

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i4.1266>

El periodismo veracruzano entre la digitalización y automatización en los medios

Veracruz journalism between digitalization and automation in the media

Patricia del Carmen Aguirre Gamboa

paguirre@uv.mx

<http://orcid.org/0000-0002-0580-5073>

Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana
Boca del Río, Veracruz – México

María del Pilar Anaya Avila

panaya@uv.mx

<https://orcid.org/0000-0003-2630-2085>

Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana
Boca del Río, Veracruz – México

Rosy Lorena Laurencio Meza

rlaurencio@uv.mx

<https://orcid.org/0000-0002-9385-8561>

Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana
Boca del Río, Veracruz – México

Artículo recibido: 28 de septiembre de 2023. Aceptado para publicación: 20 de octubre de 2023.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La presente investigación describe el quehacer periodístico de la voz de sus hacedores, tiene como soporte teórico las representaciones sociales, con la finalidad de explicar las configuraciones que los profesionales del periodismo tienen en relación con su quehacer cotidiano. Como individuo se desea recibir información veraz, objetiva, fundamentada a través de la pluralidad de fuentes que permitan el conocimiento pleno de una noticia o un suceso. La inmediatez con la que se dan a conocer las noticias ha transformado el periodismo, las prácticas y hábitos periodísticos, por tal motivo el objetivo de la investigación fue describir la percepción, el alcance y las limitaciones que tiene el campo periodístico en la era de la digitalización y automatización de los medios. La metodología para el abordaje de la investigación fue cualitativa aplicada a 40 periodistas veracruzanos de diversos medios y plataformas digitales. La técnica utilizada fue la entrevista focalizada para efectuar una indagación fidedigna y un análisis sistemático. Los hallazgos de la investigación aportan luces para abrir el camino a nuevas discusiones e interpretaciones sobre las rutinas periodísticas en el estado de Veracruz. Si bien, los medios están en una migración y adaptación constante hacia el uso de plataformas digitales poco a poco se tendrá que capacitar a los periodistas y bregar con los avances tecnológicos de hoy en día, incluyendo su capacitación hacia la digitalización y automatización en los medios de comunicación.

Palabras clave: periodismo, digitalización, automatización, medios de comunicación

Abstract

The present research describes the journalistic work of the voice of its makers, it has social representations as theoretical support, with the purpose of explaining the configurations that journalism professionals have in relation to their daily work. As an individual, one wishes to receive truthful, objective, and substantiated information through a plurality of sources that allow full knowledge of a news item or an event. The immediacy with which the news is made known has transformed journalism, journalistic practices and habits, for this reason the objective of the research was to describe the perception, scope and limitations that the journalistic field has in the era of digitization and automation of media. The methodology for approaching the research was qualitative, applied to 40 Veracruz journalists from various media and digital platforms. The technique used was the focused interview to carry out a reliable investigation and a systematic analysis. The research findings shed light to open the way to new discussions and interpretations about journalistic routines in the state of Veracruz. Although the media are in a constant migration and adaptation towards the use of digital platforms, little by little, journalists will have to be trained and deal with today's technological advances, including their training towards digitalization and automation in the media.

Keywords: journalism, digitization, automation, media

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Como citar: Aguirre Gamboa, P. del C., Anaya Avila, M. del P. & Laurencia Meza, R. L. (2023). El periodismo veracruzano entre la digitalización y automatización en los medios. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(4), 875–886. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i4.1266>

INTRODUCCIÓN

El periodismo como actividad comunicativa cumple con la función de informar a la ciudadanía de lo que ha pasado o podrá pasar. Permite comprender el entorno y conocer aquellas situaciones o problemáticas que tienen que ver con la vida pública.

En su devenir histórico y precisamente en el año de 1777, el filósofo alemán George Hamann aseguró que el periodismo era una “narración de los acontecimientos más recientes y dignos de recordar, impresos sin orden y coherencia especial” (Cf. Kovach y Rosenstiel 2003, p. 29)

Por su parte Rivadeneyra Prada (1994, p. 34) señala que el periodismo “es una parte de la comunicación humana destinada a la trasmisión de noticias y cuyas características esenciales son: actualidad, universalidad (geográfica, temática y social) periodicidad y acceso público”.

En la actualidad, el periodismo se ha convertido en una industria global y diversa, que abarca desde periódicos tradicionales hasta noticias en línea, blogs y redes sociales. Si bien ha habido preocupaciones sobre la confiabilidad y la calidad del periodismo en la era digital, sigue siendo un componente vital de la democracia y la información pública en todo el mundo.

Con estos instrumentos que tienen conexión a internet y por consiguiente a redes sociales los individuos están al tanto de los acontecimientos de la vida local, estatal, nacional, internacional y global, se enteran desde hecho más inverosímil al de mayor repercusión social, a esto hay que añadir que el lector puede opinar y externar sus puntos de vista desde cualquier lugar en donde se encuentre, en este sentido “las promesas del nuevo entorno mediático suscitan expectativas de un flujo más libre de ideas y contenidos. Inspirados por esos ideales, los consumidores luchan por el derecho a participar más plenamente en su cultura” (Jenkins, 2006, p.28).

Como individuo se desea recibir información veraz, objetiva, fundamentada a través de la pluralidad de fuentes que permitan el conocimiento pleno de una noticia o un suceso. La inmediatez con la que se dan a conocer las noticias ha transformado el periodismo, las prácticas y hábitos periodísticos están revolucionando constantemente. Esto ha dado origen a la emergente figura del periodista multitask o multitarea que cuenta con la tecnología para grabar, capturar imágenes, registrar, editar y difundir mensajes, a través de los diversos medios de comunicación para los cuáles trabaja, aunado a ello los cambios sociales y políticos que se dan en el país han permeado en los últimos años la labor periodística. La metodología utilizada fue la cualitativa y en específico la entrevista focalizada para efectuar una indagación fidedigna y un análisis sistemático.

El proceso metodológico y la recogida de información se llevó a cabo entre los años 2022 y principios del año 2023. Los hallazgos de la investigación aportan luces para abrir el camino a nuevas discusiones e interpretaciones sobre las rutinas periodísticas en tiempos de la digitalización y automatización de los medios. Por este motivo, la investigación tuvo como objetivo general describir la percepción, el alcance y las limitaciones que tiene el campo periodístico en la era de la digitalización, los datos obtenidos a nivel regional proceden de las representaciones de periodistas sobre las rutinas y prácticas, entre ellas, el uso de la tecnología. El periodismo en Veracruz es uno de los más grandes dentro del ecosistema informativo, el estado posee alrededor de mil medios de comunicación, la gran mayoría provenientes del mundo del internet, algunos todavía análogos y otros en proceso de migración, todos ellos constituyen canales de información en las diversas regiones que integran la geografía estatal.

En lo que concierne a los medios digitales, estos bregan entre el periodismo del pisa y corre y aquellos que están comprometidos con conservar el social que otorga la información, con el simple objetivo o finalidad de ser vínculos entre las cúpulas del poder con la sociedad, entre investigar el hecho social o contar historias, en ocasiones dan paso a la expresión ciudadana, al periodismo chabacano proveniente de las redes sociales. El año 2000, se inicia en el estado la transición del periodismo tradicional a la digital con la creación del primer portal de noticias en tiempo real llamado www.orizabaenred.com.mx y desde esa fecha muchos medios han surgido a lo largo y ancho del estado. A veintitrés años de ese momento histórico resulta totalmente imposible resistirse a los cambios que implica el periodismo digital. El periodista de hoy debe cumplir y asumir varios roles, no es solo un gestor de contenidos, sino que también es un gestor de audiencias, que debe propiciar el intercambio comunicativo, asumiendo siempre el ejercicio de un periodismo de calidad.

METODOLOGÍA

El periodismo desde la teoría de las representaciones sociales

Las representaciones sociales son construcciones mentales que surgen a raíz de la interacción social y la comunicación. En el periodismo, las representaciones sociales juegan un papel importante en la forma en que se presentan las noticias y la manera en que el público las interpreta. Los periodistas, al seleccionar y presentar las noticias, pueden influir en la creación y mantenimiento de representaciones sociales en la sociedad. Por ejemplo, si los periodistas enfatizan un determinado tema de manera repetitiva y lo presentan de una manera negativa, esto puede llevar a la creación de una representación social negativa en el público sobre ese tema. Por lo que, en algún momento, esas representaciones pueden influir en la percepción, opinión y en el cambio de actitudes de la audiencia.

Como construcciones sociales las representaciones sociales no son consideradas como verdades absolutas y objetivas. Sino todo lo contrario, por lo general influyen factores como la ideología, los intereses políticos, la historia de vida, los prejuicios, los estereotipos, entre otros. María Teresa Herner considera que: Las representaciones sociales constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo (2010, 150)

Las representaciones sociales permiten a los individuos objeto de estudio la producción discursiva, en palabras de Jodelet (1986), se presentan de diversas maneras: como una imagen que encierra significados, como un sistema de narraciones o referencias, como categorías que tienden a la clasificación o bien como teorías para instituir un hecho, postura y también a un conocimiento elaborado y compartido por el imaginario social, "a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto. (p.472)

Los periodistas pueden ser conscientes de las representaciones sociales que están siendo creadas y mantenidas a través de sus noticias y trabajar para desafiar o cambiar estas representaciones sobre todo en la era de la digitalización y la posverdad. Esto se puede lograr mediante la inclusión de perspectivas diversas y la presentación de información que desafíe los estereotipos y prejuicios que pueden estar presentes en la sociedad. Para los propósitos conceptuales y teóricos de la investigación esta teoría describe las representaciones sociales que se tiene del periodismo en Veracruz, así como sus prácticas y rutinas cotidianas, es decir proporciona la narrativa de los periodistas como elemento esencial en la construcción las noticias ante la digitalización y automatización en los medios.

Periodismo: De la digitalización a la automatización

A raíz de la pandemia, muchos cambios se generaron en el ámbito del periodismo y sus hacedores, Jamil y Appiah-Adjei (2020) puntualizan los impactos del Covid-19 en los periodistas y entre otras cosas mencionan los cambios que se dieron desde el punto de vista de la tecnología y en sus rutinas periodísticas.

Cambio en las prácticas de los periodistas en la búsqueda de datos y aumento del uso de herramientas de periodismo digital.

Aumento de las noticias falsas y la desinformación debido a dicha dependencia creciente de las fuentes a distancia.

Sobre el esfuerzo de los periodistas por trabajar horas extras y recortes de empleo conservando los compromisos de lograr incluso un mayor número de notas periodísticas.

Dependencia de los periodistas en el uso de información que se difunde a través de fuentes no verificadas.

Aumento de los problemas de salud y los riesgos de seguridad de los periodistas que se ven obligados a trasladarse con escasas medidas y protocolos de seguridad.

Por lo tanto, se puede decir que sus prácticas y sus rutinas se vieron modificadas durante una crisis sanitaria, que trajo entre otras cosas una mayor digitalización y automatización en los medios, si bien muchos periodistas realizan un mayor esfuerzo al trabajar más horas y diversificar sus funciones, sigue estando presente los problemas por la digitalización y automatización no sólo en los medios tradicionales sino en las redes sociales, a tal punto que es muy difícil realizar un periodismo más comprensible y humano a la vez.

En el caso de la digitalización en el periodismo y concretamente en los medios, la transformación digital periodística debe estar centrada en la audiencia, así lo señalan Sánchez y o Canavilhas (2022, 3) porque son los propios usuarios los que producen las disrupciones digitales potenciando modelos de negocio en plataformas diferentes. Por otra parte, y de acuerdo con Sánchez (2022b: 10), se trata de un “proceso estratégico de crecimiento que tiene en cuenta la visión cultural de sus directivos, la estructura organizativa, la formación de sus trabajadores y la tecnología como parte de ese proceso”.

Hoy podemos decir que la digitalización ha tenido un impacto significativo en el periodismo, y ha transformado la forma en que se reportan, presentan y consumen las noticias. Por ejemplo, actualmente es posible la velocidad y la inmediatez con se difunden las noticias, ya quedó atrás el trabajo de la sala de prensa, hoy muchos periodistas pueden enviar noticias en tiempo real, y los consumidores pueden acceder a ellas desde cualquier sitio y en cualquier momento.

También es preciso señalar que hoy se incorporan formatos de medios, como imágenes, audio y video, en sus historias. Esto les permite proporcionar un contexto más completo y enriquecedor. Lo que actualmente conocemos como multimedios.

Sin duda alguna Las redes sociales permiten que los periodistas lleguen a una audiencia más amplia y diversa, y han abierto nuevas oportunidades para la participación del público y la interacción.

También la digitalización ha hecho posible que los periodistas utilicen herramientas de análisis de datos para obtener información y encontrar patrones que antes eran difíciles de detectar. Existen numerosas herramientas y aplicaciones para el monitoreo de la información y el análisis de datos.

Y bueno, los modelos de negocio también han cambiado la forma de hacer periodismo, ya no sólo son los medios tradicionales los que han migrado a medios digitales, sino que en este proceso se han creado nuevos medios principalmente a través de las redes sociales y : La digitalización ha transformado los modelos de negocio del periodismo, y han surgido periodistas en diversas plataformas que entre otras cosas los han llevado a la creación de nuevos medios, innovadora cobertura de información y un modelo de monetización.

En general, la digitalización ha cambiado el periodismo de muchas maneras, y ha abierto nuevas posibilidades para los periodistas y los consumidores de noticias. Sin embargo, también ha presentado desafíos, como la propagación de noticias falsas y la disminución de la calidad del periodismo debido a la presión de publicar noticias rápidamente.

¿Pero y qué pasa con la automatización en los medios y concretamente en el periodismo?

La automatización y el periodismo son conceptos que están relacionados de diferentes maneras. Por un lado, la automatización de los medios se refiere a la utilización de tecnología y software para realizar actividades que antes eran realizadas por personas en el ámbito periodístico, como la recopilación de datos, la generación de noticias y la distribución de contenido, incluso muchos oficios en ese ámbito también han quedado atrás.

Por otro lado, el periodismo se trata de la búsqueda, recopilación y presentación de información y noticias de interés público. La automatización puede ser útil en algunos aspectos del periodismo, como la recopilación de datos y la generación de informes, lo que permite a los periodistas dedicar más tiempo a investigar y escribir historias más profundas y significativas. Sin embargo, en muchos casos no ha sido así.

La automatización también bosqueja desafíos para el periodismo, como el riesgo de deshumanizar la presentación de noticias y reducir la diversidad y calidad de las perspectivas que se presentan. Además, puede haber preocupaciones sobre la precisión y la objetividad de las noticias generadas por algoritmos. Tal y como lo observamos actualmente en redes sociales.

En resumen, la automatización de los medios puede tener tanto beneficios como desafíos para el periodismo. Es importante encontrar un equilibrio entre el uso de la tecnología para mejorar la eficiencia y la calidad del periodismo, y la necesidad de mantener la integridad y la humanidad en la presentación de noticias y la creación de historias.

En el año 2019, se realizó una encuesta a 71 redacciones repartidas en 30 países de Europa, Estados Unidos, Sudamérica y Asia, Charlie Beckett, director del proyecto Journalism AI, señala que casi cuatro de cada diez redacciones ya aplican estrategias de Inteligencia Artificial (IA). Y la constante que se encontró fue la resistencia cultural ligada al temor a perder el puesto de trabajo, "a los cambios en las rutinas de trabajo e incluso a una hostilidad más general hacia las tecnologías. Pero también lo frena el elevado costo de su desarrollo, lo cual explica que sean las empresas más grandes las que tengan más acceso a ellas". (LSE, 2019).

Tuñez, Toural y Valdiviezo señalan que la aplicación de la IA en Comunicación coincide con el auge de los entornos digitales fruto de la universalización y del acceso masivo a internet que multiplican la posibilidad de obtención, difusión y tratamiento de datos. Internet provoca la reestructuración de los medios, el surgimiento de nuevas plataformas, los cibermedios, y la incorporación de la hipertextualidad, la interactividad, y el multimedia al perfil del periodismo. Paralelamente a los cambios en productos y soportes, el desarrollo tecnológico se adentra en la creación de contenidos y en la redacción de noticias basadas en algoritmos para ser generadas por ordenador (2019, 1413).

Si bien a nivel global sólo algunos medios han realizado estos procesos de automatización a nivel regional, el periodismo veracruzano no padece del todo por los efectos de la digitalización, si le preocupa la creciente automatización que se da en los medios de todos los niveles y en todos los formatos, principalmente para los periodistas tradicionales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan algunas representaciones sociales que los periodistas veracruzanos tienen sobre sus rutinas periodísticas en la era de la digitalización. Estas se agruparon en cuatro categorías: Uso de herramientas digitales y tecnológicas, formación profesional del periodista digital ante la automatización de los medios, uso de redes sociales y, por último, el periodismo de datos dentro de las rutinas periodísticas.

Estas representaciones se encuentran simbolizadas por categorías que se detectaron en el análisis de datos, a través de la utilización de la teoría fundamentada, es decir que, a partir de la recogida y análisis desde las primeras entrevistas, se van generando códigos e identificando información que se desea ampliar o incidir. (Glaser y Strauss, 1967)

Representación Social: Uso de herramientas digitales y tecnológicas

Las herramientas tecnológicas al servicio del periodismo son de gran ayuda para el hacedor de la información, las TIC no sólo han generado transformaciones en las formas habituales de comunicar y de vincular a los medios de comunicación con sus diversas audiencias, también facilitan formas de expresión narrativa e informativa que hoy pueden observarse en las plataformas tecnológicas. Hoy es necesario que los periodistas sepan el manejo de herramientas digitales, no sólo la utilización de un dispositivo, sino de todo aquello que puede generar y producir con su uso.

Salaverría (2015) define el periodismo de alta tecnología o periodismo hi-tech como una modalidad periodística que incluye desde noticias escritas por robots o algoritmos e imágenes obtenidas con drones hasta, entre otros, contenidos generados con técnicas de realidad virtual.

“Actualmente hay muchos recursos tecnológicos y sobre la marcha hemos ido aprendiendo, aunque no ha sido fácil, el trabajo sale con los recursos que nos brindan los medios para los cuales laboramos, pero en ocasiones hemos tenido que comprar equipo de alta gama para realizar nuestro trabajo, tal y como lo requieren los tiempos de hoy”. (Teresa, reportera)

Hoy es necesario que los periodistas no sólo tengan una red social como Twitter y Facebook, que son de las más comunes, hay que saber muy bien cómo funcionan, ver de qué manera pueden monitorear y dar seguimiento a una información, asimismo, también es importante el uso de gestores como (Hootsuite, Tweetdeck) ya que permiten al reportero la organización de las diversas cuentas de redes sociales. De tal manera, que la información puede ser transmitida a través de sitios gestores a dos o más redes al mismo tiempo. Al respecto:

“Considero que el uso de herramientas tecnológicas es importante, sobre todo porque el trabajo se ha diversificado y en ocasiones he tenido que encuadrar una imagen para una determinada red, o hacer un video o reel para Instagram y me he dado cuenta de que no son iguales todas las redes, a veces se requiere del uso de aplicaciones para hacer mejor el trabajo y ahí son muy necesarias las diferentes herramientas, recursos y aplicaciones digitales”. (Jacobo, freelance)

Sin duda alguna la aplicación de tecnologías emergentes en el ámbito periodístico está permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas. Uno de los cambios que más perplejidad produce

es el periodismo hi-tech, donde las noticias son escritas por robots, los vídeos grabados desde drones, y las escenas informativas generadas mediante técnicas de realidad virtual (Verdú, 2019).

Representación social: Formación del periodista digital

En aras de la multimedia los periodistas se han convertido en individuos que cumplen diversos roles y funciones, por tal motivo recurren al uso de soportes y plataformas digitales, en ocasiones para aprender de manera empírica. Los periodistas han sido autodidactas en el uso de las tecnologías digitales, pero, poco a poco, la innovación también está transformando profundamente las universidades (Flores Vivar, 2019).

“He tenido que aprender a golpe y porrazo, pues, aunque manejo la computadora y mi celular he tenido que realizar otras funciones como gestionar y actualizar constantemente una información”. (Víctor, portal informativo)

Por su parte Jorge (webmaster) describe a este joven dedicado a la difusión de la información a través de soportes y canales. “Para mi trabajo utilizo periódicos digitales y agencias de noticias, también tengo en ocasiones que editar, redactar y adaptar un texto informativo para una determinada red social y eso sinceramente no me lo enseñaron en la facultad y ahora con la automatización se complica aún más, se redobla mi labor”.

El periodista digital frente a los cambios tecnológicos está consciente que las audiencias ya no son como antes que solían comprar periódicos para sumergirse en la lectura a través de sus páginas, ahora las personas ya no leen grandes textos y menos si se trata de páginas o redes sociales, actualmente se abocan a un periodismo más ágil, sea este un video, una fotografía e incluso un meme.

“Yo me dedico a reportar, pero en el trabajo también me han pedido que indague sobre determinados temas a través de internet, es decir buscar historias para vincularlas a un tema, aunado a ello debo crear paquetes informativos para subirlos o cargarlos a varios soportes y posteriormente darle seguimiento, analizar datos, interpretarlos. (José, radio y portal informativo)

Tal y como señala Tirzo (medio impreso y TV) señala: “Hoy me he convertido en eso que llaman ahora, un curador de contenidos, una especie de jefe de información, que entre mis funciones está la de ordenar, clasificar y valorar una información, de tal manera que llegue a la audiencia de la mejor manera posible, principalmente cuando se navega en la superabundancia de información.

Representación social: Redes sociales

En el entorno comunicativo y periodístico a menudo se describe el creciente auge que tienen las redes sociales, como parte del ejercicio de investigar una información y darle seguimiento a través de lo que se publica en estos medios de socialización. “En cuanto al uso de la tecnología Sí, me apoyo en las redes sociales, aunque es un arma de dos filos, porque algunas veces los comentarios o información es mal intencionado o carece de verdad, lo cual hace de las redes sociales una fuente poco confiable” Afirma Rafael (Medio impreso)

Si bien es cierto, estas redes de comunicación han trastocado diversas áreas, es en el periodismo en dónde cobran mayor relevancia, no sólo han transformado la forma de trabajar de los medios y periodistas, sino también la manera en que las personas se enteran de una información. Las redes sociales nos pueden dar algunos tips de cómo manejar una información, aunque en ocasiones no son ciertos los temas que tratan. (Guadalupe Televisión)

A su vez Rufus (Gabinete de prensa universitaria) “señala que es un imperativo apoyarse en las redes sociales y en los boletines de gobierno”.

El auge de las redes sociales trajo consigo un mayor uso de smartphones y tabletas y otros dispositivos o gadgets que han adquirido relevancia dentro del periodismo digital, ya que su uso permite una mayor interactividad, inmediatez y multimedialidad.

“En mi caso traer un celular de alta gama ha sido lo mejor que le podía pasar a mi trabajo cotidiano, eso sí, siempre y cuando cuente con internet, ya que puedo hacer muchas cosas y lo mejor compartir la información a las diversas redes sociales, ello me ha permitido saber si ha causado impacto, si debo modificar mi redacción o mis imágenes. A lo mejor no es lo ideal, porque pareciera que no se les da un tratamiento informativo a los hechos, pero es lo que muchas veces hay, la inmediatez es lo que prevalece en las redes sociales”. (Fernando, portal informativo)

Representación Social: Cambio tecnológico de la digitalización a la automatización

“Dentro de las irregularidades de los periodistas está el temor a los cambios tecnológicos” (Rufus, Gabinete de prensa universitaria). El cambio tecnológico parece ser una constante, aún no se acostumbra el reportero a utilizar su celular como cámara o cómo micrófono y ya le están exigiendo más competencias tecnológicas.

“El aspecto tecnológico influye mucho en el periodismo, sin embargo, no hay que olvidar que su función es informar veraz y objetivamente”. (Susana, Televisión por cable). Continúa con su relato y comenta: “no se debe pasar por alto que ante todo uno es periodista y que la tecnología si bien favorece y agiliza el proceso de informar, siempre no se puede olvidar que se es periodista y que hay que poner las herramientas al servicio tener en mente los valores noticiosos”. En pocas palabras se señala la existencia de un valor fundamental, el de la credibilidad, que siempre debe estar presente en una información, y no sólo informar por informar, por tener algo que decir antes que otros.

“A finales del 2022 y principios del 2023, empecé a leer sobre la inteligencia artificial y la automatización en los medios”.

Representación Social: Periodismo de datos en la era de la automatización

Conforme pasa el tiempo pareciera que el periodista está destinado a especializarse en el periodismo de datos, si bien, en el estado de Veracruz poco se realiza el periodismo de investigación, si se está dando paso a un nuevo tipo de género: El periodismo de datos, que se refiere a la utilización de artículos basados en datos, a la utilización de aplicaciones que difunden noticias y también al conjunto de lo que hoy se llama datos abiertos y a visualizaciones interactivas como las que suelen usar muchos medios de comunicación para proporcionar por un lado infografías y por otro lado investigación. Hoy con la automatización un medio o una agencia informativa puede realizar desde la recopilación de noticias de múltiples fuentes, a través de un etiquetado semántico, creando en este sentido una red flexible de metadatos, así mismo es posible filtrar noticias repetidas, agrupar noticias relacionadas y también visualizar el geoposicionamiento.

“En específico no sabía exactamente lo que hacía, sólo sé que me la he pasado investigando en la red, buscando datos, relacionándolos, otorgándoles un sentido y una explicación, poco a poco voy conociendo lo que es el periodismo de datos, no sabía que así se le llamara, pero es un trabajo muy interesante, pero necesito una mayor preparación y estar dotada de mucha información” (María, Radio)

Dentro del periodismo de datos, muchos profesionistas han tenido que batallar con la brecha digital, ya que son a los más jóvenes a quienes les encomienda esta tarea de indagación.

“La brecha digital y en general la tecnología es algo que apremia al gremio periodístico, las rutinas han cambiado, ahora hay que observar, grabar, tomar fotografías, escribir, investigar datos, muchos datos, analizar y todo ello bajo el escrutinio de la inmediatez y del consumo superficial de los usuarios” (Rocío, periodista y docente universitaria)

En estos tiempos de la digitalización es muy importante en opinión de Carlos (editor) “darle sentido a los contenidos y la narrativa de la información, si bien es cierto poco a poco el periodismo ha ido cambiando, hay cosas que no se han perdido del todo, principalmente en un periodismo local. A la gente le gusta que le hablen en su idioma, con sus frases y palabras y si, que le digan las cosas como son, ellos no saben muchas veces de estadísticas o porcentajes, quieren saber si los datos que se le está proporcionando les va a beneficiar o no, mucho menos saben de digitalización o automatización. Sin duda son tiempos que ocupan y preocupan al gremio, como dice el refrán <<Renovarse o morir>>.

Es evidente que cada vez existen medios que incorporan la automatización a sus sistemas de información, utilizando herramientas y máquinas para tal propósito. Dentro del ámbito de lo periodístico se le ha denominado periodismo artificial y muchos periodistas están preocupados de ser reemplazados por algoritmos. Hoy con la presencia de programas como el Chat GPT, Google Bard, You chat entre otros. En estos días recién se ha anunciado de medios que utilizan Inteligencia Artificial tal es el caso de una compañía de medios de comunicación de Ohio, Estados Unidos, que ha lanzado la primera estación de radio impulsada por inteligencia artificial (IA) en el mundo. RadioGPT, es un sistema que utiliza tecnología de IA para crear contenido localizado para emisoras de radio. Según el blog de tecnología Wwhat’s New (2023), el sistema escanea Facebook, Twitter, Instagram y más de 250000 fuentes de noticias e información para identificar los temas más relevantes en un mercado local. De igual manera el blog Master en Innovación en Periodismo (2023) señala “A medio plazo, lo que se pueda automatizar en las redacciones, se automatizará: en 2025 los “reporteros humanos” trabajarán junto con las herramientas de IA”. Lo cual implica que poco a poco quizás si no se profesionaliza y capacita a los periodistas adecuadamente podrían ser sustituidos por algoritmos.

CONCLUSIÓN

Estos son solo algunas condicionantes que han modificado, en los últimos 5 años, el quehacer del periodismo en Veracruz, mismas que percibimos al estar en contacto con reporteros de diferentes medios tanto impresos, audiovisuales y digitales. Si bien, los medios están en una migración hacia el uso de plataformas digitales poco a poco se tendrá que capacitar a los periodistas y bregar con los avances tecnológicos de hoy en día.

Se nota un bajo rendimiento, debido al estrés y la presión, con la que los reporteros trabajan ante el cambio tecnológico en las salas de redacción y en ejercicio del oficio en las calles.

Existe una convergencia de medios, es decir, se publican las notas solo si están confirmadas, pero entonces se les habla a los otros medios de comunicación local para que también la publiquen, y se vaya en tres o cuatro medios, para que vayan en equipo y no en un solo medio solo, porque es más vulnerable si va solo.

Se cambió la manera de reportear, llegan cubren, toman fotos, graban y se van, ya no se quedan a indagar, o a preguntar, y los vicios dentro del periodismo siguen fortaleciéndose.

Existe una constante dentro del periodismo y en las rutinas de los periodistas de obtener información de las redes sociales como Facebook, twitter y no comprobar los datos.

Nace la figura del periodista multitask, que debe estar preparado para cada una de las funciones que le sean encomendadas.

No se aprecia en las entrevistas una preocupación por parte de las empresas de medios en preparar y/o actualizar a su personal ante el cambio vertiginoso del periodismo digital.

Así mismo se puede observar el aún incipiente, pero en crecimiento constante el llamado periodismo de datos en la era de la digitalización y automatización.

Ante esta situación surgen interrogantes como ¿qué supone la llegada de la automatización (IA) a la industria informativa, sobre todo a nivel local y regional?

REFERENCIAS

Flores., J. (2019). Tecnologías del ecosistema periodístico. Realidad inmersiva, drones y otras tecnologías disruptivas en la nueva ecología de medios. Salamanca: Comunicación Social.

García., J. (02.11.2019). El impacto de la Inteligencia Artificial en el periodismo. Blog Master en Innovación en Periodismo (MIP). <https://mip.umh.es/blog/2019/11/02/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo/>

Herner., M. (2010). La teoría de las representaciones sociales: un acercamiento desde la geografía | Huellas nº 14 Repositorio General de Acceso Abierto, Universidad de la Pampa. <https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/2744>

Jamil, S. y Appiah-Adjei, G. (2020). Battling with infodemic and disinfodemic: the quandary of journalists to report on COVID-19 pandemic in Pakistan. *Media Asia*, 47 (4), 88-109. <https://doi.org/10.1080/01296612.2020.1853393>

Jodelet., D. (1986). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En Moscovici, S. *Psicología social*, II. (pp. 469-494). Barcelona, España: Paidós.

Kovach., B.; Rosenstiel, T (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País

LSE (2019). The Journalism AI Report. London School of Economics, <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/11/18/new-powers-new-responsibilities/>

Rivadeneira., R. (1994) *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Trillas

Salaverría, R. (2015). Periodismo en 2014: balance y tendencias. *Cuadernos de periodistas*, (29), 9-22. <https://cutt.ly/ygqQksB>

Sánchez., H. M. y Canavilhas., J. (2022). Tendencias en la digitalización del periodismo. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 66, 3-8. DOI:

– (2022b). Transformaciones en el periodismo: Hacia la digitalización. En: Sánchez, H. M. (ed.) (2022). *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades*. Barcelona: Gedisa.

M Túnñez-Lopez, C Toural-Bran, C Valdiviezo-Abad (2019): "Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1411 a 1433 <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1391/74es.html>

Verdú., M. Ufarte., F. y Ruiz., M. (2019). Mapa de riesgos del periodismo hi-tech. *Hipertext.net*, No. 18, pp. 47-55, <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2019.i18.05>

Wwwhat's New (27.02.2023) RADIOGPT, La primera radio impulsada por la inteligencia artificial del mundo. <https://wwwwhatsnew.com/2023/02/27/radiogpt-la-primera-radio-impulsada-por-inteligencia-artificial-del-mundo/>