

Impacto del entorno digital en los medios tradicionales chilenos: percepciones y actitudes predominantes de sus protagonistas*

Rocío González-Trujillo¹
Catalina Olate-Hidalgo²
Daniela Grassau³

Recibido: 08/07/2021
Aprobado por pares: 28/03/2022

Enviado a pares: 04/08/2021
Aceptado: 06/04/2022

DOI: 10.5294/pacla.2022.25.4.7

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

González-Trujillo, R., Olate-Hidalgo, C. y Grassau, D., (2022). Impacto del entorno digital en los medios tradicionales chilenos: percepciones y actitudes predominantes de sus protagonistas. *Palabra Clave*, 25(4), e2547. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.4.7>

Resumen

El artículo investiga las transformaciones provocadas por el entorno digital y las redes sociales dentro de las salas de redacción de medios tradicionales chilenos. Se enfoca en tres aristas: el impacto del entorno digital en el ejercicio del periodismo, el uso de redes sociales en los medios tradicionales y las oportunidades y los riesgos para las rutinas profesionales. Para ello se condujo un estudio cualitativo a partir de 21 entrevistas en profundidad semiestructuradas con el objetivo de explorar las percepciones de los protagonistas. En cuanto a los resultados, se observa que, si bien el entorno digital

* Este artículo fue realizado en el marco de dos proyectos con financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID): proyecto Fondecyt Regular #1210423 “Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada” (2021-2024) y proyecto ANID – Programa Iniciativa Científica Milenio – NCS2021_063.

1 <https://orcid.org/0000-0003-2317-3361>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. rocio.gonzalez@uc.cl

2 <https://orcid.org/0000-0001-6121-8490>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. colate@uc.cl

3 ✉ <https://orcid.org/0000-0001-7846-8322>. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile; Núcleo Milenio para el Estudio de la Política, Opinión Pública y Medios en Chile, Chile. dgrassau@uc.cl

ha puesto en tensión la función tradicional del periodismo como guardianes de la información (*gatekeepers*), sus aspectos fundamentales siguen vigentes como pilares de la profesión con el fin de preservar estándares de calidad. Los periodistas y medios tienden a ver ciertas redes sociales –p. ej. Twitter, Facebook e Instagram– como plataformas, para agilizar su trabajo y aumentar su alcance, pese a que reconocen riesgos y amenazas que tensionan su independencia, provenientes principalmente de la presión de la audiencia. Por último, se evidencia que los medios están ocupando múltiples estrategias y protocolos para enfrentar los peligros que conlleva el entorno digital.

Palabras clave (Fuente: tesoro de la Unesco)

Desarrollo de los medios; digitalización; *gatekeeper*; periodismo; pluralismo de los medios de comunicación; redes sociales.

Impact of the Digital Environment on Traditional Chilean Media: Predominant Perceptions and Attitudes of Their Protagonists*

Abstract

This paper investigates the transformations caused by the digital environment and social media within Chilean newsrooms. It focuses on three aspects: the impact of the digital environment on the practice of journalism, the use of social networks in the traditional media, and the professional routines' opportunities and risks. We conducted a qualitative study based on 21 semi-structured in-depth interviews to explore the protagonist's perceptions. Results show that, although the digital environment has put a strain on the traditional journalism role of gatekeeper, its fundamental aspects are still valid as pillars of the profession to preserve quality standards. Journalists and media outlets tend to see certain social media—such as Twitter, Facebook, and Instagram—as an opportunity to streamline their work and increase their reach, even though they recognize risks and threats that burden their independence and that come mainly from the pressure of the audience. Finally, media are using multiple strategies and protocols to face the dangers of the digital environment.

Keywords (Source: Unesco Thesaurus)

Media development; digitization; gatekeeper; media pluralism; social media; journalism.

* This article was prepared within the framework of two projects financed by Chile's National Agency for Research and Development (ANID, for its acronym in Spanish): Fondecyt Regular project # 1210423 "Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada" (2021-2024) and ANID project – Millennium Science Initiative Program – NCS2021_063.

Impacto do entorno digital nos meios tradicionais chilenos: percepções e atitudes predominantes de seus protagonistas*

Resumo

Neste artigo, são pesquisadas as transformações provocadas pelo entorno digital e pelas redes sociais dentro das salas de redação de meios tradicionais chilenos. São abordados três aspectos: o impacto do entorno digital no exercício do jornalismo, o uso de redes sociais nos meios tradicionais e as oportunidades e os riscos para a rotina profissional. Para isso, foi conduzido um estudo qualitativo a partir de 21 entrevistas em profundidade semiestruturadas com o objetivo de explorar as percepções dos protagonistas. Quanto aos resultados, é observado que, embora o entorno digital tenha colocado em tensão a função tradicional do jornalismo como guardiões da informação (*gatekeepers*), seus aspectos fundamentais continuam valendo como pilares da profissão com o objetivo de preservar os padrões de qualidade. Os jornalistas e meios tendem a ver certas redes sociais — por exemplo, Twitter, Facebook e Instagram — como plataformas para agilizar seu trabalho e aumentar seu alcance, embora reconheçam riscos e ameaças que tensionam sua independência, provenientes principalmente da pressão do público. Por último, é evidenciado que os meios estão desenvolvendo múltiplas estratégias e protocolos para enfrentar os perigos que o entorno digital implica.

Palavras-chave

Desenvolvimento dos meios; digitalização; *gatekeeper*; jornalismo; pluralismo dos meios de comunicação; redes sociais.

* Este artigo foi realizado no âmbito de dois projetos com financiamento da Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID): projeto Fondecyt Regular #1210423 "Jornalismo chileno em crise: consequências na concepção da profissão e seu exercício pós-surto social e pandemia e, perspectiva comparada" (2021-2024) e projeto ANID – Programa Iniciativa Científica Milenio – NCS2021_063.

El auge de la digitalización, las nuevas tecnologías y las redes sociales se han convertido crecientemente en parte fundamental de los procesos informativos, al punto de afectar los roles y rutinas de trabajo de los periodistas y su interacción con las audiencias (Arcila *et al.*, 2020; Harlow, 2021; Ferrer y Tandoc, 2018; Mellado y Hermida, 2021). Esto se ha visto reflejado en la transformación de prácticas periodísticas tradicionales –configuración de la pauta informativa, verificación de datos, contacto con fuentes, entre otras– que han impactado en la percepción social de la profesión (Ortiz *et al.*, 2018). Asimismo, el desarrollo de nuevas plataformas, con características interactivas y una mayor influencia de las audiencias en la creación de contenido, ha significado una transformación en el ejercicio del periodismo (Palau y Sánchez, 2020), en el marco de un entorno digital que, parafraseando a Boczkowski y Mitchelstein (2021), ha invadido todos los ámbitos de la vida cotidiana y que se aceleró con enorme fuerza a raíz de la pandemia de covid-19. Dicho entorno digital se ha naturalizado durante el siglo XXI, en la medida en que

... la población se ha acostumbrado a interactuar con familiares y amigos vía mensajes de texto o redes sociales; se trabaja y se estudia desde el computador; las noticias se leen digitalmente; las películas se ven por servicios de *streaming*; las parejas se conocen a través de aplicaciones de citas; y muchas de las compras de rutina ya no se hacen en la calle sino a través de la pantalla. (p. 2; traducción propia)

En ese contexto, el rol social tradicional de los periodistas, como los principales guardianes o curadores de contenidos (*gatekeepers*) (Wallace, 2017), se ha visto desafiado, en la medida en que han dejado de ser los únicos actores capaces de decidir y filtrar qué información se transmitirá al público (Vos y Thomas, 2019). Ante esto, las organizaciones de noticias se han visto más preocupadas que entusiasmadas con el uso de redes sociales, las cuales en muchos casos son percibidas como herramientas arriesgadas y peligrosas (Lee, 2016) que se vinculan con amenazas para los principios periodísticos y el ejercicio de la profesión (Wahl-Jorgensen *et al.*, 2016). Ejemplo de lo anterior es el caso de Chile en la década pasada, donde se contemplaban las redes sociales predominantemente como herramientas de monitoreo del entorno y contextualización de informaciones, sin influir profundamente en las decisiones editoriales del proceso de elaboración y

difusión de noticias, aunque ya se vislumbraba que dichas redes podrían emerger como futura competencia de los medios tradicionales (Gutiérrez Atala y Zurita Arriagada, 2012).

Uno de los momentos en que se evidencia con más fuerza la explosión de las redes sociales como competidoras directas de los medios tradicionales ocurrió en octubre de 2019, cuando el país, producto de una serie de demandas sociales, vivió lo que se conoce como el estallido social chileno (Lazcano-Peña *et al.*, 2021). Allí, la cobertura de los medios tradicionales, especialmente la TV, fue duramente criticada, por enfocarse en la violencia de los manifestantes y minimizar e incluso invisibilizar las causas de la protesta, así como las violaciones de los derechos humanos ocurridas (Bachmann *et al.*, 2022). La desconfianza hacia los medios tradicionales tuvo como correlato que una proporción importante de chilenos volcaran su atención a las redes sociales, especialmente Twitter, como fuente de información, y al uso de servicios de mensajería, como WhatsApp (Grassau *et al.*, 2019b).

A la luz de estos antecedentes y tomando en cuenta que una importante proporción de los estudios sobre el impacto del entorno digital y, especialmente, de las redes sociales en el ejercicio del periodismo se han centrado en el análisis de los contenidos publicados o la perspectiva de las audiencias (Canter, 2013; Duffy y Knight, 2019; Lee, 2016; Wahl-Jorgensen *et al.*, 2016), el presente trabajo pondrá su foco en la perspectiva de los propios periodistas para explorar cómo la tecnología y redes sociales han impactado en su trabajo. Así, esta investigación pretende determinar el impacto del entorno digital en el ejercicio periodístico de los medios tradicionales chilenos, es decir, aquellos que tienen existencia previa al desarrollo y masificación de las redes sociales y de otras potencialidades del entorno digital, con el fin de centrarnos en las consecuencias de un proceso de cambio en medios que llevan décadas trabajando sin estos factores en su proceso informativo.

El trabajo se realizó a partir de 21 entrevistas en profundidad con periodistas de medios de alcance nacional y regional y de diferentes soportes

(prensa, radio y televisión), y sus objetivos específicos fueron, por un lado, identificar las estrategias predominantes en los medios tradicionales respecto del uso de redes sociales y, por otro, establecer las actitudes dominantes de los periodistas con respecto al entorno digital. Con ello se espera contribuir a la investigación en el tema, estudiando una perspectiva poco explorada en un contexto democrático, afectado por importantes crisis sociales y en constante cambio, inducido por las nuevas tecnologías.

Marco teórico

Transformación de la función del periodista en el entorno digital

Desde comienzos del siglo XX, el trabajo periodístico ha estado profundamente vinculado a la noción de *gatekeeper*, guardián o curador de contenidos (Shoemaker, 2020). Dicho rol refiere a la forma en que los medios de comunicación filtran la información al público, mediante la selección de innumerables fragmentos de información que se elaboran en un número limitado de mensajes que llegan a las personas todos los días (Vos, 2015; Shoemaker y Vos, 2009), y fue casi exclusivo de los periodistas hasta la emergencia de la Web 2.0 (Tandoc y Vos, 2016). Sin embargo, de acuerdo con Reese y Shoemaker (2016), las nuevas prácticas digitales han amenazado dicho oficio y han provocado que la definición misma de periodista y organización de noticias sea cada vez más problemática.

Las nuevas plataformas han cambiado los patrones de flujo informativo (Wallace, 2017; Carson, 2021), al punto que en la actualidad el público puede encontrar noticias sin necesidad de un periodista como intermediario (Chakraborty *et al.*, 2019; Canter, 2013), lo que ha dado surgimiento a los prosumidores, usuarios que consumen, producen y difunden información en espacios digitales propios (Benaissa, 2021). Estos usuarios pueden actuar incluso como una especie de *metagatekeepers* de los medios, ya que, con sus propias concepciones sobre qué noticias valorar y cuáles destacar a través de las redes sociales, dirigen la atención de su círculo de seguidores respecto de qué es relevante y qué no (Chakraborty *et al.*, 2019; Bro y Wallberg, 2014).

Estas nuevas prácticas por parte de las audiencias también han tenido implicancias en la concepción de los propios periodistas sobre sus roles e identidad profesional (Grassau *et al.*, 2019a; Grubenmann y Meckel, 2017; Harlow y Salaverría, 2016; Tandoc y Vos, 2016). Mientras tradicionalmente dicha identidad se ligaba a la identificación con ideales y valores como la objetividad, la imparcialidad y la vigilancia de los poderosos (Deuze, 2005), el entorno digital ha disuelto fronteras entre periodistas y otros intermediarios (Olausson, 2017), al tiempo que ha desafiado el estatus de los periodistas y los ha obligado a reinventar y redefinir los límites y alcances de su profesión (Grubenmann y Meckel, 2017).

Pese a ello, hay quienes afirman que el rol de *gatekeeper* aún sigue en manos de los periodistas en los medios en línea (Singer, 2010), tanto en la producción de contenidos propios como en la moderación del contenido generado por usuarios, contenido al que consideran más como un complemento del periodismo profesional que como su reemplazo (Canter, 2013).

En la medida en que cualquier persona en la red puede lograr una posición de difusor de información durante un período de tiempo, la razón de ser del espacio periodístico se ha desdibujado (Wallace, 2017). En especial en países latinoamericanos, donde los llamados influenciadores (*influencers*) han adquirido un rol cada vez más importante en la promoción de flujos de información (Navarro *et al.*, 2020; Heath *et al.*, 2018), se debe lidiar con una serie de presiones y riesgos que inciden en la calidad del trabajo periodístico (Odriozola-Chéné *et al.*, 2019; Hughes y Márquez, 2017; Hughes *et al.*, 2016; Téramo, 2009), siendo que la digitalización de las noticias ha dado origen a nuevas formas de retroalimentación por parte de la audiencia (Greene *et al.*, 2021).

En ese contexto, las nuevas generaciones de reporteros juegan un rol clave en la renegociación de los límites del rol periodístico (Duffy y Knight, 2019), al mostrar actitudes diferentes de las de sus predecesores, más orientadas a servicios y soluciones (Grubenmann y Meckel, 2017). Particularmente clave resulta la acción de las nuevas generaciones de profesionales del periodismo en la confrontación de desórdenes informativos que pueden confundir o manipular a la opinión pública, multiplicando el efecto de

superabundancia informativa en el anonimato y entregando información incorrecta deliberadamente (Gutiérrez-Coba *et al.*, 2020), lo cual provoca, entre otras cosas, que la ciudadanía deje de creer en los medios de comunicación y dificulta la identificación de los hechos verdaderos (Del Hoyo Hurtado *et al.*, 2020).

Redes sociales en las organizaciones de noticias, ¿riesgo u oportunidad?

Las redes sociales, entendidas como un espacio para la difusión de información de manera ilimitada y con un alto grado de interacción de los usuarios (Marcos-García *et al.*, 2021), se han establecido crecientemente como un espacio legítimo para la difusión de contenido informativo, pese a no haber sido creadas específicamente para ese empleo (Mellado y Hermida, 2021; Van Dijck, 2013). Así como las tecnologías digitales han difuminado los roles de los periodistas, su experticia en la utilización de redes sociales ha llegado a ser considerado una subespecialidad de la profesión (Carson, 2021). Este entorno cambiante se ha asociado, en ciertos contextos, con una falta de orientación por parte de los medios respecto de cómo se debe abordar la presencia del profesional en las redes sociales personales y de la empresa (Fuduric y Mandelli, 2014). Asimismo, el uso de estas aún varía según la edad y las actitudes profesionales (García-Marín, 2021).

Por otra parte, las normas tradicionales que se utilizan en el día a día en las salas de redacción no son siempre aplicables a este tipo de plataformas (Mellado y Hermida, 2021). Esto no quiere decir que se deban cambiar las antiguas prácticas, sino que la tecnología se debe adaptar a ellas (Tandoc y Vos, 2016), por ejemplo, mediante políticas que orienten a los periodistas en un proceso natural de adopción de su empleo como herramienta profesional (Mergel y Bretschneider, 2013). Por esto, las instituciones mediales han decidido buscar nuevos instructivos con el fin de que la información llegue de manera efectiva a las personas que participan en las redes sociales. En general, estas pautas buscan guiar al periodista sobre cómo abordar ciertas opiniones, primicias o retuiteo de mensajes (Opgenhaffen y Scheerlinck, 2014). Como exponen Duffy y Knight (2019), con estas normas se beneficia cualquier operación de noticias. Considerando esto, es posible re-

conocer ciertos aspectos positivos en estas redes, debido a que, con la guía adecuada, otorgan más visibilidad al medio y aumentan las interacciones con el público (Opgenhaffen y Scheerlinck, 2014).

No obstante, dentro de los equipos periodísticos surgen ciertos temores producto de estas políticas. Como expone Harlow (2021), existe preocupación respecto de la autonomía editorial de cada profesional, ya que, por ejemplo, los lineamientos pueden especificar limitaciones, como que se deba evitar la publicación de cualquier tema que esté fuera de la línea editorial del medio para mantener su imagen. También se ve como riesgo que normas como la imparcialidad, la exactitud, la objetividad y la neutralidad sean perjudicadas por mensajes personales hacia los periodistas (Opgenhaffen y Scheerlinck, 2014) o noticias de última hora publicadas demasiado pronto (Lee, 2016).

Caso chileno

En un entorno de bajo nivel de empleabilidad para el periodismo (Mellado, 2012) y alta precarización (Grassau *et al.*, 2021), el periodismo chileno se ha visto enfrentado a la serie de tensiones provenientes del entorno digital que hemos descrito previamente y que desafían la concepción y ejercicio de la profesión. Una de las expresiones más concretas es la reducción de inversión publicitaria en medios tradicionales y su permanente migración a plataformas de internet (Vergara *et al.*, 2012). La presión por subsistir en un contexto de disminución de ventas, suscripciones y avisaje ha gatillado en los medios tradicionales, especialmente televisión, radio y prensa escrita, la necesidad de trabajar para múltiples plataformas, además de redactar noticias para su plataforma tradicional (Elortegui-Gómez y Mellado-Ruiz, 2019).

Hasta antes del llamado “estallido social” de 2019 (Somma *et al.*, 2021), los medios tradicionales gozaban de una relativa buena acogida por parte del público chileno. Las noticias en televisión eran la fuente más frecuentemente usada por el público para informarse (CNTV, 2020), situación que se fue modificando en los últimos años a favor de los medios en línea (Newman *et al.*, 2022). Las encuestas muestran que, en un contexto de crisis generalizada de confianza institucional, la radio ha sido es-

tablemente el medio mejor posicionado, mientras que los diarios y la TV se ubican en niveles mucho más bajos y cercanos a instituciones políticas (Grassau *et al.*, 2019b). A nivel mundial, Chile se encuentra en un rango medio en cuanto al grado en que la población confía en las noticias, pues solo 38% de la población opina que se puede confiar en la mayoría de ellas (Newman *et al.*, 2022).

En ese sentido, durante el estallido social chileno, se percibió que los medios que albergaron más noticias falsas fueron la televisión abierta, Facebook, WhatsApp y los diarios impresos (Cadem, 2020). Como sostiene Fidanverdi del Orden (2021), la desinformación no se encontró únicamente en redes sociales, sino también en los medios convencionales, aumentando la desconfianza hacia el periodismo tradicional. Por su parte, el periodismo independiente, “cuyo soporte principal de difusión fueron las redes sociales e internet, logró captar la atención de miles de personas que identificaban un quiebre entre la información entregada por los medios de comunicación tradicionales y lo que se difundía en estas plataformas” (Escribano, 2020, p. 94). En ese sentido, se vivió una ruptura en la tarea asociada a los profesionales de la información, quienes trabajaban con la fórmula repetitiva, automatizada y altamente aceptada (Stange *et al.*, 2018) de filtrar la información al público producto del contenido generado por usuarios en medios como WhatsApp, Instagram y Twitter.

Todo lo anterior se produjo en un contexto marcado por una de las concentraciones ideológicas y económicas más altas de la región (Becerra y Mastrini, 2017; Sunkel y Geoffroy, 2001), posibilitada por las escasas restricciones legales para su ocurrencia (Anguita Ramírez y Labrador Blanes, 2019). El entorno medial chileno destaca también por presentar importantes diferencias entre los medios localizados en la capital, Santiago, y los medios localizados en las regiones, con mucho menor acceso a la información y a los círculos de poder nacional y “una relación más estrecha con las autoridades regionales, debido al pequeño tamaño de las ciudades y sus poblaciones” (Mellado y Lagos, 2011, p. 145). Como afirman Del Valle y sus colegas, “son los conglomerados los que se ubican en las grandes urbes, los que poseen plantas profesionalizadas y donde se gestiona gran parte de la

información. Los medios “independientes” sólo alcanzan un nivel local de cobertura, tienen personal escaso, poca profesionalización y se sustentan en estructuras inestables” (Del Valle *et al.*, 2011, p. 53).

Respecto del impacto que el contexto de cambio y crisis tiene en la concepción y ejercicio del periodismo, la mayoría de las investigaciones realizadas en el país se han centrado en estudiar el contenido de los medios (p. ej. Mellado *et al.*, 2018) y la sociología de las salas de redacción a partir del producto informativo (p. ej. Salinas y Stange, 2015). Por su lado, respecto de la visión que aportan los mismos periodistas sobre su profesión, la mayoría de los trabajos publicados se basan en la primera o la segunda ola de las encuestas realizadas en el país, en el marco del proyecto World of Journalism Study (WJS) (Mellado, 2012; Oller *et al.*, 2017, entre otros). Con anterioridad, Cabalin y Lagos (2009) realizaron una encuesta semiestructurada a editores y reporteros que concluyó que ya durante la primera década de los 2000 existía una cierta “naturalización” de determinadas trabas en el acceso a la información, entre otras cosas.

Todos estos antecedentes posicionan a Chile como un caso ideal para estudiar el impacto del entorno digital en los medios tradicionales, así como sus consecuencias en el ejercicio de la profesión. Por todo lo anterior, en este trabajo se plantean las siguientes preguntas de investigación: PI1: ¿qué impacto ha tenido el entorno digital en el ejercicio tradicional del periodismo en Chile? PI2: ¿de qué forma los medios chilenos incorporan o no las redes sociales en sus rutinas periodísticas? PI3: ¿cuáles son las actitudes dominantes de los periodistas hacia las redes sociales?

Metodología

Este estudio tiene un enfoque cualitativo (Taylor y Bogdan, 1987) y usa como herramienta entrevistas en profundidad semiestructuradas. Se escogió este método por las posibilidades que ofrece para comprender lo que hace la gente y porque, al contar con una pauta de preguntas más flexible, permite aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos durante su aplicación (Díaz-Bravo *et al.*, 2013). Las entrevistas se estructuraron en categorías temáticas: periodismo en crisis; amenazas y riesgos de

la profesión; estallido social, pandemia y entorno digital; rol del periodismo; uso de redes sociales. Este instrumento permitió que los entrevistados hablaran con libertad, sin interrumpir su curso de pensamiento, y generó un ambiente agradable para fortalecer el diálogo.

Específicamente, se realizaron 21 entrevistas en profundidad,⁴ de las cuales 12 fueron dirigidas a periodistas de distintos soportes mediales de alcance nacional (4 de televisión, 3 de prensa escrita, 5 de radio) y 9 a profesionales de medios regionales (3 de televisión, 4 de prensa escrita, 2 de radio). La muestra fue intencionada y se enfocó en medios tradicionales chilenos. Si bien, por las características de este trabajo, no se espera una representatividad estadística del universo de medios del país, se hizo un esfuerzo por diversificar lo más posible la muestra, por lo que se diferenció a partir de criterios de: soporte (7 entrevistados por cada uno de los tres soportes de interés: TV, prensa escrita y radio); ubicación (12 localizados en la Región Metropolitana –específicamente en su capital, Santiago–, y 9 medios regionales, de menor alcance y con una inserción más incipiente en el entorno digital); género (10 mujeres y 11 hombres) y años de experiencia (considerando que al menos $\frac{3}{4}$ de los entrevistados llevaran como mínimo cinco años trabajando en su respectivo medio, es decir, que hubieran experimentado, en el mismo medio, los cambios del entorno digital) (Tabla 1).

Tabla 1. Resumen de los entrevistados

Ubicación	Soporte	Fecha	Género	Años experiencia
Región Metropolitana (alcance nacional)	TV	31/05/2021	Masculino	3
		02/06/2021	Femenino	8
		03/06/2021	Femenino	6
		14/06/2021	Masculino	13

4 Estas 21 entrevistas fueron efectuadas en el marco de un proyecto mayor que, en total, llevó a cabo más de 100 entrevistas en profundidad sobre distintos ámbitos del quehacer periodístico, su crisis, la precarización laboral y el impacto del estallido social y la pandemia en el ejercicio de la profesión. Para este artículo se escogieron estas 21 debido a que compartieron exactamente la misma pauta de preguntas y su foco central fueron los desafíos y amenazas del entorno digital. Sin embargo, en las otras entrevistas se retomaron muchos de los aspectos consolidados acá y el equipo de investigación considera que se llegó a un punto de saturación de los datos. Por ello, los resultados acá presentados, si bien corresponden a 21 entrevistas, dan cuenta de un fenómeno de amplio alcance y resumen aquellos resultados que fueron coherentes y consistentes con el resto del trabajo de campo realizado.

Ubicación	Soporte	Fecha	Género	Años experiencia
Región Metropolitana (alcance nacional)	Prensa	26/05/2021	Masculino	15
		11/06/2021	Masculino	4
		11/06/2021	Femenino	21
	Radio	29/05/2021	Masculino	4
		09/06/2021	Masculino	7
		10/06/2021	Femenino	34
		17/06/2021	Femenino	27
		03/05/2021	Masculino	10
Regiones (alcance local)	Prensa	01/06/2021	Masculino	40
		16/06/2021	Femenino	8
		17/06/2021	Masculino	31
		23/06/2021	Femenino	9
	TV	30/06/2021	Masculino	28
		17/06/2021	Femenino	1
		26/04/2021	Femenino	6
	Radio	29/07/2021	Femenino	5
		28/07/2021	Masculino	8

Fuente: elaboración propia.

Los entrevistados fueron buscados, en primera instancia, en bases de datos de los distintos medios de comunicación de alcance nacional y regional y a través de redes sociales, como Twitter y LinkedIn, y fueron reclutados por correo electrónico o teléfono celular. Las entrevistas fueron efectuadas entre el 26 de mayo y el 23 de junio de 2021, con una duración promedio de 60 minutos.

Esta investigación se efectuó cumpliendo todos los estándares éticos de la universidad en que se realizó, lo que incluyó la evaluación y aprobación de la propuesta de investigación por parte de un comité institucional, la firma de un consentimiento informado por parte de los entrevistados – en el que se explicó el propósito del estudio y de su participación en él, la voluntariedad de la participación, sus beneficios y riesgos, el formato de la

entrevista, y el aseguramiento del anonimato del entrevistado⁵–, así como el estricto seguimiento de todos los protocolos éticos comprometidos por parte del equipo investigador. Las entrevistas fueron analizadas a partir de una matriz de codificación axial (Spiggle, 1994) que, al combinar pensamiento inductivo y deductivo, permite partir con una clasificación primaria basada en las siguientes categorías obtenidas de la pauta de preguntas: transformaciones del entorno digital, uso de redes sociales en los medios tradicionales y oportunidades y riesgos para la profesión. Basándonos en estas, se categorizaron citas textuales de las entrevistas para luego cruzarlas con las preguntas de investigación y crear nuevas categorías.

Resultados

Impactos del entorno digital

En primer lugar, a través de las entrevistas fue posible observar que el impacto del entorno digital en el ejercicio del periodismo genera posturas contrapuestas sobre los cambios en el rol de guardián o curador de contenidos (*gatekeeper*). Lo anterior, debido a que las nuevas tecnologías y, en particular, las redes sociales dan espacio a múltiples visiones relevantes en los temas de actualidad, que los usuarios piden que sean escuchadas y replicadas. Respecto del entorno digital, se afirma que este es “una amenaza para poder desarrollar [...] buen periodismo. Hoy día la gente interpreta que cualquiera puede informar, cualquiera puede ser un medio de comunicación. Porque cualquiera tiene un celular y puedo registrar cualquier cosa en cualquier momento y lugar” (hombre, TV, regional, más de 20 años de experiencia).

5 El consentimiento informado indicaba explícitamente lo siguiente: “Esta entrevista se realizará vía videoconferencia. Solo se registrará el audio, no su imagen, para un posterior análisis. Si lo desea la entrevista puede realizarse con la cámara apagada o por teléfono. Si bien grabaremos el audio de esta sesión, los datos de los entrevistados serán confidenciales. Eso implica que su identidad NUNCA se revelará ni tampoco otros datos que puedan identificarlo, seremos muy cuidadosos en ese punto y estamos obligados a ello por las normas que rigen la investigación con personas en la universidad, en Chile y en el mundo. Las grabaciones de audio serán transcritas y es posible que algunas de sus declaraciones puedan ser utilizadas como cita en directo (‘cuñas’) en futuras publicaciones si acepta participar. En esos casos, solo lo identificaremos genéricamente de la siguiente forma: (periodista, TV, RM, fecha), (editor/a, prensa, X región, fecha). Nos aseguraremos de borrar, tanto de la transcripción como de la identificación de las cuñas, cualquier dato que creamos que podría permitir identificarlo/a a futuro. De todas maneras, si en algún minuto quiere decir algo que no quiere que sea registrado, basta con que lo explicito (p. ej., lo siguiente que diré es *off the record*). Todo el material solo será revisado por el equipo de investigación de este proyecto, quienes se comprometen a mantener la confidencialidad de su identidad. Los datos se guardarán por diez años, y los archivos tendrán por nombre distintos códigos numéricos asignados por los investigadores al azar para mantener la confidencialidad asegurada”.

A pesar de esto, se evidenció que aspectos tradicionales del periodismo siguen vigentes como pilares fundamentales de la profesión. Una periodista señaló que el entorno digital “transforma todo, excepto el corazón del periodismo, que sigue siendo informar apegado a los valores críticos, éticos [...] como una vocación pública vinculada al establecimiento de la democracia y la transparencia en la sociedad” (mujer, radio, nacional, más de 20 años de experiencia).

Por otra parte, desde el punto de vista del tratamiento de fuentes, la digitalización abre una gama de nuevas voces que antes eran más difíciles de contactar, especialmente aquellas que se encuentran en sitios/países distintos del medio y que ahora pueden hablar fácilmente vía videoconferencia o usando otras herramientas. Sin embargo, los periodistas consideran que se dificulta usar fuentes confidenciales (*off the record*) y hacer cumplir el derecho al secreto profesional, pues sostienen que, ante la alta presencia de desinformación en redes sociales y plataformas de internet, la audiencia confía cada vez menos en datos cuya fuente no se encuentre identificada con nombre y apellido. Además, agregan que las herramientas tecnológicas disponibles pueden permitir la posterior identificación de la fuente reservada (en *off*) por parte de terceros, ya que un mínimo detalle puede revelar su identidad, pese a la intención del periodista y medio de mantenerla en el anonimato.

Los entrevistados mencionaron que realizar investigaciones profundas es cada vez más difícil y consideran que la historia que deben defender como guardianes de contenido es más incierta en el entorno digital, ya que, ante la alta competencia que existe frente a la inmediatez de las redes sociales –se menciona a Facebook, Instagram y TikTok con más frecuencia–, los periodistas tendrían menos tiempo para profundizar en las historias, pues se privilegia la exclusiva o ser los primeros en informar sobre un tema. “A los periodistas sencillamente les falta tiempo y condiciones [...]. La gente, además, [se] te empieza a medir según ese flujo informativo, y si tú no cuentas te dicen ‘es que el diario no lo cuenta y eso sí lo vi en Facebook’, y es porque lo hacen, lo hacen rápido, porque ellos no contrastan” (hombre, prensa, regional, más de 20 años de experiencia). De la misma forma, ob-

servan que solo a través del uso de fuentes diversas, la verificación de la información y los elementos narrativos es posible diferenciar entre guardián periodístico y prosumidor.

Las redes sociales y los espacios de comentarios en línea se han transformado en una especie de plaza pública con un falso anonimato de los usuarios, quienes empiezan a jerarquizar qué hechos consideran importantes. Esto genera una pérdida del monopolio de la información por parte de los medios y ha causado que se modifiquen las prácticas de reporteo, ya que antes se podía investigar en terreno y tener la información publicada al día siguiente, sin embargo, en la actualidad eso se vuelve más difícil.

Según las opiniones de los entrevistados, los consumidores tienden a seguir información emitida por sitios web y cuentas de redes sociales que no corresponden a medios tradicionales ni a medios informativos profesionales en línea. Dichos sitios, al no tener la obligación de cumplir con los criterios de calidad del periodismo, pueden publicar más rápido sin la necesidad de verificar los hechos. Por esa razón, se mide a los medios tradicionales con base en ese mismo flujo informativo y se les exige la misma velocidad, sumada a la exigencia de facticidad de la información. “Es como asumir que cualquier persona puede acceder a una información antes que tú y puede hacerlo público antes que tú” (mujer, televisión, nacional, menos de 10 años de experiencia). Sin embargo, los periodistas dicen que cuando la ciudadanía busca confirmar información acude a los medios tradicionales y se les exige la responsabilidad de tener los datos verificados. “Nosotros no somos lo que éramos, porque ahora cada persona se cree su propio medio de comunicación. [...] La gente se informa a través de Facebook, Twitter, WhatsApp. Los medios tradicionales somos muy cuestionados y, en vez de hacer la pega [trabajo], y de hacerla bien, nos duele ese cuestionamiento” (mujer, radio, nacional, más de 20 años de experiencia).

Los antecedentes recogidos indican que la digitalización de la profesión trae consigo nuevos desafíos. Los entrevistados coinciden en que las llamadas burbujas informativas podrían provocar que no lleguen las noticias importantes a los usuarios, mientras que los medios, al tener recursos

limitados, no pueden garantizar soluciones. El entorno digital también ha afectado la calidad del trabajo periodístico. Al respecto, una periodista señaló que “puede afectar cuando estás superpendiente del *like*, cuando estás superpendiente de las visitas y de generar el titular más llamativo” (mujer, televisión, regional, menos de 10 años de experiencia). En esta misma línea, otra persona agregó que “lo único que nos piden en la noche es que tengamos buen tráfico, muchas visitas. Al final lo que terminamos haciendo es hacer notas que a nadie le importan, que no son de interés nacional, [...] pero que traen visitas [...] obviamente la gente después reclama y dice ‘para esto estudiaron cinco años’, pero al final es lo más visitado” (mujer, televisión, regional, menos de 10 años de experiencia).

Uso de redes sociales en los medios

Los principales hallazgos respecto de la segunda pregunta de investigación apuntan principalmente a tres ámbitos: a) la existencia de una política de redes sociales en el medio, b) su influencia en la pauta informativa del día y c) la generación de contenido multiplataforma. En algunos casos, se observa que las prácticas periodísticas tradicionales son adaptadas al contexto de las redes sociales, en lugar de normalizar nuevas rutinas de reporteo.

En relación con la existencia de una política de redes sociales en los medios, la mayoría de los entrevistados mencionó un protocolo de empleo referente a la difusión de la información, la verificación de los datos y el reforzamiento de la marca del medio en las redes sociales:

Hay un protocolo y un manual de estilo en términos de normar el uso de las redes sociales, tanto con lo que se publica por parte del propio medio como con lo que se capta de las redes sociales. [...] Cada información tiene que ser ratificada por más de una fuente y contrastada con dos o tres fuentes, de manera de que todos estos rumores que andan circulando pueden ser confirmados. (Hombre, prensa digital, regional, más de 20 años de experiencia)

En dichos protocolos se considera la necesidad de resguardar su contenido como propio; en ese sentido, varios entrevistados indican que en los contratos se les exige que el contenido difundido en las redes del medio no pueda ser replicado en las cuentas personales ni en otras plataformas: “Yo

creo que la principal [exigencia] es que el producto que hago yo es del canal. No lo puedo usar para otras plataformas. [...] si va a hacer un producto [...] no me lo puedes replicar en tus redes sociales o para otros canales [...], está escrito incluso en el contrato” (hombre, televisión, alcance nacional, menos de 10 años de experiencia).

Respecto de la influencia de las redes sociales en la pauta del medio, los entrevistados coinciden en que la principal fuente para establecer la agenda mediática continúa siendo la información obtenida a través de la contingencia nacional y las agencias de medios. Una entrevistada incluso sostuvo que las redes sociales no influyen en la pauta, sino que estas son solo una plataforma más de difusión: “En ‘Política’ influye más en la pauta la información de la contingencia [...], al menos a nosotros, que estamos en prensa, las redes sociales no nos influyen” (mujer, TV, nacional, menos de 10 años de experiencia).

Pese a lo anterior, los hallazgos evidencian que crecientemente los editores están considerando los temas provenientes de las redes sociales para la configuración de la pauta del día, lo que redundaría en que, “cada vez más, hay[a] una unión, una sinergia” (hombre, TV, nacional, 10-20 años de experiencia). Asimismo, las pautas de la mañana en las salas de redacción se han ido adaptando a este fenómeno, en la medida en que lo que se está hablando en las redes sociales puede cambiar la planificación del día y los recursos: “Y eso es importante para sintonizar también con las necesidades y los requerimientos de las audiencias. Las redes sociales tienen gran influencia en la *agenda setting* [establecimiento de la agenda]” (hombre, prensa digital, regional, más de 20 años de experiencia).

En los reporteros también se observa un uso asociado con el monitoreo de noticias a través de diversas fuentes y como una técnica para buscar temas que están marcando tendencias o lo que los usuarios discuten masivamente: “[Lo] primero que yo hago en mi caso es meterme a Twitter, porque la gente, todo, desemboca en Twitter o en Facebook. Entonces finalmente son relevantes” (mujer, prensa escrita, regional, menos de 10 años de experiencia).

Sin embargo, entre los entrevistados hay preocupación por cómo la incorporación de la agenda de las redes sociales en la pauta del medio aumenta el riesgo de integrar contenido sin verificar: “Influyen las redes sociales. El tema es que muestran sin tamiz. Y, por lo tanto, eso se viraliza y tú, como medio de comunicación, dices ‘tengo que tomar esto, todo el mundo está hablando de esto’. Lo tomo. Lo nuestro. Pero no siempre averiguo si lo que estoy mostrando es verdad o no es verdad” (mujer, radio, nacional, más de 20 años de experiencia).

Por último, hay casos en los que las redes sociales se utilizan exclusivamente como otra forma de difundir contenido publicado por el medio en las plataformas tradicionales. En ese sentido, una periodista señaló que “las redes sociales, que son principalmente Facebook e Instagram, se usan mayoritariamente para publicar la portada del día. No se amplía mucho la información a diferencia de que algo se nos haya quedado fuera del día [...] por ejemplo, a las 10 de la noche un incendio, un terremoto, una noticia de último minuto” (mujer, prensa, regional, menos de 10 años de experiencia).

Respecto al tercer ámbito de influencia de las redes sociales, hay consenso entre los entrevistados en que, dentro de sus funciones, crecientemente se incluye el generar contenido especializado para redes sociales, potenciando el formato multiplataforma:

Hoy tenemos conciencia y claridad de que no solamente reportamos para la tele, sino también digital y estas nuevas plataformas. [...] Si voy a reportear [voy] con mi celular a hacer un video exclusivamente para las redes sociales o a lo mejor le voy a pedir al camarógrafo ‘oye, grabemos otro despacho cortito, para mandarlo al equipo de digital’.
(Hombre, prensa, nacional, menos de 10 años de experiencia)

Los entrevistados también perciben que los medios usan las redes sociales para ampliar sus audiencias, por ejemplo, generando contenido para públicos más jóvenes. En ese terreno, destaca el uso de plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, como para recibir retroalimentación por parte de estas. Estas redes permiten establecer contacto con los auditores, difundir contenido y generar material especializado que puede ser utilizado como recurso en las notas que se transmiten en la plataforma tradicional

del medio: “Nunca se había visto TikTok informando en la tele. [...] conmigo lo hicieron al revés: ‘tiremos este TikTok para mostrarlo (en el noticiario), porque está muy bueno’” (hombre, televisión, nacional, menos de 10 años de experiencia); “La radio optó por esta política de redes sociales como un elemento que permite dar compañía y recibir este *feedback* [retroalimentación]” (hombre, radio, nacional, menos de 10 años de experiencia).

¿Oportunidad o riesgo para las rutinas profesionales?

Este trabajo también se propuso explorar si los periodistas, como individuos, perciben el rol de las redes sociales en la profesión como riesgo, como oportunidad o de ambas maneras. En ese sentido, existen diferencias importantes entre los entrevistados. El riesgo de desinformar o difundir información falsa sin suficiente verificación lo plantearon con frecuencia. Lo que más les preocupa a los entrevistados parece ser la cuestión de la precisión y la veracidad. Los periodistas comentaron que existe una mayor presión, principalmente asociada a las respuestas que una publicación puede generar en las redes sociales y a su labor de desmentir las llamadas noticias falsas o *fake news*:

... con las *fake news*, [en] las redes sociales, uno compite más que con los medios, compite también con publicaciones que se hacen parecer verdad, que puede escribir cualquier persona y que se viralizan por redes sociales y que al final parecen creíbles, aunque no lo sean, y donde el consumidor o lector final que quiera informarse no logra realmente informarse. (Mujer, prensa, nacional, más de 20 años de experiencia)

También se mencionan situaciones en las que las audiencias interpelean y cuestionan la labor periodística, incluso cuando se está llevando a cabo un trabajo riguroso: “A mí muchas veces me pasó que estaba dando información en [el Palacio de] La Moneda [sede del gobierno de Chile] respecto a algo y la gente me escribía por las redes sociales que dijera la verdad, siendo que estaba hablando las cosas lo más informativamente posible” (mujer, TV, nacional, menos de 10 años de experiencia).

Asimismo, a través de las redes sociales, los periodistas miran con reticencia que se saquen conclusiones erróneas a partir de cosas que se ob-

servan, ya que en lo digital se puede perder la perspectiva de la veracidad de los datos: “Con la transformación tecnológica, de manera muy masiva, se instala el riesgo de no saber cuándo se está informando bajo principios periodísticos y cuándo se están entregando datos falsos para manipular, para hacer propaganda” (mujer, radio, nacional, más de 20 años de experiencia).

En esta línea, periodistas con mayor experiencia ven cambios en las rutinas, asociados con la rigurosidad del reporte, según van cambiando las generaciones de profesionales y en torno a la comodidad que ofrecen redes como WhatsApp para reportear, lo que varios consideran que podría ir en contra de la labor periodística:

Los periodistas más viejos siempre tienden a buscar la información más concreta [...] ellos van a la máxima fuente y ahí ya entregan un resultado. Después de eso, la generación fue un poquito bajando y conformándose con cualquier fuente, y creo que la cosa va subiendo ahora porque ya los periodistas y los medios se están dando cuenta de que la población no es tonta. (Hombre, radio, nacional, menos de 10 años de experiencia)

Otro riesgo mencionado está asociado a los cambios en las formas de relacionarse con las audiencias. Los periodistas sostienen que se han enfrentado a situaciones de acoso digital y amenazas que les han generado temor y eventualmente autocensura: “Hubo una vez que empezaron a escribir el nombre del colegio donde iba mi hijo, por ejemplo, en Twitter o te mandan correo, que ‘oye baja esa nota’. Me ha pasado, que me han hostigado, que han llegado al diario y que te buscan y que te amenazan” (mujer, prensa, regional, menos de 10 años de experiencia).

Además, mencionan que los usuarios presionan al comunicador para que este se muestre de acuerdo con los puntos de vista del público y estos sean expuestos en los medios de comunicación: “No nos gusta o nos da miedo que la audiencia que está en redes sociales y que ahora interactúa directamente con uno te trate mal; o no le guste lo que tú estabas diciendo y te lo digan. Es difícil no estar de acuerdo, pero esa es parte de nuestra obligación” (mujer, radio, nacional, más de 20 años de experiencia).

Los entrevistados comentan que, tras los hechos ocurridos en Chile en el estallido social de 2019, estos peligros han ido en aumento, principalmente por el cuestionamiento de la profesión y los medios de comunicación que se ha generado. Dicho cuestionamiento va crecientemente acompañado por amenazas, hostigamientos y lo que en Chile se conoce como “funas”, que corresponden a manifestaciones públicas de denuncia o repudio sobre un tema o personaje.

Por otro lado, algunos periodistas, más abiertos a los cambios del entorno digital, consideran que las redes sociales son una oportunidad, ante la disminución del personal en los medios tradicionales, y otros sopesan que las nuevas tecnologías les han dado el espacio para innovar: “Siempre las redes sociales van a ser una oportunidad, porque los medios tienen sus equipos periodísticos bastante más reducidos de lo que eran hace un tiempo [...] y los portales electrónicos [...] ocupan mucho menos periodistas” (hombre, prensa escrita digital, regional, más de 20 años de experiencia).

Discusión y conclusiones

La digitalización ha generado un cambio profundo en los medios de comunicación chilenos. La cuasiomnipresencia del entorno digital y la transformación las redes sociales en nuevas “plazas públicas” habitadas por audiencias resguardadas en el anonimato, que pueden publicar y comentar contenidos (Mellado y Hermida, 2021; Van Dijck, 2013), han contribuido al desarrollo de espacios en línea diversos, muchos de ellos legítimos, que no requieren del proceso periodístico tradicional para difundir noticias como lo hacían ver autores. Por esto, como se ha ido discutiendo hace algunos años (Grubenmann y Meckel, 2017; Harlow y Salaverría, 2016; Tandoc y Vos, 2016; Wallace, 2017), los medios de comunicación han ido perdiendo el monopolio de la información y han comenzado a ser cuestionados, hasta poner en discusión su rol frente a esta situación. A pesar de ello, este trabajo ha dejado en evidencia que existe un amplio consenso entre los periodistas chilenos entrevistados en que siguen intactos los valores críticos de la profesión (Singer, 2010; Deuze, 2005) y la identidad periodística ligada a la pretensión de objetividad, la imparcialidad y el escrutinio del poder.

En ese sentido, en línea con lo propuesto por Shoemaker y Vos (2009), los antecedentes recogidos en este artículo muestran que el periodismo chileno continúa estando al servicio de la democracia y que, a pesar de las transformaciones que ha sufrido su práctica profesional, su rol como guardián se mantiene vigente. Por esta razón, aunque cualquier persona pueda difundir información/desinformación dentro de su entorno, los periodistas siguen siendo quienes definen las principales temáticas, mediante prácticas como el uso de fuentes diversas, las verificaciones de datos y el empleo de narrativas contundentes.

En cuanto al uso de redes sociales, si bien, como se ha visto en trabajos previos (Duffy y Knight, 2019), las generaciones más jóvenes de comunicadores –con actitudes distintas a las de sus predecesores– han renegociado los límites de su rol dentro de las plataformas digitales, en Chile el manejo de las diferentes redes sociales (especialmente Twitter, Instagram y Facebook) continúa respondiendo a prácticas tradicionales del periodismo. Es decir, en vez de normalizar nuevas rutinas de reporte que potencien la interactividad y el contenido especializado, se ha adaptado el uso de nuevas tecnologías a antiguas prácticas del periodismo mediante un proceso de adopción del uso de estas redes como herramientas que forman parte de la labor periodística.

Por lo anterior, aunque la mayoría de las organizaciones de noticias chilenas tienen cuentas en múltiples redes sociales, estos espacios suelen desaprovecharse, al ser utilizados simplemente como otra manera de difundir contenido producido para un soporte tradicional. Frente a esta situación, los entrevistados son conscientes del posible problema que esto puede provocar y, por lo mismo, valoran la existencia de protocolos de uso, que los orientan en temas como difusión de información, verificación de datos, fortalecimiento del conocimiento de la marca, resguardo de contenido y manejo de la agenda que se genera en estos espacios virtuales, que en muchos casos puede llegar a cambiar la planificación del día.

Con respecto a las actitudes dominantes de los periodistas, se observa que perciben al entorno digital en general y a las redes sociales en particular como un riesgo, ya que consideran que posibilitan la desinformación a

través de la difusión de contenidos falsos, sin suficiente verificación o interpretados fuera de contexto. Asimismo, otro de los principales riesgos mencionados se vincula con las consecuencias de los cambios en las formas de relacionarse con las audiencias. Los periodistas sostienen que se han enfrentado a situaciones de acoso digital y amenazas, lo que les han generado temor y eventualmente autocensura.

Pese a los temores manifestados, dentro de los hallazgos se destacan aspectos positivos del entorno digital y las redes sociales. Por ejemplo, a raíz de los cambios en la relación de los medios con sus audiencias, se terminan reforzando valores como la transparencia, aumentan las posibilidades de contactar fuentes que antes eran de difícil acceso, así como de innovar en rutinas periodísticas. Además, frente al complicado panorama económico en que se encuentran los medios de comunicación en Chile (Lazcano-Peña *et al.*, 2021), las redes sociales se han transformado en una oportunidad que facilita el surgimiento de medios nativos digitales.

En conclusión, en un contexto híbrido, donde las formas de reportear han cambiado hacia una convergencia entre el contenido tradicional del medio en su soporte original y su adaptación a redes sociales, el rol de guardián o curador de contenidos (*gatekeeper*) periodísticos continúa estando en el “corazón del periodismo chileno”. Esto porque, a pesar de que se ha vuelto cada vez más difícil mantener el secreto profesional y existen burbujas informativas, el proceso periodístico –encargado de la selección y elaboración de fragmentos de información– continúa desarrollándose acorde con ciertos valores y normas éticas, que ayudan a los ciudadanos a hacer valer sus derechos en sociedad y a promover la existencia de un régimen democrático.

Pese a las limitaciones que supuso el muestreo, la metodología escogida funcionó de manera eficiente para contestar las preguntas de investigación y profundizar en las dinámicas subyacentes. De todas formas, los hallazgos de este trabajo deben entenderse en el marco de las limitaciones asociadas con su enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y exploratorio, pues el caso de estudio está enfocado en el entorno medial y social chileno, por lo que no se pueden generalizar los resultados para otro tipo de muestra.

Por último, se espera que el estudio contribuya con nuevos antecedentes sobre cómo las principales organizaciones de noticias enfrentan los desafíos generados por el entorno digital, específicamente por el uso, amenazas y potencialidad que ofrecen las redes sociales, desde la perspectiva de sus propios protagonistas. Es fundamental saber cómo se están adaptando los medios a estas nuevas plataformas, para que la educación universitaria en Periodismo y Comunicación Social incorpore nuevas capacidades en sus planes de formación.

De igual manera, una mejor comprensión de la digitalización del periodismo ayuda a entender mejor los productos noticiosos generados por rutinas de trabajo, que cada vez más mezclan prácticas tradicionales con elementos interactivos. Por esto, para una próxima investigación resultaría interesante profundizar en el aspecto económico de los medios tradicionales, los cuales se encuentran inmersos en una crisis, principalmente debido a la caída en las ventas de medios impresos, la crisis de la publicidad sin conexión (*offline*) y la incapacidad de las organizaciones de noticias para encontrar un modelo de negocio sostenible en línea (Goyanes y Rodríguez, 2019).

Referencias

- Anguita Ramírez, P. y Labrador Blanes, M. (2019). Pluralismo y libre competencia en el mercado de la televisión y radiodifusión: el caso chileno. *Revista de Comunicación*, 18(1), 9-30. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A1>
- Arcila, C., Oller, M. y Blanco, D. (2020). Digitalización del periodismo iberoamericano y su efecto en la relación del periodista con la audiencia. Estudio comparativo de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, México y Portugal. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26(3), 284-300. <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1909831>
- Bachmann, I., Grassau, D. y Labarca, C. (2022). Aliens, spies, and staged vandalism: Disinformation in the 2019 protests in Chile. En Was-

serman, H. y Madrid-Morales, D. (eds.), *Rumors, fake news, and disinformation in the Global South* (pp. 74-87). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119714491.ch6>

Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Universidad Nacional de Quilmes, Observacom.

Benaissa, S. (2021). Prosumidores y redes sociales: manifestaciones del nuevo periodismo ciudadano. En Dykinson, S. L. (ed.), *Plataformas, consumo mediático y nuevas realidades digitales. Hacia una perspectiva integradora* (1 ed., vol. 17, pp. 197-221). Dykinson.

Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2021). *The digital environment: How we live, learn, work, and play now*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/13602.001.0001>

Bro, P. y Wallberg, F. (2014). Digital gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*, 2(3), 446-454. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>

Cabalin, C. y Lagos, C. (2009). Periodismo y libertad de expresión en Chile. Presiones y mordazas. *Palabra Clave*, 12(1), 37-60.

Cadem (2020). Estudio. Medios de comunicación post crisis. Análisis de encuesta, Santiago de Chile. [Conjunto de datos]. <https://docplayer.es/173795105-Estudio-medios-de-comunicacion-post-crisis-enero-2020.html>

Canter, L. (2013). The interactive spectrum: The use of social media in UK regional newspapers. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(4), 472-495. <https://doi.org/10.1177/1354856513493698>

Carson, A. (2021). The digital spotlight: Applying a connective action framework of political protest to global watchdog reporting. *The In-*

- International Journal of Press/Politics*, 26(2), 362-384. <https://doi.org/10.1177/1940161220912679>
- Chakraborty, A., Ghosh, S., Ganguly, N. y Gummadi, K. P. (2019). Editorial versus audience gatekeeping: Analyzing news selection and consumption dynamics in online news media. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 6(4), 680-691. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2019.2920000>
- CNTV - Consejo Nacional de Televisión (2020). IX Encuesta Nacional de Televisión Chile. https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/10/ix_entv_final.pdf
- Del Hoyo Hurtado, M., García-Galera, M. del C. y Blanco-Alfonso, I. (2020). Desinformación y erosión de la credibilidad periodística en el contexto de las noticias falsas. Estudio de caso. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1399-1409. <https://doi.org/10.5209/esmp.70238>
- Del Valle Rojas, C., Mellado Ruiz, C., Salinas Meruane, P. y González Rodríguez, G. (2011). La concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. De la propiedad al mercado de la publicidad: los desafíos pendientes. *Sapiens*, 12(1), 44-58. <https://www.redalyc.org/pdf/410/41030367003.pdf>
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. [https://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72706-6](https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72706-6)
- Duffy, A. y Knight, M. (2019). Don't be stupid: the role of social media policies in journalistic boundary-setting. *Journalism Studies*, 20(7), 932-951. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1467782>

- Elortegui Gómez, C. E. y Mellado-Ruiz, C. (2019). Roles del periodismo político en un contexto multiplataforma y de crisis institucional. *Comunicación y Sociedad*, 16, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7136>
- Escribano Velásquez, N. A. (2020). Medios de comunicación y movilizaciones sociales: revisión del “Chile despertó” a la luz de las vulneraciones al principio de libertad de expresión. [Tesis], Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/178415>
- Ferrer-Conill, R. y Tandoc, E. C. (2018). The audience-oriented editor. *Digital Journalism*, 6(4), 436-453. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1440972>
- Fidanverdi del Orden, D. (2021). La utilización de la mentira en el estallido social de Chile 2019: ¿Qué está pasando en Chile? [Tesis], Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/125997>
- Fuduric, M. y Mandelli, A. (2014). Communicating social media policies: Evaluation of current practices. *Journal of Communication Management*, 18(2), 158-175. <https://doi.org/10.1108/JCOM-06-2012-0045>
- García-Marín, D. (2021). Las *fake news* y los periodistas de la generación Z. Soluciones post-millennial contra la desinformación. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 154, 37-63. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1324>
- Goyanes, M. y Rodríguez-Castro, M. (2019). Commercial pressures in Spanish newsrooms: Between love, struggle and resistance. *Journalism Studies*, 20(8), 1088-1109. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1487801>

- Grassau, D., Puente, S., Vatter, N. y Rojas, R. (2019a). Perfiles y roles de los conductores de TV en momentos de desastres: propuesta conceptual a partir del caso del terremoto del 27F en Chile. *Revista de Comunicación*, 18(2), 155-175. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A8>
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019b). *Estudio de opinión pública: uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36739.63522>
- Grassau, D., Porath, W. y Ortega, C. (2021). La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista. Informe final proyecto PLU190009. Resultados trabajo de campo 2020/2021. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Greene, M. F., Lecaros, M. J. y Cerda Diez, M. F. (2021). Medios de prensa digitales en Chile: influencia del editor y de la audiencia en la reunión de pauta. *Cuadernos.Info*, 51, 93-113. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.29645>
- Grubenmann, S. y Meckel, M. (2017). Journalists' professional identity. *Journalism Studies*, 18(6), 732-748. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1087812>
- Gutiérrez Atala, F. y Zurita Arriagada, L. (2012). Las redes sociales y su impacto en el proceso de preparación y producción de noticias: análisis de las rutinas de los periodistas a partir de tres diarios chilenos. *Comuni@cción*, 3(1), 36-44. <https://comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/26>
- Gutiérrez-Coba, L., Coba-Gutiérrez, P. y Gómez-Díaz, J. (2020). Noticias falsas y desinformación sobre el Covid-19: análisis comparativo

de seis países iberoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 237-264. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1476>

Harlow, S. (2021). Protecting news companies and their readers: Exploring social media policies in Latin American newsrooms. *Digital Journalism*, 9(2), 176-195. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1738254>

Harlow, S. y Salaverría, R. (2016). Regenerating journalism. *Digital Journalism*, 4(8), 1001-1019. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1135752>

Heath, R. L., Johansen, W. y Erzikova, E. (2018). Gatekeeping. En Heath, R. L. y Johansen, W. (eds.), *The international encyclopedia of strategic communication*. <https://doi.org/10.1002/9781119010722>

Hughes, S. y Márquez, M. (2017). Examining the practices that Mexican journalists employ to reduce risk in a context of violence. *International Journal of Communication*, 11, 499-521. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5934/1913>

Hughes, S., Garcés, M., Márquez, M. y Arroyave, J. (2016). Rethinking professional autonomy: Autonomy to develop and to publish news in Mexico and Colombia. *Journalism*, 18(8), 956-976. <https://doi.org/10.1177/1464884916659409>

Lazcano-Peña, D., Gálvez-Pereira, M. y Zuleta-Cavalli, R. (2021). Imaginarios sobre periodismo en Chile antes y después del estallido social. Una mirada desde futuros profesionales. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 21, 1-22. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6248/pdf>

Lee, J. (2016). Opportunity or risk? How news organizations frame social media in their guidelines for journalists. *Communication Review*, 19(2), 106-127. <https://doi.org/10.1080/10714421.2016.1161328>

- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L. y López-Meri, A. (2021). Periodismo y nuevas narrativas. *Storytelling* como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 553-567. <https://doi.org/10.5209/esmp.71193>
- Mellado, C. (2012). The Chilean journalist. En Weaver, D. y Willnat, L. (eds.), *The global journalist in the 21st century* (pp. 382-399). Routledge.
- Mellado, C. y Hermida, A. (2021). The promoter, celebrity, and joker roles in journalists' social media performance. *Social Media + Society*, 7(1), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305121990643>
- Mellado, C. y Lagos, C. (2011). Organizational and territorial cultures in Chilean journalism. *Innovar*, 21(42), 139-150.
- Mellado, C., Humanes, M. L. y Márquez-Ramírez, M. (2018). The influence of journalistic role performance on objective reporting: a comparative study of Chilean, Mexican, and Spanish news. *International Communication Gazette*, 80(3), 250-272. <https://doi.org/10.1177/1748048517711673>
- Mergel, I. y Bretschneider, S. (2013). A three-stage adoption process for social media use in government. *Public Administration Review*, 73(3), 390-400. <https://doi.org/10.1111/puar.12021>
- Navarro, C., Moreno, A., Molleda, J. C., Khalil, N. y Verhoeven, P. (2020). The challenge of new gatekeepers for public relations. A comparative analysis of the role of social media influencers for European and Latin American professionals. *Public Relations Review*, 46(2). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101881>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. y Kleis Nielsen, R. (2022). *Reuters institute. Digital news report 2022*. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

- Odriozola-Chéné, J., Gutiérrez-Atala, F., Domínguez-Panamá, J. J. y Pérez-Arozamena, R. (2019). Las relaciones de las influencias en los procesos de producción informativa y sus efectos en la calidad periodística. Una visión desde Latinoamérica. *Cuadernos.info*, 44, 119-134. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1297>
- Olausson, U. (2017). The reinvented journalist: The discursive construction of professional identity on Twitter. *Digital Journalism*, 5(1), 61-81. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1146082>
- Oller, M. (2017). An overview of Latin American journalistic culture(s). The profile, professional situation and perception of journalists in Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador and Mexico. En Oller, M. (ed.), *Cultura(s) periodística(s) Iberoamericana(s). La diversidad de un periodismo propio* (pp. 21-60). La Laguna.
- Opgenhaffen, M. y Scheerlinck, H. (2014). Social media guidelines for journalists: An investigation into the sense and nonsense among Flemish journalists. *Journalism Practice*, 8(6), 726-741. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.869421>
- Ortiz de Guinea, Y., Villafaña, J. y Caffarel-Serra, C. (2018). Investigación para la evaluación de la reputación de los medios de comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 845-869. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1285>
- Palau-Sampio, D. y Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33(2), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>
- Reese, S. y Shoemaker, P. J. (2016). A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>

- Salinas, C. y Stange, H. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuadernos.info*, 37, 121-135. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.703>
- Shoemaker, P. J. (2020). Gatekeeping and journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.819>
- Shoemaker, P. J. y Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203931653>
- Singer, J. B. (2010). Quality control: Perceived effects of user-generated content on newsroom norms, values and routines. *Journalism Practice*, 4(2), 127-142. <https://doi.org/10.1080/17512780903391979>
- Somma, N. M., Bargsted, M., Disi, R. y Medel, R. R. (2020). No water in the oasis: The Chilean spring of 2019-2020. *Social Movement Studies*, 20(4), 495-502. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1727737>
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21(3), 491-503. <https://doi.org/10.1086/209413>
- Stange, H., Salinas, C., Yáñez, C. y Santa Cruz, E. (2018). Pluralismo informativo y burocratización del trabajo periodístico en dos contextos de prensa diaria. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1825-1843. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62249>
- Sunkel, G. y Geoffroy, E. (2001). *Concentración económica de los medios de comunicación*. LOM.
- Tandoc, E. y Vos, T. (2016). The journalist is marketing the news. Social media in the gatekeeping process. *Journalism Practice*, 10(8), 950-966. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1087811>

- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (vol. 1). Paidós.
- Téramo, M. T. (2009). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1). <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1228>
- Van Dijck, J. (2013). 'You have one identity': performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture y Society*, 35(2), 199-215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
- Vergara, E., Garrido, C., Santibáñez, A. y Vera, P. (2012). Inversión publicitaria y pluralismo informativo: una aproximación comparada al caso de la prensa en Chile. *Comunicación y Medios*, 25, 57-70. <https://doi.org/10.5354/0716-3991.2012.25871>
- Vos, T. (2015). Revisiting gatekeeping theory during a time of transition. En Vos, T. y Heinderyckx, F. (eds.), *Gatekeeping in transition* (pp. 3-24). Routledge.
- Vos, T. y Thomas, R. (2019). The discursive (re)construction of journalism's gatekeeping role. *Journalism Practice*, 13(4), 396-412. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1478746>
- Wahl-Jorgensen, K. *et al.* (2016). The future of journalism: risks, threats and opportunities. *Digital Journalism*, 4(7), 809-815. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1199469>
- Wallace, J. (2017). Modelling contemporary gatekeeping. *Digital Journalism*, 6(3), 274-293. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1343648>