión en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Facultad de Humanidades- UNSa). Co-Directora del Proyecto de Investigación N°2681/19 “*Nuevos formatos discursivos: periodismo digital y narrativas transmedia*” del Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa). Correo electrónico: fedra.unsa@gmail.com

PAREN LAS ROTATIVAS.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ABORDAJE DE LAS RUTINAS PERIODÍSTICAS DIGITALES

Sergio Gustavo Grabosky y María Fedra Aimetta

Resumen:

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Nuevos Formatos Discursivos: Periodismo Digital y Narrativas Transmedia” (Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta -CIUNSA N° 2681-). Este proyecto indaga, desde una perspectiva cualitativa el periodismo digital y las narrativas transmedia en la comunicación informativa salteña. Se plantea el abordaje de *las transformaciones discursivas y de las prácticas de escritura y lectura* desde el advenimiento de lo digital en el periodismo. Desde el presente trabajo desarrollaremos específicamente la dimensión de *las rutinas periodísticas*. Se pretende presentar el abordaje teórico-metodológico que se implementa para el análisis de las condiciones y formas en que los y las periodistas de medios locales realizan sus tareas y actividades desde los aportes de la Didáctica Profesional y la Clínica de la actividad como referentes metodológicos específicos para el análisis de prácticas profesionales.

Palabras clave: clínica de la actividad, didáctica profesional, periodismo digital, rutinas periodísticas, Salta.

STOP THE PRESSES. METHODOLOGICAL PROPOSAL FOR ADDRESSING DIGITAL JOURNALISTIC ROUTINES

Abstract:

This paper is part of the research project "New Discursive Formats: Digital Journalism and Transmedia Narratives" (Research Council of the National University of Salta -CIUNSA N° 2681-). This project focuses on digital journalism and transmedia narratives in Salta's informative communication from a qualitative perspective. The approach of the discursive transformations and writing and reading practices since the advent of the digital in the journalism is raised. From this work we will specifically develop the dimension of journalistic routines. It is intended to present the theoretical-methodological approach that is implemented for the analysis of the conditions and ways in which journalists and local media carry out their tasks and activities from the contributions of the *Professional Didactics* and the *Clinic of the activity* as specific methodological references for the analysis of professional practices.

Keywords: activity clinic, digital journalism, journalistic routines, professional didactics, Salta.

Introducción

El proyecto de investigación N° 2681 “Nuevos Formatos Discursivos: Periodismo Digital y Narrativas Transmedia” (Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta) aborda una problemática contemporánea: la comunicación social en el siglo XXI, en la internet interactiva y en el contexto de la digitalización. Resulta un tema relevante para pensar problemas de ciudadanía, de derechos de autor/open data, redes de producción de conocimiento, el acceso a la información y de multiplicación de prácticas de lectura y escritura. Hay un nuevo consumidor prosumidor, que a la vez se vuelve pasivo cuando toma un control remoto o visita múltiples pantallas.

En este sentido, conocer cómo se produce el periodismo digital y cómo se une a los formatos multimediales propios de la producción transmedia, permite indagar en esas nuevas reglas de la producción discursiva y entender cómo las nuevas prácticas de recepción condicionan el plano de la producción.

La provincia argentina Salta ha generado vínculos y modos propios de incorporarse a la lógica digital y de la internet participativa o interactiva, condicionada por el acceso y las múltiples temporalidades que conviven en la provincia -sociedad abigarrada, en términos de René Zavaleta (1986)-. Esas matrices discursivas *de lo mismo que se guarda y expone como marca de origen* se vieron confrontadas con una revolución copernicana, al decir de Jean Sarzana y Alain Pierrot (2011) para referir a la digitalización.

La labor periodística salteña se ve entonces condicionada por sus estructuras culturales, la puja entre libertad de prensa y libertad de empresa, como fenómeno de la actualidad, y lo que Arrueta denomina el *periodismo en contextos de periferia*, en tanto “una variante de existencia real y concreta (...) un modo de entender la realidad, la construcción de noticias, a partir de determinadas condiciones y limitantes” (Arrueta, 2010: 226), por el control de los gobiernos provinciales (Picco, 2013).

Esto ocurre en un contexto global, nacional y local en que el periodismo se fue desacreditando y precarizando frente al crecimiento de salas de prensa de los organismos públicos o auspiciantes (Amado, 2012), en que el sueldo de los periodistas es -por primera vez en 100 años- inferior a lo que se paga por jornada de trabajo en la construcción o la limpieza de edificios (Herrscher, 2017) y ante un contexto de pérdida laboral: sólo entre 2017-2018 el Observatorio y Alerta Laboral de Periodistas de FOPEA registró el despido de 1.791 trabajadores en la prensa argentina (FOPEA, 2019).

En este marco, el trabajo recupera una de las dimensiones que abordamos en nuestra investigación: las rutinas periodísticas, entendidas como esa serie de procedimientos que contribuyen a la organización de las tareas del periodista en su labor cotidiana y que se constituyen como un “ritual” (Fontcuberta y Borrat, 2006) que los periodistas repiten en busca de la eficacia de una labor perseguida por los tiempos y una relación compleja con las fuentes de información y el interés público (Martini y Luchessi, 2004).

La importancia de este tipo de estudios radica en que el periodismo trabaja en la construcción de la actualidad y contribuye a crear un presente social de referencia (Gomis, 1991). Conocer la lógica actual de la producción periodística, en sus nuevas modalidades de producción, circulación y consumo se vuelve relevante para la construcción de conocimiento situado y a nivel regional, es un área de indagación científica contemporánea y en pleno desarrollo. Podemos señalar producciones que investigan sobre el periodismo en el NOA. César Arrueta pone el foco en las rutinas periodísticas en la provincia de Jujuy desde las voces de sus propios protagonistas y las especificidades de los procesos productivos (Arrueta, 2009). En “Qué realidad construyen los medios” realiza una exploración académica sobre la Teoría del Periodismo, considerando los supuestos de la corriente sociológica denominada *newsmaking* que aborda y entiende los mecanismos de producción de noticias y lo ancla en los *contextos de periferia*, es decir, en el interior del país (Arrueta, 2010). El investigador jujeño analiza los condicionamientos políticos y económicos que limitan el desarrollo del campo a partir de la propiedad de los medios en lo que llama *periodismo en contextos de periferia*. En el artículo “Miradas en Tensión” (2013) trabaja

valores y cualidades transversales que los periodistas proyectan simbólicamente sobre sí mismos en relación a las discrepancias con la línea editorial del medio y las presiones interinstitucionales. Iván Lello en “Una Aproximación al Periodismo Digital Jujeño desde la perspectiva de Bourdieu” (2006) aborda la descripción del campo periodístico desde una mirada teórica atravesada por la metodología descriptiva de Pierre Bourdieu.

El trabajo de Ernesto Picco (2017) aborda el origen, desarrollo y oferta actual del periodismo online en las tres provincias del norte argentino entre las que se encuentra Salta. El análisis permite ver la expansión de la oferta de medios digitales y algunos cambios relevantes en los sistemas de medios subnacionales y en la práctica periodística. En su trabajo trata las dimensiones política, económica y discursiva que condicionan lo periodístico, la influencia de los estados provinciales y las corporaciones mediáticas locales.

En tanto, Pablo Hamada (2013), con una mirada hacia el exterior pero desde Argentina, hace referencia a estudios científicos realizados en periodismo digital en Iberoamérica y Estados Unidos con un triple objetivo: revelar las primeras experiencias de digitalización de periódicos ya reconocidos, analizar las nuevas características que asume la práctica periodística y los componentes discursivos de los nuevos formatos periodísticos, y reconocer la emergencia de nuevos actores que comienzan a disputar el campo periodístico.

Con todo, en esta época de la autocomunicación de masas (Castells, 2008) se hace necesario reflexionar acerca de las características que adquiere la producción de información en sus modalidades de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

Nudo

El mundo digital, la web 2.0 y 3.0¹, no es un mero recurso tecnológico, sino “la forma que adoptan los lazos sociales contemporáneos” (Irigaray *et al*, 2010, p.39). Este ecosistema genera:

- Espacios de expresión que permiten la producción y publicación colectiva, colaborativa, descentralizada y simple a través de blogs y wikis
- Irrupción del videoblogging y podcasting (video y audio disponible bajo demanda)
- Formas de etiquetar y categorizar la información (folksonomías, nubes de etiquetas)
- Potenciación de las comunidades y redes sociales

Todas estas formas se hacen exponenciales con las comunicaciones móviles. La profesión periodística y los medios de comunicación son los primeros afectados, partiendo, para algunos autores, desde el propio concepto de periodismo (Porto y Flores, 2012). Los efectos se manifiestan en tres vertientes:

¹ Las diferencias conocidas entre los tipos de internet se vinculan a sus posibilidades y funciones. El sitio Wikipedia sostiene que la expresión web 3.0, o web semántica, fue creada por la investigadora y líder de innovación mexicana Norma Lizeth Ortiz García, en conjunto con un grupo de investigadores de Google Academy External Consultants y es una expresión que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción de las personas en internet a través de diferentes formas entre las que se incluyen la transformación de la red en una base de datos, un movimiento social con el objetivo de crear contenidos accesibles por múltiples aplicaciones non-browser (sin navegador), el empuje de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica, la Web Geoespacial o la Web 3D. La expresión es utilizada por los mercados para promocionar las mejoras respecto a la web 2.0. La expresión web 3.0 apareció por primera vez en 2006 en un artículo de Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX. Actualmente existe un debate considerable en torno a lo que significa web 3.0 y cuál es la definición más adecuada.

La diferencia central es que mientras la web 2.0 se vincula a los servicios que permiten compartir datos e interactuar con gran facilidad en las redes sociales y las plataformas de colaboración, la web 3.0 está relacionada a lo que se conoce como web semántica, la inteligencia artificial y la capacidad de conexión entre sitios de acuerdo a los intereses del usuario.

- Dinámica de la construcción de la noticia o información
- Relación con los lectores y la situación de los medios tradicionales
- Ejercicio profesional (las habilidades necesarias para sobrevivir y prosperar en el nuevo entorno)

En resumen, los modos de hacer periodismo se han modificado profundamente ya sea por el tratamiento de la información o por la lógica de éxito en la aparición y permanencia de los lectores en una noticia o por las nuevas aptitudes profesionales requeridas a los periodistas (Manna, 2015). Asimismo, la arquitectura de la noticia se modifica (con una pirámide invertida que se redimensiona) y una temporalidad del ciclo productivo de la noticia que se altera (Salaverria, 1999; Salaverría y Desideri, 2014 citado por Quiroga, 2014; Viada, 2014).

La teoría del *gatekeeping* daba cuenta de las lógicas que operan en las redacciones para seleccionar la información en función del espacio finito de los diarios de papel. Además de criterios organizativos y profesionales, aparecen los diferentes valores noticia vinculados a los rasgos del evento, el proceso de producción de cada medio y características del público y competencia del medio en cuestión (Wolf, 1987).

Los cambios “han sido acelerados por la aparición de los medios sociales (blogs, redes sociales y microblogs) que han contribuido al crecimiento del número de fuentes de información y, como tal, de la cantidad de información en circulación” (Canavilhas, 2011, p.122). Las consecuencias impactan en la actividad periodística y en la relación entre los lectores y las noticias porque los medios de comunicación buscan perfeccionar formas de distribución que les acerquen a los lectores y estos buscan herramientas para filtrar el flujo de información.

Las redes sociales ofician como filtro de noticias, con los usuarios leyendo las propuestas de sus amigos o de los medios de que son fans, se suma la figura de los *gatematchers* (Bruns, 2013), ciudadanos de prestigio alrededor de los cuales se construyen nuevas comunidades informales.

Tanto el filtro de acontecimientos como las fuentes de información sufren alteraciones, al igual que el soporte y el lenguaje que dicho soporte habilita: la naturaleza multimodal de la comunicación móvil engloba voz, texto, imágenes estáticas y vídeo y las combinaciones posibles.

Los nuevos lenguajes demandan nuevas alfabetizaciones y aunque las 5W² siguen prefigurando la construcción de la información, la nueva temporalidad de la noticia modifica las lógicas de producción.

Hoy un nuevo criterio de noticiabilidad³, la *instantaneidad*, signa la selección de acontecimientos de algunos medios periodísticos locales sobre otros que

² Las5W (y una H) son la base del tratamiento de la información y son las preguntas que toda noticia debería responder. Son 5 w por sus iniciales en inglés:

Qué (What): Hace referencia a los acontecimientos, las acciones e ideas que constituyen el tema de la noticia. Por ejemplo, un accidente de moto con el resultado de dos heridos graves.

Quién/Quiénes (Who): Son los protagonistas, en definitiva, todos los personajes que aparecerán en una noticia.

Cuándo (When): Sitúa la acción en un tiempo definido. Señala su inicio, su duración y su final.

Dónde (Where): El espacio, el lugar donde han ocurrido los hechos.

Por qué (Why): Explica las razones por las que se ha producido el acontecimiento. Incluye, cuando es necesario, los antecedentes de ese acontecimiento.

Cómo (How): Describe las circunstancias concretas en las que se han producido los hechos.

³ Los criterios de noticiabilidad son los lineamientos que hacen posible que, a través de un dedicado proceso, el acontecimiento se convierta en noticia. Durante mucho tiempo se tomaron como esenciales las características de la noticia descritas por Carl Warren (actualidad, proximidad, relevancia, rareza, conflicto, suspense, emoción y consecuencia) (Warren, 1979)-. Los nuevos valores de la noticia descriptos por Stella Martini en su libro "Periodismo, noticia y noticiabilidad" (Martini, 2000) son:

Novedad: la cual implica la existencia de un hecho como ruptura de la cotidianeidad.

Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo: los cuales refuerzan el concepto de novedad.

La evolución futura de los acontecimientos: genera mucha expectativa por parte del público, lo cual propicia un mayor consumo de información que detalle el desenlace de los mismos. Aquí encontramos a las noticias que tienen que ver con secuestros, juicios públicos, catástrofes y, en general, cualquier otro hecho que tenga que resolverse o que tenga un desarrollo secuencial.

El grado de importancia y de gravedad: entre otras cosas, está ligado a otros valores como la cantidad y la jerarquía de las personas implicadas en el hecho.

La proximidad geográfica: la cual tiene que ver con la cercanía o lejanía del hecho con respecto al público.

La magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados: mientras más personas o ámbitos geográficos atañen el hecho más valor tiene la noticia.

prefieren detener el tiempo y dar tratamiento a la noticia. Ramón Salaverría y Leonardo Desideri (2014) denominan “flujo continuo de noticias” a la actualización en ritmo continuo de los periódicos digitales y remarcan que, bajo esa lógica de la inmediatez y la actualización constante impuestas por la publicación de noticias en internet, “algunos conceptos fundamentales del periodismo de papel como los de *deadline*, revisión final y edición del día casi no se aplican” (citados por Quiroga, 2014).

La competencia en el entorno virtual es inconmensurable y el tiempo de los usuarios escaso. El objetivo de escribir en clave periodística para la web es brindar información útil en el menor tiempo posible. Es decir que la escritura y las habilidades escriturales también se agudizan. Pero la instantaneidad contrasta con la escritura que siempre precisa un proceso mental desarrollado en un determinado tiempo de producción. Hoy se pide la misma celeridad en un sitio web que en la radio o la televisión, porque el ciclo de producción se acorta al mínimo posible. En los diarios papel el ciclo productivo sigue siendo de 24 horas. En los sitios periodísticos online es de 24 horas al día, los siete días de la semana, todos los días del año (Viada, 2014).

La modalidad que asume el discurso de la información luego de la convergencia de redacciones o de la aparición de la redacción nativa digital es la de interactividad con los usuarios (hoy motores de la distribución de contenidos) y actividad multiplataforma: los periodistas deben editar los contenidos para celulares, tablets e incluso pantallas gigantes en distintos puntos de la ciudad, incluso en ciertos casos también escribir para las versiones en papel. Mientras se pone una alerta o noticia de último momento en la *home* del sitio se buscan testimonios, se suben fotos, se chequean las redes sociales y los demás medios, se busca o prepara un video.

Las tareas del periodista son: verificar los datos, buscar fuentes propias, sistematizar el cúmulo de información, redactar y publicar; todo esto se resume en gestionar y editar. El tiempo es ahora, la alerta es permanente:

La jerarquía de los personajes implicados: ello tiene que ver con la participación pública de personajes conocidos y desconocidos.

¿Cómo influyen esas condiciones en la calidad periodística, en el tratamiento de la información, la consulta y chequeo de fuentes, la consulta de documentación, etc.? Lila Luchessi (2010) señala que quizá el cambio más significativo sea justamente el que se ha producido en “la concepción del tiempo”.

El nuevo escenario de consumo cultural que se fragmenta en distintos medios, soportes y plataformas por parte de un público que “disputa el poder de la agenda desde los márgenes del sistema” (Rost, Bernardi y Bergero, 2016, p.8) obliga a medios y periodistas a redefinir conceptos, rutinas, prácticas y hegemonía. Medios y periodistas pierden la exclusividad en la construcción de información y en la imposición de agendas (Tous Roviroso et al, 2015 citado por Cerezo, 2016) y esto, una vez más, modifica las rutinas profesionales (Bernardi, 2016; Luchessi, 2015).

Todas estas características se despliegan en simultáneo y a raíz de que los medios buscan esencialmente lucrar e influir (Borrat, 1989) y para eso necesitan ser leídos. La idea de que el público va hacia el medio caducó por la naturaleza migrante de las audiencias enunciada por Henry Jenkins (2003). De modo que ahora los medios deben ir a donde están las audiencias y la inversión de medios y fuentes hace que hoy lo que el público está diciendo y mostrando en las redes comienza a ser incluido en los medios.

La necesidad de incorporar los aportes de los usuarios en la producción de noticias, lo que en la última década se dio en llamar “citizen journalism” o “periodismo 3.0” y la experiencia de las wikis y otras instancias colaborativas permiten crear nuevos relatos informativos o expandir/controlar la información generada por otros.

Pero además de los aportes informativos, están los aportes de noticias o piezas creadas para las redes sociales. La necesidad de interacción y construcción de comunidades necesita de este foco en el usuario. Por ello hoy se redefine lo relevante y aparece otro criterio: lo que le gusta a la gente. Editores y periodistas miden las audiencias en tiempo real, contabilizan las

visitas a cada noticia, las suben o las bajan en la plantilla para que no se pierdan “abajo”⁴ y saben “cómo le está yendo” a una publicación.

Así aparecen en la agenda de los portales videos virales vinculados a lo anecdótico, lo curioso, lo gracioso, lo ridículo, lo morboso y lo obsceno. Aquí la *originalidad* y el *ineditismo* aparecen como criterios activados en un segundo plano tras el valor de la popularidad en sí de una pieza o video casero.

Estos nuevos valores en las noticias sin duda impactan minuto a minuto en el quehacer de los y las periodistas.

La dimensión de las rutinas periodísticas

El medio digital exige un nuevo lenguaje, una nueva retórica y un nuevo modo de producir información que no tiene nada que ver con las tradicionales rutinas periodísticas. “El diario digital no tiene páginas, sino pantallas en las que la información se construye a base de enlaces que remiten a otras informaciones y organiza su contenido en sucesivas capas que se van desvelando al usuario de acuerdo a sus intereses y a su elección” (Fontcuberta y Borrat, 2006, p.132).

Miguel Túñez (1999) define las rutinas como “pautas de comportamiento consolidadas en la profesión, asimiladas por costumbre y habitualmente ejecutadas de forma mecánica, que están presentes en todo el proceso de producción informativa y que pueden llegar a repercutir en el mensaje transmitido a la audiencia” (P.148).

Mar de Fontcuberta (2006) considera que son pautas de comportamiento porque acaban influyendo sobre la estructura y organización del trabajo y son utilizadas por las empresas como uno de los índices para medir la profesionalidad de sus periodistas. Además, la misma autora, plantea que están consolidadas por la profesión porque son el resultado de un uso

⁴ Entrevista a Hugo Krasnobroda, ex editor de la sección Locales del diario El Tribuno, inédita, realizada en septiembre de 2017.

colectivo y repetido de hábitos laborales que se consolidan como prácticas habituales definitorias del trabajo de acuerdo a los cánones deontológicos y que se transmiten a los individuos que se incorporan a ella. Son habitualmente ejecutadas de forma mecánica porque se refieren a actuaciones que se realizan sin que medie un razonamiento previo cada vez que se utilizan. Están presentes en todo el proceso porque es posible localizarlas en las tres fases de la producción informativa: recolección, selección y edición. Por último, repercuten en el mensaje transmitido a la audiencia porque ellas definen la producción informativa y el producto resultante (Fontcuberta, 2006).

Entonces decimos que las rutinas periodísticas son prácticas que los periodistas repiten cotidianamente como un ritual y que se aplican a todo el proceso de producción de las noticias, desde la selección de fuentes para elaborar la información, la redacción de textos y la selección de imágenes (hoy producción de imágenes, de audios o video), hasta la definitiva edición de la noticia (en el soporte que sea).

Con esto podemos decir que los acontecimientos y noticias que se transmiten por los medios son pasados por el filtro del periodista o de quienes ejercen el periodismo, por sus rutinas profesionales o por la organización para la que trabaja. En este sentido hablamos de que cada medio presenta su formato periodístico. Altheide y Snow (1991) demostraron que el formato es una propuesta general de mediación entre una organización informativa y un público. Las noticias se refieren al contenido mientras que el medio proporciona la forma y la lógica a través de la cual el contenido es organizado y presentado.

Una propuesta metodológica para el análisis de rutinas periodísticas desde la Didáctica profesional y la Clínica de la actividad

La Didáctica Profesional (Pastré *et al*, 2006) se vincula al mundo del trabajo y analiza las competencias profesionales. En sus orígenes analizó el trabajo industrial, pero con posterioridad permitió abordar la producción de servicios. De ella tomamos la idea de “conceptos pragmáticos”. Cada oficio o

profesión da experticia y produce un conocimiento particular vinculado al propio quehacer en contexto de trabajo.

Este conocimiento es diferente al teórico. Son muchos los casos analizados por la Didáctica profesional. Así, se pregunta ¿cómo conceptualiza un corazón un médico novato y un cardiólogo experimentado? Las investigaciones muestran que el médico especialista conceptualiza el órgano de su experticia con una mirada atrofiada, distinta al esquema del órgano corazón que enseñan los libros teóricos. El ojo experto ve de otra manera, pone en la lupa aspectos que la teoría no puede focalizar. Esta idea de concepto pragmático permite entonces poner en valor lo que hacen los periodistas cuando realizan su trabajo y habilita a escuchar su experiencia y constatarla.

Un aporte de la ergonomía del trabajo es la distinción entre tarea y actividad (Leplat, 1997) que se toma en la Didáctica profesional. Se concibe a la *tarea* como lo prescrito mientras que la *actividad* refiere al trabajo real, el verdaderamente desempeñado y no el enunciado.

La Clínica de la actividad (Fernández y Clot, 2007) se hace eco de esta diferenciación entre tarea general (y teórica) que refleja el *deber ser* y la actividad, lo que realmente se hace. La actividad está vinculada con los conocimientos prácticos que motivan y justifican las decisiones tomadas en los lugares de trabajo.

¿Cómo abordar la actividad real? Se sabe que se puede hablar o predicar sobre la actividad, es lo que los autores llaman *práctica comentada*. Lo que se dice, lo que se declara, lo que se responde en una entrevista nos da acceso como investigadores a la práctica comentada. Pero también es posible construir un discurso de constatación o de *prácticas constatadas*, es decir, se observa el trabajo realizado en los lugares concretos. La forma de registro de esa observación en la propuesta de la clínica es a través de la videoscopía.

El video permite registrar lo que se hace en realidad, pero sabiendo que este registro es en sí mismo un discurso, un nuevo discurso próximo a la realidad constatada. La cámara es un punto de vista y por ende una mirada. Nunca se

puede llegar a conocer la realidad porque el trabajo se ve alterado con la observación o la cámara.

La metodología propuesta prevé el acceso a las prácticas comentadas a partir de entrevistas en profundidad a los periodistas para conocer lo que dicen y piensan sobre lo que significa el trabajo que desempeñan y sobre su trabajo en particular y situado en Salta. La indagación inicial buscará reconocer experiencia, formación, percepciones sobre cómo se realiza el trabajo periodístico.

Decimos que esta es una metodología dialógica en tanto el investigador construye su objeto de investigación con el aporte de los informantes, considerados sujetos de la producción del conocimiento.

Otra instancia será la de filmación de una escena cotidiana en el lugar del trabajo. El objetivo es registrar o constatar cómo se lleva cabo la tarea en el lugar que se lleve a cabo (redacción o casas particulares, en el caso de que el medio no cuente con una redacción).

Esta filmación permitirá seleccionar fragmentos significativos para el desarrollo conceptual de las rutinas periodísticas. Así los investigadores realizaremos la selección de una escena filmada y con ella se preparará la entrevista de *autoconfrontación*.

Para entender qué es la entrevista de autoconfrontación diremos que la videoscopía permite registrar o constatar la práctica de trabajo. A su vez este discurso visual al ser proyectado a sus propios actores con posterioridad, permite revisitar o rememorar la práctica llevada a cabo en el lugar del trabajo. Al verse en acción, se produce la autoconfrontación con lo hecho. La autoconfrontación es una instancia dialógica porque el sujeto que vuelve reflexivamente sobre su actividad puede reconstruirla, re-interpretarla, explicarla. Y de este modo, dar lugar al desarrollo de conocimientos prácticos que explican las decisiones que en el video quedan a la vista. El investigador se muestra interesado por conocer lo que el informante puede reconstruir y decir de la actividad.

La entrevista de autoconfrontación simple se realiza entre investigador y participante en la actividad filmada. La *autoconfrontación cruzada* permite la participación de un trabajador par del informante filmado, para reflexionar sobre la actividad registrada.

Avances de una investigación en curso

El proyecto de investigación del cual surge el presente artículo está en su fase inicial. Se trabajó desde mayo a agosto de 2019 con la reconstrucción del marco teórico y metodológico con los diferentes integrantes del equipo de investigación. Desde agosto a diciembre de 2019 se realizaron los primeros trabajos de campo, específicamente en el portal “Qué Pasa Salta”, cubriendo un segmento de la jornada de trabajo.

El protocolo de recolección de información en cada medio seleccionado fue:

1. Entrevista en profundidad con el profesional elegido.
2. Filmación de una hora en la redacción o lugar de trabajo de los medios seleccionados.
3. Recolección de trazas de la actividad como repositorios, informaciones oficiales, e-mails, mensajes por otros medios facilitados por los periodistas o editores y otros documentos que puedan obtenerse.
4. Realización de una entrevista de autoconfrontación simple por cada periodista consultado.

Asimismo, se avanzó con el planteo de los criterios de selección de los medios a seleccionar en función de los objetivos globales del proyecto.

Desde el concepto de medios locales fue discutido, ya que el periodismo digital puede no anclarse en el territorio geográfico, los criterios inicialmente planteados fueron:

- Si los diarios tienen sala de redacción física
- Si son nativos o migrantes digitales.
- Si pertenecen a Salta capital

- Cantidad de visitas registradas/tráfico
- Cantidad de publicaciones/Frecuencia de actualizaciones
- Cantidad de empleados
- Calidad/tratamiento de la información
- Tipo y cantidad de fuentes
- Importancia en cantidad de lectores/usuarios⁵
- Influencia en las redes sociales⁶.

Ajustando la muestra

A partir de los criterios consensuados con el grupo se fueron presentando los distintos ejes que serían atendidos a la hora de hacer el recorte.

Dado que la construcción de una muestra significativa debe atender a uno de los criterios de noticiabilidad más influyentes que es el de *proximidad geográfica* y la organización temática de la mayoría de los medios se da en base a una agenda política local, la decisión fue dar seguimiento a algunos portales digitales de la capital salteña.

Por otra parte, se observarán las rutinas de trabajo en las salas de prensa de diarios nativos digitales. Más allá de esto, se incluirá al diario El Tribuno, de propiedad de la familia de Juan Carlos Romero, ex gobernador de la provincia y actual senador nacional y con una existencia superior a los 50 años. La inclusión en el recorte se justifica porque el estudio pretende dar cuenta de las distintas lógicas productivas que conviven en este momento en Salta y poder esbozar algunas comparaciones entre el funcionamiento de medios nativos digitales y un medio tradicional que tiene sitio web, pero cuyo origen es la prensa gráfica.

Otro avance fue pensar el trabajo organizativo de contacto con los periodistas que serán informantes y el trámite/gestión para conseguir el acceso a los medios y disposición de los y las periodistas para participar de

⁵ La fuente de información de visitas será de los propios medios.

⁶ Se evaluará a partir de una Cantidad significativa de seguidores, vistas de video, comentarios y “me gustas”.

la investigación. Para esto se decide establecer una muestra representativa que contenga profesionales de distintos géneros, edades y con distintas relaciones y/o vinculación con los medios para los que escriben (dependencia, colaboración, editores, propietarios). Una de las características del periodismo digital es la multitarea, pero incluso pudimos encontrar el caso de Cuarto, medio digital autogestionado donde el periodista es el propietario, razón por la cual dejamos de lado la clásica distinción empleados/ propietarios y al menos incluimos la función propietarios en el abanico de posibilidades de relación.

Para el trabajo de campo es importante que la entrevista de autoconfrontación prioritariamente sea realizada en el lugar del trabajo como criterio metodológico. También es importante ambientar a los participantes en la filmación de la situación de trabajo con la presencia de la cámara.

Otro avance realizado hasta el momento de la presente publicación fue explicitar saberes y creencias previas sobre la realidad local de los medios digitales en cuanto a las rutinas periodísticas.

Anticipaciones de sentidos

Como indicamos, el presente trabajo constituye una dimensión de un proyecto más amplio de investigación focalizado en el desarrollo periodístico digital de la capital salteña, para establecer un mapa local de prácticas y modificaciones discursivas.

Para trazar primeras anticipaciones de sentido, podemos afirmar que el escenario local está signado por una diversidad de modalidades de ejercicio y apropiación de los nuevos formatos periodísticos y construcción de audiencias. Los medios periodísticos poseen dispares estrategias comerciales y vinculaciones políticas, pero todos se ciñen a la pauta publicitaria gubernamental, por lo que el rango de las variaciones discursivas e ideológicas se ve, en la mayoría de los casos, circunscrito a una tímida actualización de la agenda gubernamental.

De modo que la precarización laboral que sufre la profesión a nivel global, lejos de resolverse a nivel local, asume nuevas complejidades y añade una nueva tensión al campo. Entonces emerge en un nuevo oficio que unifica en un mismo actor, una multiplicidad de tareas, que implican una variedad de saberes y aptitudes antes singularizadas en oficios específicos (por ejemplo: gráfico, chofer, editor).

La velocidad de actualización y la renovación de noticias de los portales abonan a la *cantidad*, pero ponen en ciernes a la *calidad periodística* a partir del chequeo de la información y la consulta a varias fuentes. La disparidad en el tratamiento de la información y el uso de recursos novedosos no va de la mano del abordaje de temas de profundidad ni permite indagar al poder de forma sustancial.

Por su parte, el sumario de noticias se banaliza en un desvío hacia el entretenimiento o las noticias virales. Muchos sitios utilizan recursos globales como los *clickbait* (noticias anzuelo que no se constituyen en reales acontecimientos a ser informados) o noticias morbosas o cruentas que pierden real noticiabilidad por ser en latitudes lejanas o no ser cercanas en el tiempo.

En cuanto a las rutinas periodísticas, anticipamos que las modalidades de trabajo de los profesionales de la información estarán signadas por lógicas y gramáticas diferentes partiendo desde las disímiles formas de contratación y vinculación laboral, la carencia de regulación general de los mismos, como también de las diversas culturas, estrategias comerciales y trayectorias organizacionales de los medios.

Queda también por explorar la relación entre la producción periodística con los lectores. Más allá de marcadores de interacción en las páginas, interesa a través de la entrevista de autocofrontación poder ver hasta qué punto y de qué forma la interactividad con los usuarios define agenda, contenido y construcción discursiva.

Creemos que la propuesta metodológica que se eligió para el proyecto de investigación N° 2681 “Nuevos Formatos Discursivos: Periodismo Digital y

Narrativas Transmedia” (Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta) es adecuada para abordar la problemática contemporánea de la comunicación social en el siglo XXI, específicamente en lo que hace a la construcción de noticias.

La metodología para el análisis de rutinas periodísticas que se propuso es la Didáctica profesional y la Clínica de la actividad vinculadas desde sus inicios al mundo del trabajo y cuyo fuerte es el análisis de las competencias profesionales y tareas reales dentro de cada campo.

La videoscopía es una de sus herramientas que, si bien es resistida por algunos medios gráficos al comienzo, motiva a los actores a construir un discurso sobre sus prácticas y constituye una excelente fuente de documentación.

El proyecto se encuentra en ejecución y los primeros pasos ya fueron dados. Resta continuar con el trabajo de sustanciación del corpus y para eso no necesitamos que enciendan las rotativas.

Referencias bibliográficas

- Altheide, D. y Snow, R. (1979). *Media Logic*, Beverly Hills: Sage.
- Amado Suárez, A. (2012). Periodistas sin medios. En Arrueta C. y Brunet M. (Eds.) *Fuentes confiables: miradas latinoamericanas sobre periodismo*. (pp. 17-47) San Salvador de Jujuy: Ediciones DASS UCSE.
- Arrueta, C. (2009) Rutinas de producción y calidad periodística en diarios de referencia dominante. El caso Jujuy, una provincia periférica argentina. *Población y Sociedad*, 16, 337-350.
- Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Bernardi, M. T. y Pinto Aparicio, B. (2016). Rutinas periodísticas en situaciones de emergencia. En Rost, A., Bernardi, M. T. y Bergero, F. (Comp.) *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Neuquén: Publifadecs.
- Borrat, H. (1989), *El periódico, actor político*. Barcelona: GG Mass Media.
- Bruns, A. (2003). *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News*. Queensland University of Technology, Media & Communication. Creative Industries Faculty, Brisbane. Recuperado de http://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns_Gatewatching.PDF
- Canavilhas, J. (2011). Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el ecosistema mediático. En *Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles*. (pp. 119-133). Rosario: Laborde Libro Editor.
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, N° 74, enero-marzo.
- Cerezo, P. (2016). *Los customer media. Medios líquidos para usuarios hiperconectados*. Dossier Evoca. Madrid: Evoca. Recuperado de: <http://evocaimagen>.

- Fernández, G. y Clot, Y. (2007). Instrumentos de Investigación. Entrevistas en auto-confrontación: un método en clínica de la actividad. *Laboreal*, V. III (1), 15-19.
- Fontcuberta, M. y Borrat, H. (2006). *Periodicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- FOPEA (21 de marzo de 2019). 1791 puestos de trabajo perdidos en la prensa argentina entre 2017 y 2018. Informe 2017-2018 del Observatorio y Alerta Laboral de Periodistas. Recuperado de <https://www.fopea.org/informe-observatorio-y-alerta-laboral-de-periodistas-de-fopea-2017-2018/>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- Herrscher, R. (13 de mayo de 2017). La miseria del mejor oficio del mundo, *The New York Times*, Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/05/13/la-miseria-del-mejor-oficio-del-mundo/>
- Irigaray, F. et al (2010). Comunicación y periodismo en tiempos de convergencia. En Irigaray, F. et al (2010). *Periodismo Digital en un paradigma de transición*. 2ª Foro de Periodismo Digital de Rosario-Periodismo Digital. Rosario; UNR
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). Transmedia Storytelling, *MIT Technology review*. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Lello, I. (2006) Una Aproximación al periodismo digital jujeño desde la perspectiva de Bourdieu. Trabajo presentado en Congreso RedCom N° 10.
- Leplat, J. (1997). *Regards sur l'activité en situation de travail. Contribution à la psychologie ergonomique*. Paris: PUF.
- Luchesi, L. (2010). Entrevista publicada en Revista Dircom a propósito del libro Nuevos Escenarios detrás de las Noticias (2010), Ed. La Crujía,

del que es compiladora. Recuperado de <http://www.revistadircom.com/libros/49-libros/560-nuevos-escenarios-detras-de-las-noticias-lila-luchessi.html>

- Luchesi, L. (2015). Nuevas rutinas, diferente calidad. En Irigaray, F. y Lobato, A. (Eds) *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Rosario: UNR Editora. Recuperado de: <http://rephip.unr.edu.ar/xmlui/handle/2133/5666>
- Manna, G. (2015). El oficio del periodista en tiempos de información móvil. La construcción de la noticia e importancia de la planificación. En Irigaray, F. (comp.) *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. (pp. 100-109) Rosario: UNR Editora. Recuperado de <http://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/4.pdf>
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Martini, S. y Luchessi L. (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Biblos.
- Pastré, P., Mayen P. y Vergnaud G. (2006). La didactique professionnelle. *Revue française de pédagogie*, 154, janvier-mars, 145-198.
- Picco, E. (2013). Flujos verticales de información: emergencias y tensiones entre la prensa nacional y subnacional. El caso de Santiago del Estero. *Question*, 1 (37), 369-385.
- Picco, E. (2017). El periodismo online en el NOA: una aproximación a los casos de Santiago del Estero, Salta y Jujuy. *Millcayac, Revista Digital de Ciencias Sociales*, 4 (6), 305 - 328. Recuperado de <http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/millca-digital/article/view/895>
- Porto, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*, Madrid: Editorial Fragua.

Parent las rotativas. Propuesta metodológica para el abordaje de las rutinas periodísticas digitales
| Grabosky y Aimetta | Págs. 118-141

- Quiroga, A. E. (2014): La noticia in crescendo: del tiempo real a la actualidad múltiple. En Echevarría, M. C. (comp.). *Periodismo en la web: lenguajes y herramientas de la narrativa digital*. (pp. 35-50). Córdoba: Brujas.
- Rost, A., Bernardi, M. T. y Bergero, F. (Comp.) (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Neuquén: Publifadecs.
- Salaverría, R. (1999). *De la pirámide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital*. Navarra: Universidad de Navarra, Facultad de comunicación Recuperado de <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>
- Sarzana, J. y Pierrot, A. (2011). *Impressions numériques: Quels futurs pour le livre?* Paris: Paperback.
- Túñez López, J. M. (1999). *Producir noticias. Como se fabrica la realidad periodística*. Santiago de Compostela: Tórculo Ediciones.
- Viada, M. (2014). Escribir para la web. No lo diga, cuéntelo. En Echevarría, M. C. (Comp.) *Periodismo en la web: lenguajes y herramientas de la narrativa digital*. (pp. 13-34) Córdoba: Brujas.
- Warren, C. (1979). *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: A.T.E.
- Wolf, M. (1996). *La Investigación de la Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.