

III. APROXIMACIÓN TEÓRICA

3.1. Fuentes de información

Sin lugar a dudas, el proceso productivo de la información televisiva comienza en el momento en el que tiene lugar el suceso susceptible de ser noticia y su realidad llega hasta la redacción de informativos. ¿Cómo llega la información al medio?; ¿porqué se seleccionan unos acontecimientos y no otros?; son preguntas que ya han sido contestadas y analizadas por diversos teóricos de la comunicación desde más de una perspectiva o centrando la atención en uno u otro aspecto del proceso de producción de la noticia. En nuestro caso particular, donde nos centramos en la aplicación práctica de Internet como herramienta de transmisión de esta información -origen o complemento de las noticias-, hemos considerado imprescindible acotar el ámbito de trabajo y de estudio de la investigación, presentando, a su vez, los criterios propios que se han tenido en cuenta a la hora de analizar la red en relación a las fuentes de información.

El punto de partida es la aceptación que las relaciones entre el periodista y sus fuentes son la consecuencia directa de la aplicación de una rutina diaria de trabajo, donde *“los canales de recogida del material están profundamente estructurados en función a valoraciones sobre su noticiabilidad, y en su funcionamiento acaban subrayando o reforzando los criterios de importacia”* (Wolf, 1991:250). Una rutina productiva que prioriza el uso de unas determinadas fuentes y discrimina negativamente otras, y que depende tanto del medio en el que se trabaje, como de la actitud del periodista hacia unos canales de información u otros.

3.1.1. Las rutinas productivas y las fuentes de información

Las rutinas productivas son *“pautas de comportamiento consolidadas en la profesión, asimiladas por costumbre y habitualmente ejecutadas de forma mecánica, que están presentes en todo el proceso de producción informativa”* (Tuñez, 1999:148). Se trata de un ejercicio constante de repetición de esquemas de trabajo que simplifican la tarea diaria del periodista, ya que eliminan los pasos intermedios y las pausas innecesarias en la realización de determinados procesos. Para Giovanni Cesareo son la aplicación del *“sentido común periodístico”*, un producto de la *“sociedad capitalista”* que pretende ahorrar tiempo en la confección de la noticia, y con ello dinero, al no necesitar invertir más medios que los imprescindibles en cada pieza informativa. *“Esta práctica productiva actúa ciertamente dentro de determinadas*

condiciones materiales, en presencia de determinados instrumentos técnicos, según una cierta organización del trabajo, de acuerdo con ciertos tiempos de trabajo, en el respeto de una precisa estructura jerárquica de las relaciones. Y esto vuelve **productivos** determinados criterios de elección, determinadas **rutinas**, el uso de determinados códigos, valores y estilos” (Cesareo, 1986:14).

En el ámbito de la comunicación, este “sentido común” que señalaba Cesareo se simplifica en un proceso realmente escueto en pasos, aunque complejo en las implicaciones que tiene más allá de la noticia. Así, como señala Mauro Wolf, “*las fases principales de la producción informativa cotidiana, es decir, las que se dan en todos los aparatos y más inciden en la calidad de la información son tres: la recogida, la selección y la presentación*” (1991:248-249).

En los diferentes estudios sobre rutinas productivas en los medios de comunicación, esta simplificación de las etapas de la producción es compartida por la mayoría de autores, aunque hay diferencias de criterios o de exposición a la hora de describir el proceso global.

Así, para Philip Schlesinger los pasos de producción informativa televisiva son:

- Planificación del Boletín: selección, ordenación y tratamiento.
- Subedición y escritura.
- Confección del boletín como un producto global.
- Proceso de edición.
- Proceso de datación.
- La hora previa a la transmisión.
- Transmisión (Schlesinger, 1978:56 y ss).

Para este autor, la rutina de producción es un proceso estático que incluye la confección del informativo como parte de una cadena de montaje precisa, que gira alrededor del concepto de la noticia del día. Cada paso del proceso de producción es importante en sí mismo y tiene una función determinante en el resultado final del informativo. Destaca la presentación y análisis de “la hora anterior a la transmisión”, ya que es el primer autor que hace especial hincapié en este punto de las rutinas productivas, subrayando los nervios previos a la emisión y los cambios de última hora. Éste es el periodo donde la precipitación puede conducir a que se comentan más errores e imprecisiones; en el momento en el que la rutina debe ser más observada, es precisamente

cuando menos se respeta, ya que, por ejemplo, a veces el tiempo para contrastar una información de última hora es nulo.

Respecto a las fuentes de información nos ofrece un panorama desordenado en el que se mezclan los periódicos o las agencias de noticias, como partes esenciales en la recogida de datos, con los corresponsales u otras fuentes diversas -sin especificar cuáles-, aunque destaca el hecho que son "*toscas pero eficaces*" (Schlesinger, 1978:133).

Para Golding y Elliot los elementos del ciclo de producción del informativo son cuatro:

- Planificación.
- Recolección.
- Selección.
- Producción (Golding y Elliot, 1979:92).

"Como en cualquier industria la producción de noticias es una secuencia de composición de materias primas, procesándolas en un producto y distribuyendo el producto en un mercado determinado" (Golding y Elliot, 1979:90). Aunque en el caso de la televisión, según los autores, la tecnología y las necesidades específicas de la televisión hacen que estas rutinas sean más pasivas y con una producción mucho más orientada a las características del medio que en los periódicos. Por ello, la etapa de planificación, en la que se fijan los hechos noticiosos que serán cubiertos o se distribuyen los medios técnicos para la cobertura de los temas del día, adquiere especial interés. Desplazar una cámara para registrar imágenes o incluso enviar una unidad móvil para cubrir la noticia en directo implican una movilización de personal, un despliegue técnico y una inversión en recursos económicos, que necesariamente obligan a la dirección/producción de la empresa a establecer una rutina muy cuidadosa de preselección de informaciones a cubrir. Estos condicionantes determinan que la red de fuentes y su credibilidad alcancen una importancia máxima en la etapa de planificación descrita por Golding y Elliot.

Para Villafañe, Bustamante y Prado el proceso del <newsmaking> se agrupa en tres fases:

- Recolección: uso y credibilidad de las fuentes.
- Selección: grados de intervención y criterios.
- Presentación (Villafañe, Bustamante y Prado, 1987:134 y ss)

Estos autores destacan los aspectos más negativos de la producción en serie: “Los principios de máxima eficacia y mínimo costo y su corolario, la rutinización de las tareas, la división y especialización del trabajo, han penetrado profundamente en los procesos informativos, de forma que hasta la improvisación, reducida a su mínima expresión, tiene sus técnicas, su lugar previsto. Los medios se muestran pues como fábricas de noticias” (Villafañe, Bustamante y Prado, 1987:146). Por ello, las empresas de comunicación priorizan el beneficio económico y la uniformización del producto, resultado de la aplicación de unas rutinas productivas rígidas, desplazando a la experiencia o la intuición del periodista, para quien es mucho más cómodo trabajar en base a datos facilitados por las agencias o las notas de prensa que aplicar los criterios tradicionales de investigación y contrastación de diversas fuentes de información.

El estudio de las rutinas de producción informativa también ha sido objeto de investigación en tesis doctorales, de las que queremos destacar las realizadas por Rosa María Martín Sabarís en la Universidad del País Vasco y la de Jesús Sainz del Olmo en la Universidad Autónoma de Barcelona. Así, para Martín Sabarís el esquema de producción televisiva se estructura en tres pasos:

- Recogida de información.
- Selección de la información.
- Elaboración y presentación de las noticias (Martín Sabarís, 1996:164-308).

Una clasificación muy cercana a la del ámbito anglosajón expuesto hasta el momento, y en la que incide subdividiendo cada una de las etapas en función a la manipulación de imagen o a la redacción del texto. Además diferencia entre la recogida, selección y elaboración de los temas y noticias que conforman el informativo, y la recogida, selección y elaboración de los datos e imágenes dentro de la noticia. De esta manera establece dos niveles distintos dentro de las rutinas de producción del informativo: uno dependiente del editor o director del producto y otro propio del redactor de base que se encarga de producir las piezas informativas. Gracias a esta subdivisión, el estudio de la aplicación real de las fuentes de información se desarrolla en exclusiva sobre los redactores encargados de cada noticia individual, mientras que el análisis relativo a la selección de los temas y a las inferencias externas que se producen sobre el informativo global se efectúa en el plano propio de la dirección de redacción.

Por su parte Jesús Sainz establece diez pasos en la producción de la noticia:

- Documentación.
- Selección.
- Verificación.
- Redacción.
- Tratamiento periodístico.
- Montaje.
- Supervisión.
- Edición del informativo.
- Presentación.
- Realización del informativo (Sainz, 1995:154-182).

La segmentación del informativo en un mayor número de etapas permite a su vez la profundización en el estudio de cada una de ellas, para poder, así, llegar a conclusiones más completas de cada uno de los aspectos analizados. En el caso particular de este autor, el análisis se centró en la aplicación directa de la Redacción Informatizada en cada una de las etapas de producción del informativo, para poder establecer los cambios en las prácticas diarias de los profesionales de la emisora Canal 9. Es gracias a esta especialización de la segmentación de las rutinas que Jesús Sainz diferencia el uso de las fuentes de información en dos etapas, en la de documentación y en la de verificación, estableciendo de esta manera dos categorías diferentes en el uso de las fuentes, ya sea para originar la noticia que se va a tratar, o para verificar o complementar los datos una vez que ha sido seleccionada para formar parte del informativo. La realidad cotidiana de una redacción de informativos nos ha demostrado que muchas veces hay temas que superan con éxito la primera etapa de selección, expuesta por el autor, pero que no llegan a formar parte del informativo diario una vez que han sido confeccionados, a veces por la existencia de una segunda etapa de selección, producto de la sobreabundancia de información, y otras por la falta de tiempo de emisión una vez se ha iniciado la transmisión del mismo. Señalar también que en ocasiones las etapas de documentación y verificación pueden llegar a superponerse cuando la premura de tiempo o la escasez de información obligan a trabajar contra el reloj y con medios a veces insuficientes.

La aplicación de una rutina a la práctica profesional es inevitable. El periodista que se enfrenta a la necesidad diaria de cubrir un acontecimiento o de continuar un reportaje determinado adopta pautas profesionales de la misma manera que el ser humano en su

actividad cotidiana se rige por pautas de comportamiento. El profesional que llega a la redacción de informativos tiene forzosamente que informarse de la noticia que va a cubrir, registrar unas imágenes, escribir un texto, editar una pieza, etc. La cuestión es saber adoptar los aspectos positivos que la aplicación de una rutina aporta al trabajo, como la economía de tiempo y de recursos, y evitar caer en vicios que denoten una falta de profesionalidad, como obviar la contrastación de una determinada información sólo porque la fuente sea oficial. Destaca, por ejemplo, la amplia cobertura informativa que el 5 de febrero del año 2000 tuvo el caso de una paliza a una joven en la Plaza de Cataluña por parte de un grupo skin, hecho que nunca se produjo a pesar de tener su origen la información en el Jefe de la Policía Nacional de Barcelona. Si bien, no podemos establecer un paralelismo igual al de una cadena de montaje en el que cada uno de los pasos de producción son imprescindibles para llegar al producto final, si es verdad que, a la hora de aplicar un método de trabajo, el periodista ha establecido unas pautas seguidas por igual en todos los medios. Insistimos, pues, en que la aplicación de un "sentido común" general o de la experiencia profesional conducen a la repetición de unos determinados esquemas de trabajo -más o menos rígidos, según el medio y el profesional- que por una parte significan un ahorro importante de tiempo, pero, por otra, pueden suponer la pérdida de las funciones tradicionales del periodismo.

Son muchos los autores que han tratado el tema y somos conscientes que dejamos atrás clasificaciones como la de Armand Balsebre (1993) o la de Ivor Yorke (1987), pero el objetivo de esta exposición de las diferentes clasificaciones de rutinas productivas dentro del informativo televisivo es señalar como hecho aceptado por la comunidad académica que hay un proceso rutinario de producción, y que *"la realización práctica de este proceso puede variar mucho, dado que los criterios que lo determinan son numerosos, jerarquizados entre sí y flexibles, aunque acaban generando costumbre y rutinas consolidadas"* (Wolf, 1991:259).

En todas las clasificaciones el punto de partida de la producción informativa es la recolección de la información: *"Recoger información es la primera fase de la producción y el primer paso de esa recogida se da a través de la red de fuentes y escenarios -en algunos casos coincidente- de cada medio y a través de la ronda diaria de contactos"* (Tuñez, 1999:28). El elemento clave en la etapa de recolección son, pues, las fuentes de información.

3.1.2. Categorización de las fuentes de información

La definición de fuente varía según el autor que la estudie, aunque sustancialmente la mayoría de los conceptos son coincidentes¹³¹. Por fuente de información, sucintamente, se puede entender todo aquel emisor de datos del que se sirve el profesional de los medios de comunicación para elaborar el discurso narrativo -y visual en el caso de la televisión- de su producto informativo.

Las fuentes de información son diversas y variadas, susceptibles a distintos tipos de clasificación, es por ello que vamos a establecer una categorización lo más genérica posible, que nos facilite *a posteriori*, en el apartado de análisis de los informativos diarios de TV3, su extrapolación tanto al medio Internet, como a la rutina diaria de producción informativa observada en nuestro periodo de estancia en la redacción de informativos.

Es importante saber que en función a las fuentes utilizadas se determina el contenido del producto informativo final. Por ello, el estudio de las fuentes de información es consustancial a cualquier investigación que tenga por objeto las rutinas productivas de los medios de comunicación. Conocer las fuentes de las que dispone el medio, las que habitualmente utilizan los profesionales y las que finalmente sirven para la confección definitiva de la noticia, nos ayuda a comprender cada medio y cada proceso de rutinización de la producción informativa. En nuestro caso es imprescindible establecer cuáles son las fuentes que surten a la redacción de TV3 para poder estudiar y analizar la introducción de Internet como una herramienta más y su aplicación como fuente de información.

Queremos diferenciar entre lo que vamos a considerar fuentes y las diferentes clasificaciones que se pueden hacer de las mismas. Necesitamos un listado de fuentes habituales que nos permita diferenciar su uso y tabular los datos obtenidos en nuestra observación, de la misma manera que precisamos clasificar las fuentes en función a sus características más representativas para poder profundizar en el análisis de la aplicación de las mismas.

¹³¹ Para definición de fuente véase: Moles, 1975; Altheide, 1977; López Zuano, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1983; Strentz, 1983; Cesareo, 1986; Wolf, 1987; Villafañe, Bustamante y Prado, 1987; Casasús, 1988; Fagoaga, 1988; Borrat, 1989; Ericson y Baranek, 1989; Fernández del Moral, 1993; Fontcuberta, 1993; Carrizo, 1994; López López, 1995; Martín Vega, 1995; Martínez Vallvey, 1996; Oliva y Sitjà, 1996; Torres, 1999; Tuñez, 1999.

Así, partimos de la enumeración de fuentes generales que hacen Villafañe, Bustamante y Prado (1987:56), para establecer nuestro propio listado, al cual sumamos la FORTA, tal y como señala Martín Sabarís (1996:171) al tratarse TV3 de una emisora autonómica incluida en esta red de intercambio de imágenes, información y recursos. Además, hemos añadido a las Organizaciones No Gubernamentales, como parte del listado de fuentes de información ya que se han instituido como un elemento clave en la sociedad actual y a veces son los únicos interlocutores válidos para conocer situaciones e informaciones muy diversas. Incluimos en las ONG aquellas organizaciones sociales que sin tener un fin humanitario como objetivo principal, forman parte del colectivo por su propia definición, tal como la Asociación de Amigos del Raval.

Finalmente, aclarar que de la propuesta de Villafañe, Bustamante y Prado hemos eliminado la agenda de previsión de noticias del medio, ya que del total de las noticias allí recogidas -en nuestro periodo de observación- pudimos conocer su origen en alguna de las otras fuentes; por ello, cuando un ítem pasa a formar parte de la agenda y es posteriormente cubierto por el medio, consideramos el origen de la información la fuente de procedencia que determina que pase a formar parte de las previsiones. Con esto no estamos desestimando la importancia que tiene dentro del proceso de las rutinas de producción la consecución de una agenda del medio donde se prevean qué noticias tienen interés o trascendencia para ser cubiertas por la redacción. Nuestro objeto de estudio se focaliza en las fuentes de información, no en los pasos que haya sufrido una noticia desde su origen y hasta su realización informativa, por ello de los ítems integrantes en la agenda hemos seleccionado la fuente de origen y sus características y no el hecho de que su cobertura estuviera prevista con antelación. Así, por ejemplo uno de los ítems de la agenda de previsiones, durante la semana de julio de 2000 en la que estuvimos en la redacción de informativos, fue el Congreso General del PSOE, pero consideramos como fuente de información de procedencia de ésta información la nota de prensa que remitió el gabinete de comunicación del partido al jefe de la sección de política en los días previos a la celebración del mismo.

También hay que destacar que noticias contenidas por la agenda de previsiones no llegan a cubrirse por sobreabundancia informativa en el día de la previsión, o incluso pueden cubrirse pero no emitirse por no ser seleccionados en el *Consell de Redacció*, o caer a última hora de la escaleta del informativo. Así, por ejemplo pasó con la reunión del 19 de julio de 2000 entre el Ministro de Fomento, Francisco Álvarez Cascos, y el alcalde de

Barcelona, Joan Clos, prevista en la agenda del medio, cubierta por un equipo de ENG y que finalmente cayó de la escaleta a última hora dado en un día de sobreabundancia informativa se priorizaron otras noticias.

Teniendo como referente que el sujeto receptor, en nuestra investigación, es el medio televisivo, queda claro que todas y cada una de las fuentes pueden serlo en mayor o menor medida tanto de suministro de datos informativos como de imágenes. Distinguimos entonces las siguientes fuentes de información:

- 1. Agencias de noticias
- 1. Delegaciones y corresponsalías
- 1. Testigos e implicados
- 1. Documentación
- 1. FORTA
- 1. Medios de comunicación
- 1. Gobierno e instituciones
- 1. Partidos Políticos
- 1. Patronales
- 1. Sindicatos
- 1. ONG
- 1. Expertos
- 1. Otras fuentes

“Podemos hacer abundantes clasificaciones de las fuentes en función de los diversos puntos de vista que adoptemos” (Martínez Vallvey, 1996:61). Encontramos que la mayoría de las categorizaciones establecidas sobre fuentes de comunicación se basan en los mismos criterios de análisis, aunque a veces no son coincidentes en la denominación genérica o en la subdivisión de las mismas. Las diferentes clasificaciones de fuentes de información que vamos a analizar respecto a nuestro objeto de estudio se establecen según los parámetros de relación con el medio de comunicación o el contenido de la información.

3.1.2.1. Fuentes según la relación al objeto de conocimiento

La división más extendida de la tipología de fuentes es aquella que distingue entre fuentes primarias y secundarias, donde la diferenciación se basa en la relación con el objeto de conocimiento (Borrat, 1989; Fernández del Moral, 1993; Carrizo, 1994; Martín Vega, 1995). Así, fuente primaria es aquella que está informada por su propia participación en el hecho noticiable, como parte (participante) o como testigo (observador directo) de lo que ha ocurrido. La información ofrecida por la fuente primaria no ha sido sometida ni a la interpretación ni a la condensación. Por su parte, la fuente secundaria sería el elemento que interpreta, pone en contacto y analiza las fuentes primarias. La información que ofrece esta tipología de fuentes ha sido sometida a la interpretación, reorganización, condensación y descripción de los hechos. Esta clasificación de fuentes es una de las más valiosas, puesto que nos permite distinguir el grado de manipulación al que ha sido sometida la información antes de llegar al periodista y ofrecerse a la audiencia.

3.1.2.2. Fuentes según el rol de relación

Una segunda clasificación de fuentes es la que hace referencia a su rol respecto al medio, en relación a la actitud que demuestran a la hora de comunicar la información de la que disponen. Así Herbert Gans (1979:117) diferencia entre “*reacias, agradables e impacientes*”; Giovanni Cesareo (1986:73) simplifica la división entre “*activas*” y “*pasivas*”; mientras que la clasificación quizás más completa en referencia a este parámetro es la que nos ofrece Héctor Borrat (1989:56) para quien “*la actitud más reacia a comunicar información corresponde a la fuente resistente; sin llegar a bloquear el acceso, opone fuertes obstáculos, restricciones y reticencias a quien busca en ella información. Por el contrario, la fuente abierta no opone resistencia; pero tampoco asume la iniciativa: necesita ser buscada para que comunique la información. La fuente espontánea asume ella misma la iniciativa de informar al periódico. La fuente ávida adopta igual actitud pero con una carga de intensidad y urgencia mayor. (...) La fuente compulsiva toma la iniciativa con tantos recursos estratégicos de su parte como para obligar al periódico a comunicar su información.*”

Esta clasificación especifica no sólo la necesidad que tiene el medio de recurrir a las fuentes, sino la que tienen a su vez las propias fuentes por salir reflejadas en el medio. De un lado, que se le facilite la información al medio con la que confeccionar la pieza informativa es imprescindible; la posibilidad de contrastar y de profundizar en la noticia

permite construir discursos de mayor calidad. Por otro lado, para aquellas fuentes activas que proporcionan información es importante que su contenido sea difundido, entre otros muchos condicionantes por una cuestión de prestigio y reputación, al aparecer en los medios de comunicación ganan en credibilidad y reconocimiento social.

Esta simbiosis que se produce entre las fuentes y los periodistas nos lleva a una situación paradójica, *“la noción de otorgamiento de categoría supone un proceso cíclico que sería más o menos así: como una fuente noticiosa es citada en el periódico refiriéndose a determinado asunto, esa fuente gana un mayor reconocimiento y prestigio; a raíz de ese mayor reconocimiento y prestigio, los reporteros buscan a la fuente informativa para que opine cuando ese asunto se plantea otra vez”* (Strentz, 1983:103). La fuente busca ser reconocida y citada por diversos medios, así, gana en credibilidad y prestigio; por ello, tiene más posibilidades de volver a ser utilizada, ya que es ese reconocimiento el que buscan los profesionales para recurrir de nuevo a una fuente, dado que parte de este prestigio se reconduce al medio.

De estas clasificaciones de fuentes respecto a la actitud de las mismas en relación al medio, utilizaremos la de Cesareo, activas y pasivas, sin diferenciar en la gradación de actitudes dentro de cada uno de estos parámetros. Simplificamos al concepto de si es la fuente la que busca al medio, o el medio el que busca la fuente. Con esto queremos analizar no tanto el rol de las fuentes, sino el de los periodistas, para ver si dentro de sus rutinas la búsqueda de información continúa siendo un elemento importante o si han pasado a ser meros receptores de información para su procesamiento y posterior difusión.

3.1.2.3. Fuentes según el origen de la información

Otro factor importante es la diferenciación entre la fuente de procedencia de la noticia y las diferentes fuentes que se consultan para la confección de la misma: *“el origen de esta información, que no siempre son las agencias de prensa, es lo que vamos a denominar procedencia de las noticias. A partir de esta información de carácter semántico, la noticia seleccionada va a adquirir cuerpo, va a elaborarse con miras a una difusión de masas. Para realizar este proceso, los redactores se servirán de distintas fuentes de información, que no coinciden en todos los casos con la procedencia”* (Villafañe, Bustamante y Prado, 1987:55).

Diferenciaremos entre fuentes origen de la información y fuentes complementarias de la misma; de qué fuentes nace directamente la noticia, y cuáles sirven para

complementarla y contrastarla. Puede suceder que distintas fuentes generen simultáneamente el mismo ítem informativo, pero que el periodista tenga acceso en primer lugar a una de ellas y posteriormente consulte las otras fuentes como complementarias. En este caso, será la observación de la práctica profesional de los periodistas la que determine que cada una de ellas se englobe en una u otra denominación.

3.1.2.4. Fuentes según el nivel de acceso

Otra clasificación de las fuentes de información se establece en función a la exclusividad del uso de la fuente, así las hay exclusivas del medio y compartidas. (Borrat, 1989:55; Martínez Vallvey, 1996:61). De nuevo el concepto de prestigio forma parte de las características de descripción de esta categorización. Para el medio de comunicación es garantía de reconocimiento el poder ofrecer una información en exclusiva que proviene de una fuente de la que tan sólo ese medio puede beneficiarse. A veces, no se trata de la exclusividad de la información, pero sí de la fuente, que puede tener complementos de valor añadido, tales como la oferta de datos diferentes a los que posean otros medios o la posibilidad de dar la primicia al conseguir por esta vía la información antes que los demás medios de comunicación. Si bien, la tónica general de las fuentes es ser compartidas por todos los medios de comunicación esperando que sus informaciones tengan mayor difusión, hay fuentes en exclusiva que se basan en esta característica para asegurarse su presencia (o influencia) en un medio determinado, al ofrecer a su información el valor añadido de ser su medio receptor el único que va a disponer de una determinada información.

3.1.2.5. Fuentes según la frecuencia de contacto

Otra característica que nos sirve para clasificar las fuentes es la temporalidad de la relación de la fuente con el medio. Podemos diferenciar entre fuentes permanentes y fuentes temporales (Martínez Vallvey, 1996:62), o como las denomina Mauro Wolf (1991:254) estables o provisionales. Las fuentes permanentes o estables son aquellas que mantienen relaciones fijas con el medio, como por ejemplo una agencia de noticias. Las fuentes temporales o provisionales son las que se relacionan sólo durante un cierto periodo de tiempo o lo que dure la cobertura de un tema informativo concreto. Dentro de las fuentes temporales podemos diferenciar entre aquellas que han sido utilizadas una única vez, y aquellas a las que, sin llegar a ser permanentes, se recurre más de una vez. Por ejemplo, en el caso de un crimen pasional sucedido en Barcelona en octubre de 2000, el

redactor que cubrió la noticia utilizó como fuentes a un testigo visual y a un psiquiatra experto en violencia doméstica; el testigo visual es una fuente temporal de una única vez, sería demasiada casualidad que se necesitara volver a recurrir a esa fuente para la cobertura de otra noticia; mientras que el psiquiatra es una fuente temporal recurrente, no se establece una relación de estabilidad en el uso de esta fuente como sucede con las agencias o gabinetes de comunicación, pero el redactor puede volver a utilizarla para otra noticia similar.

3.1.3.6. Fuentes según su influencia

El poder de las fuentes es otra de las características que nos ayudan a clasificarlas. Herbert Gans (1979:117) diferencia entre aquellas que tienen o no tienen poder, ya sea para presionar al medio o para manipular la misma información. Por su parte Hector Borrat (1989:59) no se refiere al poder como instrumento de peso de la fuente, sino en la situación respecto al poder en la que está la fuente, diferenciando entre gubernamentales y no gubernamentales. Éstas las subdivide a su vez, de manera que dentro de las fuentes gubernamentales encontramos las oficiales y las oficiosas, mientras que dentro de las no gubernamentales están aquellas cercanas al gobierno y las fuentes de la oposición. Aunque la definición de Borrat es muy completa, limitar las fuentes con poder a las fuentes gubernamentales es reducir el número de aquellas con influencia sobre los medios. Entendemos, pues, el poder en su sentido más amplio, no sólo como detentor de influencia política, sino también social y económica. Así, instituciones como la Iglesia o empresas como La Caixa son fuentes poderosas en el ámbito de la comunicación con capacidad para incidir sobre el medio y la información que se difunda, y deben ser tenidas en cuenta.

El poder de las fuentes es uno de los elementos de análisis que con mayor asiduidad se ha utilizado en el estudio de las fuentes de información. La concepción de la prensa como “cuarto poder” y su capacidad de influencia sobre la opinión pública han consolidado la creencia de determinadas fuentes de la importancia de que sea su versión de la información la que llegue a la audiencia. Con este tipo de fuentes se establece además la necesidad de mantener una relación cordial por parte de la empresa y de los redactores, ya que suele ser mayor la dependencia del periodista respecto de la fuente para conseguir información que no a la inversa, dado que las fuentes con poder pueden difundir sus mensajes a través de otros medios, como por ejemplo la publicidad pagada.

3.1.2.7. Fuentes según grado de institucionalización

Otro baremo para clasificar las fuentes sería aquel que las distingue según su grado de implicación institucional con el ítem informativo. En función a esta variable distinguimos entre fuentes oficiales, aquellas directamente relacionadas con la producción de la información -desde un gobierno a un ayuntamiento, desde una asociación a una ONG- y fuentes no oficiales, las que aun teniendo su propio punto de vista o datos que aportar sobre el suceso no están ligados a su origen o carecen de una autoridad reconocida.

La misma naturaleza de las fuentes oficiales suele caracterizarlas como vehículos de una información veraz, fiable y dotada de credibilidad, aunque es el periodista, evidentemente, quien con su experiencia cimentada en la práctica diaria establece cuáles de estas fuentes merecen su confianza. Como especifica Herbert Gans este tipo de fuentes, en situaciones de autoridad o responsabilidad no pueden permitirse mentir, ello hace que el periodista recurra habitualmente a ellas, cimentando así su propia credibilidad (Gans, 1979:129).

3.1.2.8. Fuentes según su identificación

Finalmente podemos establecer una categorización en función a la confidencialidad de la fuente: hay fuentes públicas y fuentes anónimas. Por fuente pública entendemos aquellas que pueden identificarse y definirse como origen o complemento de la información. Por otro lado, las fuentes anónimas son las que no podemos publicitar, que forzosamente han de quedar ocultas en el proceso de recolección informativa. El uso de las fuentes anónimas está justificado cuando ésta prefiere preservar su anonimato para protegerse de eventuales consecuencias negativas. El respeto al anonimato de la fuente está garantizado por el desarrollo del secreto profesional y la clausula de conciencia, contemplados en los diferentes reglamentos internos de cada medio, y en el caso que nos ocupa en el *Estatut de Redacció* de TV3.

La presentación de una fuente como anónima, es decir, no citar el origen de los datos en la pieza informativa, no supone de ninguna manera que aquella no tenga credibilidad, o que encubra a una persona ajena a la información, sino que en la mayoría de ocasiones es un recurso para no señalar directamente a la persona de confianza del

periodista que le ha suministrado los datos y que suele estar vinculada al ítem informativo.

Por otra parte, el periodista que desvela la fuente anónima, que ha depositado en él su confianza, corre el riesgo de perder no únicamente la fuente que ha publicitado, sino su propia credibilidad y otros posibles informadores a los que ya no podría ofrecer la garantía del anonimato.

Hasta aquí las clasificaciones que hemos recogido como parte de la investigación sobre las fuentes de información en relación a las rutinas productivas de TV3. Son clasificaciones abiertas y no excluyentes, de manera que cada una de las categorías que recogimos en nuestro listado de fuentes genéricas al medio puede analizarse en función de cualquiera de ellas. Todas y cada una de las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias, activas o pasivas, de origen o complementarias, exclusivas o compartidas, permanentes o temporales, con poder o sin poder, oficiales o no oficiales, anónimas o públicas.

3.1.3. Red de fuentes

“La fuente de las noticias es el mundo de la experiencia, que está formado por una sobreabundancia de acontecimientos. Desde que el periodismo se convierte, no sólo en una institución de las sociedades industriales, sino en el sistema de mediación más fuerte que haya existido nunca entre instituciones y ciudadanía, uno de los objetivos ha sido sistematizar la red de fuentes de información” (Fagoaga, 1988:143).

La abundancia de información supone la necesidad de establecer una serie de rutinas de relación del periodista con las fuentes, así como de realizar una selección previa de las fuentes que son útiles de aplicar a la práctica diaria, con la confección de una red de fuentes que puedan ser utilizadas por el global de la redacción.

Como ya señalamos anteriormente, el primer paso en las rutinas productivas de informativos es la etapa de planificación y recolección de información. Por ello, el profesional de los medios establece unas pautas de comportamiento estables donde la recogida de esta información es el objetivo principal: consulta a otros medios, lectura de partes de agencias, recogida de convocatorias o ronda de llamadas telefónicas. La rutina es

diferente según las necesidades del periodista; si ya tiene un tema asignado la búsqueda se centrará en fuentes concretas orientadas a la noticia que se ha de cubrir; mientras que aquél que no tiene aún un ítem informativo concreto sobre el que trabajar se dedica a una búsqueda más general, dentro de su especialización concreta; el objetivo es conseguir información de interés para el contenido del informativo.

Una de las consecuencias del establecimiento de esta práctica cotidiana ha sido la sistematización de una red de fuentes fijas a las cuales se tiene acceso. Las rutinas de relación con las fuentes son el resultado de la aplicación de la experiencia previa del trato del periodista con la fuente en sí. Para éste es fundamental en determinadas situaciones tener acceso rápido y fiable a una información concreta, pero la búsqueda en la oferta total de fuentes que estarían a su alcance sería interminable. Esta es la razón por la que de cada medio -y a su vez cada periodista- establece su propia red de fuentes, en base a la experiencia de relación que ha tenido con cada una de ellas. Una fuente que se ha mostrado como eficaz y rápida y que ha ofrecido una información de calidad, tiene más probabilidades de volver a ser utilizada que otra que haya podido dar información falsa, que haya sido demasiado lenta al ofrecer la información o que intentara manipular al periodista para conseguir un objetivo concreto. *“La selección previa de las fuentes se convierte, en el proceso de producción periodística, en una fase clave para materializar una oferta informativa veraz, seria, honesta y profunda”* (López López, 1995:36).

En cada medio se puede observar la existencia, de como mínimo, dos redes de fuentes que funcionan en paralelo, pero pudiendo coincidir en diversas fases del proceso productivo de la información. Existe, por un lado, la red que la propia empresa pone a disposición del periodista, esto es, los servicios que la dirección compromete para formar parte del acceso cotidiano de sus profesionales a las fuentes. El elemento principal de esta red son, evidentemente, las agencias, pero también hay que tener en cuenta los expertos periódicamente consultados, o los delegados e informadores puntuales a sueldo de la empresa.

Una segunda red, subsidiaria y complementaria de la primera, es la que teje el propio profesional a lo largo de sus años de experiencia. Contactos, expertos, profesionales de diversos ámbitos, que el periodista ha ido incluyendo en su agenda y que acaban configurando un panel de fuentes fiables de acceso rápido y personal, fundamentales para diferenciar su producto informativo final del de otras empresas o profesionales. Es

evidente que existen tantas redes subsidiarias como profesionales integran una redacción y que, por tanto, cada una de ellas puede en un momento dado retroalimentar a las demás. Además, cada nueva información a cubrir representa, o puede representar, un nuevo aporte de fuentes que nutra la agenda general del medio y que pueda ser aprovechada en una futura noticia.

3.1.4. Consolidación de nuevas fuentes

Aunque la propia dinámica de la rutina de producción en relación a las fuentes, hace difícil la ampliación de la red de fuentes, del medio o del periodista, hay una serie de factores que hacen que nuevas fuentes puedan consolidarse en la rutina diaria, o que fuentes recurrentes dejen de serlo. Como las rutinas se caracterizan por ser hábitos fuertemente arraigados en la práctica cotidiana, no es fácil para una fuente pasar a formar parte de los recursos del periodista, por el contrario, es relativamente fácil prescindir de un cauce de información cuando no responde a los criterios de fiabilidad y credibilidad que se le exigen.

Según Herbert Gans (1979:129) las características que debe cumplir una fuente para ser elegida por el periodista como parte de la red que éste consulta son: un pasado adecuado, es decir, que en el pasado ofreciera buenas historias al periodista; productividad, entendida como la capacidad de ofrecer el mayor grado de información con el menor uso de personal y de esfuerzo por parte del medio; credibilidad, que el contenido de su información sea veraz, que incluso sea prescindible la contrastación de los datos; honradez, que se trate de una fuente que siempre diga la verdad, aunque reconoce que el periodista, a veces, puede tener problemas para diferenciar qué fuentes cumplen este requisito; autoridad, dado que aquellas fuentes en situaciones de responsabilidad no pueden permitirse mentir; y capacidad de expresión, sobretodo para el medio televisivo, puesto que es importante que se les entienda al hablar. Cabe matizar que esta última característica sólo es exigible en el caso que creamos necesario utilizar parte de una entrevista o el testimonio directo de la fuente.

Por su parte Giovanni Cesareo (1986:70) establece como parámetros imprescindibles para que una fuente se constituya como tal, que esté dentro de una estructura de poder, entendiéndola como fuente institucional; la capacidad que tenga para producir material que responda a las exigencias y a la lógica productiva del medio; y la

economía y productividad, que puedan ofrecer el máximo número de noticias utilizables en el proceso productivo.

Una fuente que cumple estos requisitos tiene más posibilidades de ser elegida por el periodista y de consolidarse como parte de la red de fuentes que otra carente de ellos. Podemos resumir que lo que un periodista exige a una fuente se concreta en dos conceptos, a su vez interrelacionados: veracidad y productividad. La veracidad porque compromete la credibilidad del mismo periodista, y además puede llegar a hacer innecesario el proceso de contrastación de la información (si el periodista confía en que la información de la fuente es completamente cierta no va a necesitar ratificarla), con lo que se ahorra tiempo de trabajo y aumenta la productividad, el periodista va a tener más tiempo para dedicarse a otras noticias o aspectos del informativo. Productividad, porque en un proceso que tiende a serializar u homogeneizar (Villafañe, Bustamante y Prado, 1987) los productos y a comprimir la relación tiempo/trabajo, se busca la máxima eficacia con el mínimo costo, y una fuente que ofrece mucha -y buena- información les resulta altamente reentable.

Como medio de comunicación, TV3 no es una excepción al establecer estos criterios para la selección o exclusión de fuentes de información. En el año 1997 prescindieron del servicio de noticias internacional WTN al considerar que el perjuicio económico que les suponía estar adscritos a ella era superior al beneficio informativo que obtenían, si bien su veracidad era incuestionable, fallaba en el nivel de la productividad, dado que la mayoría de las informaciones que ofrecía ya estaban cubiertas por las otras agencias internacionales a las que está suscrito el medio, y, además, comprobaron que de todas a las que tenían acceso era la más lenta en ofrecer la información, y que en muy pocas ocasiones disponía de ítems informativos exclusivos. Por otra parte, se han consolidado fuentes, como la Oficina Periférica de Comunicación de la Guardia Civil o el *Centre de Comunicació dels Mossos d'Esquadra*, la primera por su capacidad de proporcionar información de calidad - imágenes y datos- sin costo económico alguno, y la segunda por tratarse de una fuente de nueva creación que ha demostrado tanto su veracidad como su productividad en relación al medio. Es interesante constatar cómo las fuentes policiales son el ejemplo perfecto de la diferente percepción por parte de los profesionales de la información de un mismo suministrador de noticias a lo largo de los años. En la etapa final del franquismo, cualquier periodista acogía con excepticismo los comunicados oficiales provenientes de los servicios de seguridad, y o bien se obligaba a leer entre líneas para intentar obtener datos veraces, o

bien, directamente los desechaba y contrastaba otras fuentes. En la actualidad, la situación respecto a este tipo de fuentes ha cambiado completamente; la información procedente de los gabinetes de prensa de las diversas instituciones policiales obtiene cada vez más credibilidad por parte de los informadores y se convierte muchas veces en la fuente exclusiva y no contrastada de las noticias relacionadas con el orden público. A ello han contribuido, evidentemente, la normalización de la situación política, pero también, la alta profesionalización de los gabinetes informativos de esas instituciones.

3.1.5. Profesionalización de las fuentes

Una característica, cada vez más común a las diversas fuentes de información, es la profesionalización de los interlocutores que han de tratar con los medios. *“Las fuentes -cada día más- están formadas por profesionales de la comunicación que atienden a los intereses de una entidad o institución”* (Martínez Vallvey, 1996:63). Los distintos gabinetes de comunicación o de relación con los medios, se han percatado de las ventajas de contar con periodistas en su plantilla. Estos profesionales conocen los condicionantes de los medios con los que tienen que tratar y facilitan la tarea de los propios periodistas ofreciéndoles la información de la manera más completa posible, a veces incluso redactada, ofertando imágenes de calidad sobre la noticia y, en definitiva, facilitando sobremanera el trabajo del redactor.

Unos de los últimos ejemplos de esta profesionalización de los gabinetes de comunicación es el protagonizado por la anteriormente citada Oficina Periférica de Comunicación de la Guardia Civil, donde para poder grabar con calidad sus operaciones han adquirido cámaras de formato profesional, y se han promovido cursos de formación de operador de imagen. En este caso particular, hasta hace pocos años el material audiovisual que esta oficina ofrecía no contemplaba los requisitos mínimos para poder ser emitido, de manera que se utilizaba exclusivamente en casos excepcionales derivados de la propia naturaleza del suceso. En la actualidad las imágenes que la OPC ofrece a los medios tienen una calidad completamente profesional lo que hace más atractivo su uso.

Los periodistas que pasan a formar parte de los distintos gabinetes de comunicación suelen ser profesionales que ya cuentan con una trayectoria en los medios. *“Las fuentes que cuentan como encargados de prensa con periodistas provenientes de un medio, gozan (...) de mayores posibilidades de ver recogidas sus actividades en los informativos de ese medio”* (Martín Sabarís, 1996:210). Se establece una simbiosis donde, la relación previa

establecida por el trabajador que del medio pasa a la fuente, facilita el acceso a la información que precise el medio, dado que es un antiguo compañero el encargado de facilitarla, y promueve la difusión de la información que quiera publicitar la fuente, puesto que es un antiguo compañero el encargado de difundirla. En el caso de TV3, de los profesionales que han pasado a la plantilla de distintos gabinetes de comunicación, destacan Jordi Gutiérrez, antiguo delegado de *Televisió de Catalunya* en Madrid, que forma parte de la Oficina de Prensa de la Casa Real o Carmen Roldán, que pasó de especialista en sanidad de la sección de sociedad de los informativos a la jefatura de prensa de la Diputación de Barcelona. Un caso a la inversa es el protagonizado por Carme Ros, reciente incorporación a los servicios informativos de TV3 y anteriormente responsable del servicio de prensa del Col·legi d'Advocats de Barcelona.

No se debe obviar que esta profesionalización de las fuentes conlleva el peligro de que el periodista no sepa detectar los intentos de manipulación informativa por parte de la fuente, y que acepte la información, que le ofrecen de manera tan completa, como veraz y definitiva sin contrastar los datos que le facilitan. En estos casos, el texto redactado y las imágenes semieditadas pueden tentar a un periodista escaso de tiempo para contrastar los datos.

3.2. Internet, ¿fuente o canal de información?

Tanto en las referencias en prensa como en las menciones que se hacen sobre la aplicación de la red en las redacciones de informativos, Internet es presentada como una nueva fuente de información para el periodista. Ya hay cursos de formación orientados a los periodistas en los que se presenta como tal¹³², pero realmente debemos plantearnos si ésta es una fuente en sí misma o un canal de información que nos facilita y acerca a nuevas fuentes. ¿Qué es la fuente: Internet, entendida como la red soporte de la transmisión de información, o el elemento consultado en concreto a través de esta red?

“La red se presenta en los contenidos de la prensa de dos maneras: como tema de la actualidad periodística narrada y comentada y como sistema de fuentes de información sobre la actualidad periodística y su contextualización” (Borrat, 2000:277). Aparentemente Internet es ambas cosas, de un lado a través de la red se distribuyen en la actualidad miles de fuentes susceptibles de contener información útil para los periodistas, están a su alcance desde páginas web hasta bases de datos, obras de referencia, informes técnicos y científicos, y nuevos sistemas de obtención de información como los foros o el correo electrónico. Por otro, Internet en más de una ocasión se ha convertido en la protagonista de la información, adquiriendo una entidad propia como sujeto de la acción, y, por lo tanto, en la fuente de datos más directa al alcance del periodista para cubrir la noticia. En este aspecto Internet se equipara al medio televisivo, donde ya existía esta dualidad de canal y sujeto de la información. El hecho de que en más de una ocasión se haya informado sobre el medio televisivo o Internet como sujetos de la noticia les ha conferido esta categoría protagonista.

3.2.1. Definición teórica

En el análisis establecido sobre la aplicación de Internet a las rutinas productivas de informativos diarios en TV3, *Televisió de Catalunya*, hemos querido diferenciar esta dualidad de la red en relación a las fuentes de información. Hemos dedicado una atención especial a la relación que se establece entre la red y el global de las fuentes de información, donde Internet se perfila como *“un sistema de transmisión y de acceso formidable a un número incalculable de informaciones” (Wolton, 2000:112)*. Por ello, en nuestra investigación hemos considerado que se trata de una nueva vía de comunicación que abre el camino de acceso a

todo tipo de fuentes de información. Por otro lado, no queremos obviar la realidad en la que la red se establece como sujeto de la información, así, sin considerarla una fuente con entidad propia, sí que hemos considerado en nuestro estudio aquellas noticias que durante la observación tenían a Internet como protagonista.

“La relación fuentes/periodistas se ha servido siempre de la incorporación de los avances tecnológicos a los medios” (Tuñez, 1999: 199), Internet no había de ser la excepción. Se ha convertido en una de las herramientas más eficaces para mantener contacto directo con cualquier fuente de información, para localizar fuentes de difícil acceso, o para contextualizar y actualizar datos de cualquier tipo de noticia.

El periodista con la aplicación de los recursos que tiene a su alcance a través de Internet (correo electrónico, WWW, foros, chat, etc.) puede encontrar en la red cualquiera de las fuentes de información descritas en el apartado anterior: primarias o secundarias; activas o pasivas; de origen o complementarias; exclusivas o compartidas; permanentes o temporales; con poder o sin poder; oficiales o no oficiales; y tanto anónimas como públicas.

Una de las principales aportaciones de Internet, en relación a las fuentes, ha sido el aumento exponencial de los productores de información que están al alcance del periodista. Como ya dijimos respecto de la WWW, sólo en la web, podemos hablar de más de 550.000 millones de páginas disponibles para el navegante, a lo que habría que sumar las listas de distribución, foros, etc. Como señala Fernández Hermana la incidencia de Internet *“no consiste en multiplicar la información que procede de las fuentes conocidas, sino en la multiplicación de estas fuentes y en nuestra participación en este proceso” (1998b:378).*

Pero, Internet, no es sólo una herramienta útil por multiplicar el número de fuentes a las que el periodista puede recurrir, sino también por la variedad de las mismas y la oferta de fuentes que hasta ahora eran de difícil acceso. *“En la difusión del material en el ámbito periodístico, esta estructura ha creado un híbrido nunca existente en la historia de la comunicación: fuentes de todo tipo tradicionales, no oficiales e institucionales se unifican espontáneamente ofreciendo información diversa” (Pulcini, 1997:22). Incluidas en la denominación de “productores de contenidos” están las fuentes tradicionales utilizadas*

¹³² *Internet com a font d'Informació. Periodisme i Comunicació. Cursos avançats d'ampliació d'estudis. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. 2000*

por el redactor en la confección del informativo, tales como las agencias de información, pero también se hayan otras fuentes, en especial primarias y de origen, que hasta la irrupción de Internet en las redacciones de informativos estaban fuera del alcance del periodista.

Según Reddick y King “mayor acceso a más información solo puede llevar a un mejor periodismo. (...) Lejos de reducir el papel del reportero como filtro de la información, la explosión del acceso a un amplio rango de fuentes de información hace que su rol como informador tenga más valor. Los periodistas podrán desarrollar historias mucho más rápido. Y sobretodo, los reporteros serán los únicos en situación de sintetizar la información, proveniente de tantas y dispares fuentes de información, que sea relevante para sus lectores” (1995:14-15). Efectivamente, con la introducción de la red en las rutinas productivas del periodista aumenta el número de fuentes que puede consultar, y con ello, la posibilidad de contextualizar mejor la información o de confeccionar la noticia con más rigor informativo; pero a su vez, al ser mayor la oferta, la búsqueda de fuentes se intensifica y se hace más difícil la labor de selección.

De un lado, la diversa y múltiple cantidad de fuentes se traduce en sobreabundancia de información; para el periodista “discernir la información relevante de la totalidad de la información disponible es cada vez más difícil. Cada vez hay que invertir más tiempo en buscar la información y en campos más diversos” (Folch, 1997:135). De otro, el periodista no debe olvidar que si bien “la información disponible sobre cualquier materia podrá ser enorme y actualizada, no tendrá ninguna garantía sobre su calidad o veracidad” (Carrera, 1998:194). Si bien es verdad que Internet impide la censura de los contenidos, también lo es que no hay un control de calidad. El anonimato que permite la publicación de información *on-line*, en cualquiera de sus recursos de distribución, es el principal inconveniente de la consulta de las fuentes en el medio digital, “Internet permite ir a consultar numerosos servidores, pero no garantiza que la información presente en estos servidores sea exacta” (Huitema, 1995:141). Por ello, para el periodista los conceptos de credibilidad y productividad, que señalamos al hablar de la consolidación de nuevas fuentes de información en las rutinas productivas, cobran protagonismo. “En la red, como en todas partes, hay buenas fuentes de información y otras menos buenas (...) se escogerá abonarse a tal o cual fuente electrónica porque se habrá podido apreciar la seriedad con la que su información es recogida y presentada” (Huitema, 1995:142-143).

Las rutinas de relación del periodista con las fuentes provenientes del medio electrónico son diferentes a las rutinas establecidas por los canales tradicionales. El redactor se enfrenta a la magnitud de información en la red, a la multiplicación de la oferta de fuentes disponibles, a la falta de una autoridad que determine la veracidad de lo publicado *on-line*, y a la limitación temporal que le supone su práctica diaria de selección de fuentes e información; por ello, más que nunca, es necesario conocer y aplicar correctamente los sistemas de navegación, y la repetición de una estructura de actuación eficaz ante el medio digital. “Con un volumen de información que será a efectos prácticos infinito, cada vez será más importante aprender a seleccionar la información. Por eso, saber utilizar con agilidad un buscador de Web, puede cambiar de una actitud de vértigo respecto a la inmensidad de Internet, por una de fascinación” (Folch, 1997:135).

Nora Paul, periodista de USA Online, describe la metodología de aproximación del periodista en su relación de trabajo con las redes telemáticas como un proceso de aprendizaje continuo. Para ella, es tan importante que el redactor sea capaz de localizar la idea de una historia en Internet, navegar con olfato periodístico para encontrar el lado original que hace de la información un punto de partida válido, como la localización específica de una fuente en concreto, diferenciando entre aquellas que representan un punto de apoyo para la contextualización y documentación de la noticia, como las fuentes primarias, expertos y bases de datos o estadísticas que puedan sostener una argumentación determinada. También valora la capacidad para saber gestionar la información que se extrae de la red y actuar con profesionalidad y seriedad en la redacción de la información (Pulcini, 1997:22).

Otra de las variables fundamentales en las rutinas de relación que se establecen entre Internet y el periodista, es la necesidad que tiene el redactor de saber evaluar la información que obtiene de la red, ya que la calidad de la misma varía en función al tipo de fuente que la difunde. Por ello, es imprescindible comprobar la autoridad de la persona o institución que difunde el material, la veracidad de estos datos y la actualidad de la información (McGuire; Stilborne, McAdams y Hyatt, 1997:115). Esta tarea suele ser más complicada en el caso de los autores particulares que han hecho de Internet su plataforma de distribución, contactar con ellos de manera directa es difícil, como también lo es garantizar la autenticidad de los datos ofrecidos. Respecto a la información procedente de la WWW, otra de las responsabilidades del periodista, es la correcta contextualización del material obtenido por este recurso en concreto. No es correcto limitarse a los datos

facilitados por un enlace determinado, sino que es imprescindible acudir a la página principal para comprobar la autoridad del emisor y la veracidad de la información, conocer los antecedentes y el camino virtual que nos lleva a ese enlace particular.

Por su parte, el profesional de los medios de comunicación debe tener presentes los riesgos a los que la información digital es susceptible, incluso en las fuentes oficiales o institucionales. El correo electrónico, los foros o las páginas web pueden ser manipulados por *hackers*, piratas informáticos, de manera que la información que ofrezca la fuente sea falsa o esté modificada intencionadamente por sujetos ajenos al emisor. Son conocidos los casos de piratería en la página web de La Moncloa, donde un *hacker* colocó la imagen de una bandera independentista catalana, o en la del Real Madrid, donde por unos minutos el navegante al entrar en ella escuchaba el himno del Barcelona Fútbol Club. Cualquier entidad puede sufrir el ataque de un pirata, por ello, de nuevo, es fundamental verificar tanto la autoridad del autor como la veracidad del material.

La credibilidad es una variable que juega un papel fundamental respecto al uso de las fuentes distribuidas *on-line*, tanto a nivel del receptor como del emisor. “Desde la perspectiva del emisor, la percepción de los mensajes informativos se pondrá en relación con el grado plausible de fidelidad que presenten los hechos periodísticos hacia la realidad (...)”; desde la perspectiva del receptor “la credibilidad es entonces la medida mediante la cual el juicio que valora una noticia se pone en relación con el nivel de percepción que el individuo tiene sobre la realidad” (Balsebre, 193:37); teniendo presente que el receptor en este caso concreto es un profesional de los medios de comunicación, este nivel de percepción de la realidad no puede basarse sólo en una consideración personal, sino que debe ratificarse y contrastarse con otras fuentes que garanticen la credibilidad de los datos utilizados.

Aún así, los medios de comunicación electrónicos, como cualquiera de las manifestaciones informativas distribuidas por la red, necesitan reafirmar el concepto de credibilidad respecto a los datos que ofrecen para evitar las dudas sobre su veracidad, lo cual sólo es posible respetando las cuatro categorías de la información periodística que Armand Balsebre señala en su estudio sobre la credibilidad informativa: “*imparcialidad, exactitud, actualidad e inteligibilidad*” (1993:42).

“Explotar toda la riqueza que encierra la web requiere desarrollar habilidades concretas de selección y evaluación de fuentes y, sobretodo, de transformación de necesidades de información en

expresiones o fórmulas de búsqueda que pueda entender un ordenador” (Codina, 1998:5). Así, las rutinas productivas de relación del periodista con las fuentes de información canalizadas a través de Internet podrían resumirse en la siguiente pauta de comportamiento:

- Localización de las fuentes: el periodista busca en cualquiera de los recursos que Internet pone a su alcance, ya sea en un foro de discusión, en una página web, etc. Puede suceder que el redactor conozca la URL de la fuente que quiere consultar, o que la desconozca, en cuyo caso aplicará algunos de los sistemas de búsqueda de los que dispone (buscadores, portales, anillos). Con frecuencia, las fuentes recurrentes ya han sido indexadas en el apartado de recursos para periodistas de la Intranet, en la carpeta de favoritos o en la barra de herramientas del navegador, mientras que las fuentes temporales se desestiman una vez han sido utilizadas.

- Consulta de las fuentes: el periodista accede a la información de las distintas fuentes obtenidas; puede hacerlo de dos formas, mediante la lectura en pantalla del documento, o con la impresión en papel de los datos que son relevantes. En el caso de los archivos de audio o imagen pueden reproducirse directamente en el terminal informático o capturarse en el formato adecuado para su posterior uso o consulta. En TV3, sólo 9 ordenadores están equipados con altavoces y cascos de recepción para los archivos de audio, y en el caso de la captura de imágenes, sólo un terminal consta del *software* y las conexiones adecuadas a un magnetoscopio para realizar esta tarea.

- Categorización y priorización de fuentes: por regla general la búsqueda de información en Internet no se limita a una única fuente, el resultado es un amplio abanico de posibilidades de consulta. Es fundamental establecer un sistema de clasificación de las fuentes obtenidas, de manera que se seleccionen aquellas con mayor credibilidad y capacidad productiva. En este punto se introduce la pauta de certificación de la autoridad del productor de contenidos y de la veracidad de la información.

- Contrastar la información: en todas las rutinas productivas es imprescindible que el periodista contraste la información que obtiene de sus fuentes. En este caso no hay excepción, incluso podríamos señalar que es aún más necesario verificar la autenticidad de la información obtenida por este canal de comunicación. De un lado, la falta de una autoridad que gestione el tráfico y contenidos de la información digital hace del medio un sistema idóneo para la transmisión de bulos, rumores y mentiras. De otro, el anonimato en el que pueden ampararse los productores de contenidos dificultan el proceso de verificación de la información y ampara a posibles difamadores. Además, no se puede ignorar, como se apuntaba líneas arriba, la presencia de piratas informáticos que tienen capacidad para acceder a cualquier documento y modificarlo. Por ello, el periodista que

accede a las fuentes electrónicas debe cuidar el proceso de contrastación de los datos obtenidos por este sistema, incluso aunque la fuente consultada sea oficial y recurrente, porque no está exenta de posibles agresiones en la red. Como ejemplo, tenemos el caso de una nota de prensa *on-line* de la Associated Press en la que se informaba de la compra de la Iglesia Católica Romana por Microsoft (Derck, 1996:1), la misma agencia tuvo que desautorizar el documento y negar su autoría, ya que a pesar de tratarse de una información disparatada, había público que le daba credibilidad.

Finalmente, antes de asumir la redacción y edición de la noticia, el periodista puede añadir la información que ha obtenido de las fuentes canalizadas por el medio digital, al resto de los datos conseguidos por los sistemas tradicionales de comunicación con sus fuentes, como el contacto directo, la búsqueda bibliográfica, las notas de prensa, los resúmenes de las agencias, etc. Porque la introducción y aplicación de Internet en las rutinas “no significa que el proceso se haya transformado por completo, los periodistas radiotelevisivos continúan usando métodos tradicionales para obtener información, pero ahora se han incorporado otros recursos” (Franquet, 1999b:42).

3.2.2. Las fuentes en Internet

Sabemos que a través de Internet tenemos acceso a todo tipo de fuentes, que están presentes en cualquiera de los recursos que la red pone al alcance del periodista, que es imprescindible desarrollar técnicas de navegación y búsqueda que nos acerquen a las fuentes, y cómo cobra protagonismo el proceso de selección y priorización de las que se van a utilizar. Hasta ahora, al tratar las fuentes presentes en Internet lo hemos hecho desde una perspectiva general, presentándolas al mismo nivel, sin diferenciar sus recursos y oferta informativa. Pero no todas las fuentes que están en la red son similares, ni su productividad informativa es comparable. La presentación y oferta de recursos digitales de cada una de ellas dependerá mucho de la actitud de la fuente respecto al medio y del grado de adaptación a sus características específicas.

Al igual que el redactor necesita aproximarse y conocer las redes, las fuentes y sus responsables también han sufrido un proceso de adaptación al medio digital. Por ello, independientemente a la cantidad o calidad de la información que ofrecen al periodista, podemos hablar de fuentes mejor integradas a las rutinas digitales, o de fuentes con

presencia en las redes telemáticas pero sin voluntad de desarrollar las posibilidades que tiene en este sistema de comunicación.

Intentar describir y analizar todas las fuentes de información que están disponibles en Internet es imposible, pero para comprender la incidencia que su introducción tiene en las rutinas productivas de los informativos diarios es imprescindible conocer las características y recursos que ponen a disposición del periodista. Por ello, basándonos en nuestra observación en la redacción de informativos de TV3, hemos seleccionado una muestra de aquellas que los redactores consultan, intentando abarcar el total de las categorías que enumeramos en el apartado de fuentes.

Como se observará, hay dos niveles respecto al desarrollo y aplicación de las capacidades digitales; son fundamentalmente las agencias de noticias, las fuentes institucionales, gubernamentales, de partidos, de sindicatos o de ONG las que tienen una mayor oferta informativa y de recursos, fundamentalmente porque cuentan con el respaldo de un equipo humano y un presupuesto económico para desarrollar su actividad. Aún así, y a pesar de contar con los mismos recursos, podemos hablar de diferencias sustanciales entre ellas. Por otra parte, los expertos, testigos o implicados y otras fuentes diversas suelen responder al perfil de individuos interesados en las redes telemáticas que proyectan su actividad en ellas, no como un negocio o sistema de comunicación, sino como una actividad lúdica, voluntaria y no profesional.

Junto a la credibilidad y productividad, la capacidad para desarrollar el sistema de comunicación *on-line*, se ha convertido en una de las variables de consolidación de fuentes electrónicas, de manera que el periodista que va a consultar una fuente por Internet y debe elegir entre dos que están al mismo nivel de credibilidad y productividad, lo hará en función al desarrollo de sus variables digitales. Por ejemplo, la agilidad en la recepción y contestación del correo electrónico, o la oferta de un sistema de búsqueda para localizar un ítem concreto en el global de la información.

3.2.2.1. Agencias de noticias

Como ya introdujimos en el desarrollo y análisis de las nuevas tecnologías en TV3, ésta tiene contratados los servicios de Efe, Europa Press, France Press, Reuters y Associated Press, que incluyen el suministro regular de información y de imágenes en los

casos de Efe, Reuters y AP. Dado lo cual en la redacción no es necesario consultar ninguna de estas fuentes a través de Internet, sino que se utilizan sus propios cauces de distribución y recepción. Aún así, hemos querido abordar la descripción de su oferta informativa en red, ya que es una de las más completas y mejor desarrolladas.

La agencia Efe es accesible a través de su página web¹³³; en ella, también está adscrito el servicio de correo electrónico. Ofrece dos niveles de navegación: uno gratuito y de libre acceso, y otro mediante suscripción y pago de una cuota al que se accede con una contraseña. En el apartado gratuito el usuario accede a un resumen de las noticias más importantes, clasificadas geográficamente o por secciones. Son las mismas noticias que distribuyen a sus abonados, pero carentes de la inmediata actualización y con un volumen inferior de información, tanto global, como concreta de cada noticia. También ofrece la visualización continua del encabezado del teletipo de última hora, aunque no permite profundizar en el contenido. Otro de los servicios de esta agencia es la posibilidad de escuchar los boletines horarios de EFERadio, de los cuales siempre está destacado el último boletín. En el apartado de pago podemos acceder a Efe.com, que se corresponde con los servicios básicos de la agencia de noticias, a EfeData.com, una base de datos donde está clasificado el mayor volumen de noticias cubiertas por la empresa, o la Fototeca, un banco de imágenes a disposición de sus clientes.

Desde la página principal podemos enlazar con Efe Catalunya, donde como recursos gratuitos destacan el *Forum Comarcal*, un debate social que se organiza regularmente, el servicio de *Català en línia*, un programa de corrección y usos del idioma catalán, o *Catalunya en cifres*, una base de datos donde se recogen las cifras estadísticas de la región. Por otra parte, son servicios de pago el acceso a *Tot Catalunya* y a *Les comarques*, apartados donde se recoge la información específica de la comunidad y las provincias.

Los recursos humanos que se encargan del mantenimiento y actualización de la web están adscritos a la redacción estable de la agencia, aunque se han especializado en la distribución *on-line* de las noticias cubiertas por sus compañeros. La página web de la agencia Efe ha sido galardonada con el Premio Mundo Internet 2001 que otorga la Asociación de Usuarios de Internet.

¹³³ <http://www.efe.es>

La oferta electrónica de las demás agencias de información es muy similar, todas ofrecen una serie de servicios gratuitos y requieren estar suscritos para acceder al resto de los recursos disponibles. De la misma manera, son accesibles a través de la WWW, y cada una de ellas, en su página, facilita el acceso al correo electrónico. La página web de Europa Press¹³⁴ ofrece gratuitamente una selección de las noticias por secciones temáticas; el servicio completo y la posibilidad de consultar su archivo gráfico y hemeroteca, son accesibles mediante suscripción.

Por su parte, las páginas web de Reuters¹³⁵ y Associated Press¹³⁶, tienen una función más de promoción que de servicio. Aunque también es posible acceder a un resumen de las noticias más importantes categorizadas por secciones, su oferta *on-line* incluye la historia de la empresa, la descripción del total de sus servicios (de pago), la consulta a las preguntas más frecuentes de los usuarios (FAQ) o las cifras económicas de su gestión empresarial; es posible, incluso, solicitar información para un puesto de trabajo. En el caso de la Associated Press, los servicios se distribuyen en función al medio que se suscribe a ellos, diferenciando entre prensa, radio y televisión y medios digitales, donde Internet ya tiene entidad propia.

También hay agencias de información que se distribuyen exclusivamente por Internet, como es el caso del *Servei de Informació Regional, SIR*, una iniciativa de intercambio de información financiada por los diarios *Segre, Diari de Girona, El 9Nou* y *Regió 7*, cuya difusión se establece en una red de comunicación restringida a sus abonados. Todo el material que contiene es específico del ámbito regional catalán, y mucho más concreto y especializado geográficamente que la información del resto de las agencias. Para poder consultar su información y acceder a todos sus servicios es imprescindible abonarse e integrar la red de comunicación.

3.2.2.2. Delegados y corresponsales

La situación de los delegados y corresponsales de TV3 en relación a las redes de comunicación, es la descrita en el punto 2.1 La conexión a través de Internet de las diversas delegaciones y corresponsalías se ejecuta con la aplicación de Telnet a las rutinas de producción, de manera que sus usuarios pueden acceder a la matriz central del sistema

¹³⁴ <http://www.europapress.es>

¹³⁵ <http://www.reuters.com>

Basys y estar en red con el resto de sus compañeros; aunque ésta es una posibilidad que aún no está al alcance de las delegaciones del Vall d'Aran y de Perpiñán.

Con la incorporación de la Redacción Digital Integrada y la definitiva aplicación del Windows 2000 en TV3, se espera que la conexión de los corresponsales y delegados deje de ser un momento específico de la rutina diaria de trabajo para convertirse en una práctica habitual, con una estructura similar a la del teletrabajo, pero en este caso desde una redacción concreta.

3.2.2.3. Testigos e implicados

Como ya introdujimos al hablar de la aplicación de los recursos de Internet en las rutinas informativas en el punto 2.2, el ejemplo más significativo de la aplicación de la red en la confección de una noticia es el referente a un reportaje sobre el conflicto balcánico: en Junio de 1999 se estaba preparando en TV3 un reportaje especial sobre la situación de los civiles de la antigua Yugoslavia tras el fin de la guerra en Bosnia. El redactor encargado de la pieza informativa, Miquel Piris, quería que fueran los mismos protagonistas los encargados de explicar cuáles eran sus condiciones de vida y problemas. Su principal inconveniente era la imposibilidad de desplazarse a Bosnia-Herzegovina para contactar con los personajes.

Internet fue la principal herramienta en el proceso de localización de las fuentes de información de este reportaje. Primero, el redactor ingresó en diversos foros de discusión sobre la situación del conflicto yugoslavo, con un documento en el que solicitaba la colaboración de personas que hubieran vivido la guerra y sus consecuencias, especificando que necesitaba gente dispuesta a colaborar y que tuviera conexión a la red con *web-cam*. Después, difundió su solicitud de colaboración en varias listas de correo electrónico especializadas en periodismo, con el objetivo de contactar con profesionales del ramo que hubieran vivido la situación o pudieran ofrecerle un contacto. En su búsqueda consiguió contactar con una decena de personas interesadas en colaborar en el reportaje, algunas con la posibilidad de ofrecerle imágenes de su *web-cam*, otras exclusivamente a través del correo electrónico, con mensajes que se capturaron y difundieron como parte de las imágenes del vídeo.

La localización de los testigos e implicados en el reportaje fue posible gracias a la aplicación de Internet en el proceso de localización y selección de las fuentes en la rutina de trabajo aplicada por el redactor, de otra manera no habría podido contactar con ellos. La verificación de la fuentes se basó en la confirmación de la URL de los correos electrónicos utilizados en el contacto personal, y en la confianza del redactor en sus contactos.

Internet se ha convertido en un medio idóneo para la localización de fuentes lejanas y de difícil acceso. Gracias a la aplicación de sus múltiples recursos el periodista tiene la posibilidad de llegar a estas fuentes primarias, de la misma manera que las fuentes que utilizan este sistema tienen, por primera, vez un canal de comunicación con el medio.

3.2.2.4. FORTA

La Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos tiene una mera presencia promocional en la red. Está en ella a través de una página web¹³⁷, donde se limita a ofrecer información general sobre qué tipo de organismo es y cual es su función en el panorama audiovisual. Otros contenidos de esta página son las parrillas de programación de cada una de las cadenas, el control de audiencias de las mismas, y un espacio de promoción de los espacios publicitarios de las emisoras autonómicas que este organismo gestiona. No desarrolla ni aprovecha las posibilidades que Internet ofrece en su tarea de coordinación de recursos audiovisuales.

Las posibilidades que representaría la introducción de Internet en sus relaciones con las diferentes entidades autonómicas son múltiples, desde la propuesta de temas, hasta la coordinación de enlaces de satélite, se podrían realizar por Internet, mejorando sustancialmente los sistemas de comunicación, sobretodo en cuanto a agilidad de reacción y actualización de la información. Por el momento, la propuesta de temas del día, que se intercambian las diferentes emisoras, está reducida a una selección del global de las noticias que cubre la cadena, y la oferta de información al respecto se limita un título explicativo de cada pieza informativa; por su parte, el intercambio del satélite se coordina por telefonía tradicional, siendo el responsable de la FORTA el que se comunica con cada una de las cadenas de televisión.

Con Internet este proceso podría ser radicalmente diferente. Primero, sería posible con la creación de un foro restringido el acceso a las previsiones de cada redacción de informativos, de manera que la selección de noticias que interesa a una cadena en particular fuera incluso previa a la grabación de imágenes o insertos de audio. De esta manera, si a TV3 le interesa una noticia en Sevilla, donde estará presente Jordi Pujol, sería posible negociar que el redactor de Canal Sur que cubriera la información solicitase el inserto de audio en catalán, y al revés, si a Canal Sur le interesa una noticia determinada que va a ser cubierta por TV3, podría solicitar que los insertos de audio de los protagonistas fueran en castellano. Hoy por hoy, en el intercambio de temas, no hay posibilidad de negociar que los protagonistas se expresen en un idioma u otro, ya que la oferta de noticias siempre es posterior al suceso.

Del mismo modo que sería posible acceder a las previsiones, se podría acceder al total de los temas cubiertos por cada una de las emisoras, y no sólo al descriptor de contenidos, sino a una selección de las imágenes, e incluso a la edición completa del vídeo una vez realizado. Por el momento, el único recurso con el que cuenta el redactor encargado del intercambio es el descriptor de la noticia, por eso, a veces, una vez se ha efectuado el intercambio algunos de los temas seleccionados son posteriormente desestimados, bien porque la calidad de imagen no era adecuada, o bien porque el descriptor no coincidía con la idea exacta que se había formado el redactor.

También, con la introducción de Internet en las rutinas de esta fuente de información se podría implementar el proceso de coordinación de los enlaces de satélite, la producción de aquellos eventos informativos que cubren en equipo todas las emisoras autonómicas, e incluso la gestión de los recursos técnicos que se intercambian, pero hasta el momento, la presencia en Internet de la FORTA es un reflejo comercial del ente informativo en la web, con el único objetivo de promocionar los espacios publicitarios de las cadenas autonómicas que este organismo gestiona.

3.2.2.5. Medios de comunicación

La información que aparece en otros medios de comunicación es también utilizada como fuente de información en las rutinas productivas de los informativos diarios: la lectura de prensa escrita, programas y boletines de radio, prensa especializada, etc. Y cada

¹³⁷ <http://www.forta.es>

vez, con mayor incidencia, aparece la consulta de los medios de comunicación electrónicos, aunque los redactores tengan el referente material también disponible. Así, mientras en la observación que efectuamos en 1997 sólo se consultaban por la red los medios Vilaweb o La Estrella Digital, y además, por un número muy reducido de periodistas dado que aquellos que reconocían utilizar esta herramienta sólo representaban un 14% del total de la redacción, en la observación del año 2000 ha aumentado tanto el número de redactores que consultan la prensa a través de la red, como el número de medios a los que tienen acceso¹³⁸.

Ya desarrollamos en el punto 2.2.1. cuáles eran los medios de comunicación que están presentes en Internet y sus contenidos y características específicas. Por ello, no volveremos a enumerarlos ni a describirlos, sino tan sólo incidiremos en la importancia que han adquirido como fuentes de información para el periodista.

El medio de comunicación electrónico se ha impuesto como uno de los que más rápidamente es actualizado, desbancando en muchas ocasiones a la radio, que era hasta el momento el medio que más agilidad tenía para reaccionar ante una noticia de última hora. Así, en noticias como el accidente del autobús escolar en Soria, en fecha 6 de julio de 2000, o en el atentado de la banda terrorista ETA en Rosas el 17 de marzo del 2001, una de las fuentes de información que utilizaron los redactores de cada una de estas noticias fue la página web de El Mundo, la primera en publicar la información, e incluso de incluir imágenes.

En otras ocasiones es la posibilidad de consultar la hemeroteca del medio la que hace que el redactor recurra a la consulta de su página web. Así, durante nuestro periodo de observación en julio de 2000, observamos como para cubrir la noticia de la implantación de los medicamentos genéricos, el redactor que cubría el tema acudió a la hemeroteca de *Diario Médico*, para consultar las etapas de desarrollo de este proceso, así como las reacciones de diversos profesionales de la medicina y farmacéuticos.

Otra de las barreras que se ha roto con la implantación de Internet es la de la distancia, por ello, ahora para muchos de los redactores de TV3 es posible consultar la prensa de países que antes no estaban a disposición del periodista. Esta es una herramienta muy útil para las secciones de internacional, cultura o economía, que tienen a

¹³⁸ Los hábitos de consulta de medios de comunicación, así como el *ranking* de medios más consultados está reflejado en el punto 4.2.

su alcance medios de información que antes no estaban disponibles. Así, por ejemplo, tenemos la noticia de la visita a Estados Unidos en julio de 2000 de Rosita Chirindza, la niña afectada por las inundaciones de Mozambique que nació en la copa de un árbol. El redactor de internacional Vicenç Lozano se enteró de la noticia en la lectura diaria que realiza a *Journalist Express*¹³⁹; intentó localizar datos al respecto en sus fuentes recurrentes, pero ninguna de las agencias de información hacía mención al suceso. Así, para la documentación de la noticia recurrió a la búsqueda en Internet de más información al respecto. Utilizó el buscador Altavista, el cual le condujo a <http://www.africanews.org>, la página web del diario electrónico *Africa News Online*, y a la página web del Howard University Hospital¹⁴⁰ de Washington DC, la entidad que celebraba la conferencia en la que participaban la madre y la niña.

Finalmente, relacionado con la consulta de los medios de comunicación en Internet, está el proceso de selección de información. Algunos redactores en su rutina diaria han incluido la navegación y lectura de páginas web específicas de medios de comunicación y noticias, como *Titulares.com*¹⁴¹, en un proceso que complementa el de la lectura diaria de la prensa escrita y el de los ítems informativos de las agencias. A veces, son estas páginas web el origen de procedencia de las noticias, bien porque no han sido reflejadas en ninguna de las demás fuentes recurrentes, o bien, porque gracias a su capacidad de actualización de la información son el primer medio de comunicación que se hace eco de ella.

3.2.2.6. Gobiernos e Instituciones

Son algunas de las fuentes gubernamentales e institucionales las que han aplicado los recursos que Internet pone a su alcance con mayor inteligencia en sus relaciones con los medios de comunicación. Se trata de fuentes de comunicación activas, interesadas en tener proyección informativa, que han profesionalizado la tarea de sus gabinetes de prensa y relación con los medios, de manera que son periodistas los encargados de realizar esta labor. Para ellos, la presencia en la red es más que un medio de proyección corporativa, tratan tanto de ofrecer una serie de servicios al usuario general, como de establecer en la red un sistema de comunicación útil en su relación con la prensa u otros organismos.

¹³⁹ <http://www.journalistexpress.com>

¹⁴⁰ <http://www.huhosp.org>

Son muchos los organismos gubernamentales e instituciones con presencia en Internet, por eso, al igual que hicimos con las agencias de información, hemos seleccionado como muestra aquellos más consultados habitualmente por los redactores de TV3 y que a su vez hacen de la red un instrumento de trabajo eficaz.

En primer lugar tenemos al *Ajuntament de Barcelona*, presente en Internet a través de su página web¹⁴², la cual entre otros servicios, como el tráfico, transportes públicos o el *Diari de Barcelona*, tiene un espacio específico de información para la prensa, operativo desde el 1 de marzo de 1999, aunque es accesible al público en general. Se trata de una web muy sencilla de navegar que ofrece: un boletín de noticias, un sumario con todas las informaciones generadas desde el ayuntamiento, un apartado de dossiers de prensa y documentación asociada, un sistema de búsqueda de noticias y documentos previos, archivados en una base de datos, y tanto la agenda del Alcaldé, como la de actos genéricos del consistorio. Ocasionalmente, retransmiten en la web las ruedas de prensa del alcalde, al principio retransmitían sólo el audio, pero ya están capacitados tecnológicamente para retransmitir también vídeo. Los periodistas acreditados de medios que no pueden desplazarse, por lejanía o problemas específicos, pueden participar en estas ruedas de prensa por correo electrónico.

Gracias a un programa informático diseñado por la empresa Oracle, los periodistas del gabinete de prensa pueden trabajar desde sus propias terminales informáticas y publicar la información en su página web sin depender de un departamento informático.

Otro de los recursos de Internet que aplican en su rutina profesional es el correo electrónico, diariamente envían por este sistema tanto las convocatorias como el boletín de prensa que generan desde el gabinete. En el momento de nuestra observación, al realizar esta tarea duplican el canal de comunicación, ya que las mismas convocatorias y boletín se envían también por fax a los distintos medios.

La página web de la *Generalitat de Catalunya*¹⁴³, como la del Gobierno español¹⁴⁴, son sustancialmente diferentes respecto a la del *Ajuntament de Barcelona*, en cuanto a organización y contenidos útiles para la prensa. Estas páginas se subdividen en

¹⁴¹ <http://www.titulares.com>

¹⁴² <http://www.bcn.es>

¹⁴³ <http://www.gencat.es>

¹⁴⁴ <http://www.la-moncloa.es>

Consejerías y Ministerios respectivamente, y dentro de cada una de las páginas enlazadas hay políticas de relación con los medios a través de Internet muy diferentes, ya que cada uno de ellos tiene su propio equipo de prensa. Así, en la página web del Portavoz del Gobierno apreciamos un trabajo de relación con los medios de comunicación muy orientado hacia la aplicación de nuevas tecnologías, con la posibilidad de acceder a un resumen de prensa diario, a los actos previstos para el Consejo de Ministros, a la agenda de actos, tanto del portavoz como del Gobierno, a una hemeroteca de prensa, dotada de un sistema de búsqueda por ítems, y el acceso a los servicios de prensa oficiales. Mientras que, por ejemplo, en la página web del Ministerio de Interior no hay un espacio específico para la prensa, sino simplemente enlaces con los organismos dependientes de este ministerio que tienen página web propia, como la Policía Nacional¹⁴⁵.

Respecto a las consejerías de la *Generalitat*, la situación es similar, cada una de ellas cuenta con su propio servicio de prensa, y la aplicación de Internet en sus rutinas, varía mucho de una consejería a otra. Aunque los equipos de trabajo son independientes, y la oferta y variedad de contenidos muy diferentes entre las páginas web de las distintas consejerías, el diseño de la web es común, ya que, a diferencia del equipo de prensa del *Ajuntament*, los responsables de prensa de las consejerías no publican la información directamente a la red, sino que cuentan con un departamento común encargado del mantenimiento y distribución de contenidos. Esto hace que, en ocasiones, la actualización de las notas de prensa o las últimas noticias destacadas sufran un considerable retraso, ya que hay que coordinar el trabajo del equipo de prensa correspondiente con el equipo informático.

La página web de Presidencia es la más completa respecto a la información útil a los periodistas. En ella, encontramos la agenda del Presidente, notas de prensa, noticias de interés, dossier de prensa, una base de datos de los documentos generados por la consejería, dotada de un sistema de búsqueda por ítems, y una selección audiovisual de algunos de los discursos del Presidente, tanto en formato audio como vídeo. Puntualmente, se puede asistir virtualmente a las ruedas de prensa que se ofrecen desde el *Palau de la Generalitat*, y participar activamente mediante el correo electrónico.

¹⁴⁵ <http://www.mir.es/policia/cnp/org.htm>

3.2.2.7. Partidos políticos

La oferta informativa de los partidos políticos por Internet está muy igualada. Accedemos a ellos gracias a sus páginas web, aunque la mayoría ofrece la posibilidad de interactuar con otros recursos digitales como el correo electrónico, foros de discusión y *chats*.

Como las fuentes gubernamentales e institucionales, se trata de fuentes activas respecto a los medios de comunicación, que utilizan los recursos de las nuevas tecnologías como sistema para mejorar los canales de comunicación con la prensa en general, pero sus páginas web están orientadas también hacia sus afiliados y simpatizantes.

La página web del Partido Popular¹⁴⁶ es una de las que ofrece un servicio específico de comunicación con los medios. Un enlace a la que denominan Oficina de Información conduce a un menú de noticias del partido, una base de datos muy amplia que cuenta con un buscador temático, a la agenda de actos, a un archivo gráfico, al *Periódico Popular* y a la opción de comunicarse mediante el correo electrónico con los responsables de prensa. También es posible, ya en la página principal, consultar un menú de información general del partido, leer una selección de las declaraciones más destacadas de sus representantes políticos, o participar en alguno de los foros que proponen.

El Partido Socialista Obrero Español nos ofrece una página web¹⁴⁷ muy similar, aunque no hay un enlace específico para los medios de comunicación, y la oferta de las noticias de actualidad, las notas de prensa y la agenda del partido son opciones a las que se puede acceder desde la página principal. Además incluye en su oferta informativa foros de debate, *chat*, y documentos del partido, como las iniciativas políticas.

La web de la coalición *Convergència i Unió*¹⁴⁸, nos conduce a dos páginas independientes de cada uno de los partidos políticos. La página de *Convergència Democràtica de Catalunya*¹⁴⁹ no tiene ningún recurso específico para la prensa, aunque se trata de un producto muy completo en cuanto a oferta informativa, además de incluir la posibilidad de ingresar en su lista de distribución de correo electrónico. Así, se pueden

¹⁴⁶ <http://www.pp.es>

¹⁴⁷ <http://www.psoe.es>

¹⁴⁸ <http://www.convergenciaiunio.es>

¹⁴⁹ <http://www.convergencia.org>

consultar sus líneas de política municipal, la estructura territorial, la estructura sectorial, un apartado de información general, y leer el *Full Informatiu* del partido. Aunque incluye la posibilidad de comunicarse a través del correo electrónico con su sede, es un recurso poco útil para el periodista, ya que el receptor de los mensajes no es nadie responsable del gabinete de prensa, sino el secretario del partido.

Por su parte la página de *Unió Democràtica de Catalunya*¹⁵⁰, sí incluye un apartado específico para los medios, con una selección de noticias, la agenda del partido y la dirección de correo electrónico del responsable de prensa. Además, también es posible consultar cualquiera de sus ofertas informativas en la página principal, como las comisiones parlamentarias, sus directrices políticas o las publicaciones del partido.

También están presentes en la red otros partidos políticos, *Izquierda Unida*¹⁵¹, *Partido Andalucista*¹⁵², *Eusko Alkartasuna*¹⁵³, *Bloque Nacionalista Galego*¹⁵⁴ o *Esquerra Republicana de Catalunya*¹⁵⁵, todos en la línea de acción ya descrita. Son páginas muy orientadas a sus afiliados y simpatizantes, aunque todas incluyan las notas de prensa que generan y una agenda de actos del partido.

3.2.2.8. Patronales

Entendidas como las personas u oficinas de información que dependen o están directamente relacionadas con empresas privadas o que tienen mayoría de capital privado (Villafañe, Bustamante y Prado. 1987:58), hemos querido diferenciar en esta fuente de información, aquellas empresas privadas que tienen representación en Internet y hacen de ella una herramienta de comunicación con los medios, y aquellas organizaciones empresariales que utilizan las nuevas tecnologías como sistema de contacto entre sus abonados, y a la vez con la prensa.

¹⁵⁰ <http://www.uniodemocratica.org>

¹⁵¹ <http://www.izquierda-unida.es>

¹⁵² <http://www.partidoandalucista.org>

¹⁵³ <http://www.ea-esuskadi.com>

¹⁵⁴ <http://www.bng-halizia.org>

¹⁵⁵ <http://www.esquerra.org>

De un lado, respecto a la empresa individual que está en Internet, la gran mayoría utiliza la Web y el correo electrónico como forma de proyección publicitaria o de comercialización de sus productos. Destacan aquí las multinacionales de alimentación y servicios: Caprabo¹⁵⁶, Alcampo¹⁵⁷, Carrefour¹⁵⁸, El Corte Inglés¹⁵⁹; y la Banca Online: La Caixa¹⁶⁰, BBVA¹⁶¹, Caixa de Sabadell¹⁶², etc. Pero también hay grandes corporaciones que utilizan Internet en sus relaciones con los medios. Del ámbito español hemos seleccionado Telefónica¹⁶³ e Inditex¹⁶⁴, dado que fueron fuentes de información en nuestro periodo de observación en TV3.

Telefónica en su web, además de toda una serie de servicios para el cliente, ofrece un apartado de noticias de la corporación. Indexadas en una base de datos general, el periodista puede efectuar una búsqueda cronológica o temática, y leer el texto completo de la misma. También hay una selección de las últimas notas de prensa del gabinete de medios de comunicación, y la posibilidad de contactar con su responsable a través del correo electrónico. La difusión de notas y convocatorias de prensa de Telefónica en nuestro periodo de observación fue doble, se enviaron por correo electrónico al responsable de la sección de economía, pero también llegaron vía fax.

Respecto a Inditex, y coincidiendo con su salida a la cotización en bolsa, el grupo textil ofrece en su web información general de sus empresas, el acceso a datos financieros, y un apartado de comunicación, dirigido a los medios, donde encontramos las notas de prensa originadas por la corporación, con la opción de leer el texto completo. Cada noticia nos remite al correo electrónico del responsable de prensa encargado de su redacción como contacto directo para profundizar en el tema, y al correo electrónico genérico del departamento de comunicación corporativa de la empresa.

De otro lado, la presencia en Internet de las patronales y organizaciones empresariales repite el esquema de los partidos políticos, hay algunas como la Confederación Española de Organizaciones Empresariales o *Foment del Treball* que tienen

¹⁵⁶ <http://www.caprabo.es>

¹⁵⁷ <http://www.alcampo.es>

¹⁵⁸ <http://www.es.carrefour.com>

¹⁵⁹ <http://www.elcorteingles.es>

¹⁶⁰ <http://portal.lacaixa.es>

¹⁶¹ <http://www.bbva.es>

¹⁶² <http://www.caixasabadell.es>

¹⁶³ <http://www.telefonica.es>

¹⁶⁴ <http://www.inditex.com>

apartados específicos de relación con la prensa, y otras como CECOT¹⁶⁵ que están dirigidas exclusivamente a sus abonados, y que no se plantean el uso de las nuevas tecnologías en sus sistemas de comunicación con los medios.

Podemos acceder a la CEOE a través de su página web¹⁶⁶, la más completa de este tipo de organizaciones. Ésta se estructura fundamentalmente en dos secciones, la de libre acceso y la de suscripción. El apartado de prensa está disponible entre los enlaces que pueden ser consultados por cualquier internauta. Allí, entre informes, cursos de formación, publicaciones, o un campus virtual, destinado al contacto entre los empresarios, se encuentran los apartados orientados a los medios de comunicación, donde se puede acceder a un resumen de prensa y a una base de datos de las principales noticias del sector. El correo electrónico disponible en su web es genérico, por lo que es una herramienta de escasa utilidad para el periodista.

La página de *Foment del Treball*¹⁶⁷ es muy similar a la anterior; como recursos específicos para los medios de comunicación encontramos un apartado de notas de prensa, una selección de las principales noticias del sector y la posibilidad de leer la *Revista Fomento*; pero es la publicación de informes *on-line*, y la difusión de sus cursos y actividades la principal función de su presencia en Internet.

3.2.2.9. Sindicatos

Son muchos los sindicatos que recurren a las nuevas tecnologías como sistema de comunicación eficaz entre sus afiliados, pero sólo tres de ellos tienen un apartado orientado a los medios de comunicación: CCOO¹⁶⁸, UGT¹⁶⁹ y SEPLA¹⁷⁰. Los demás, como, por ejemplo, *Unió de Pagesos*¹⁷¹, la CGT¹⁷², el SUP¹⁷³, o CSI-CSIF¹⁷⁴, aunque tienen presencia en Internet no utilizan este sistema para relacionarse con la prensa, sino que es una herramienta exclusiva de comunicación interna. También hay sindicatos que aún no están en red como el ELA-STV o ASAJA.

¹⁶⁵ <http://www.cecot.es>

¹⁶⁶ <http://www.ceoe.es>

¹⁶⁷ <http://www.foment.com>

¹⁶⁸ <http://www.ccoo.es>

¹⁶⁹ <http://www.ugt.es>

¹⁷⁰ <http://www.sepla.es>

¹⁷¹ <http://www.uniopagesos.es>

¹⁷² <http://www.cgt.es>

¹⁷³ <http://www.sup.es>

Las web de CCOO y UGT son las más completas a todos los niveles, en relación a los servicios que ofrecen a sus afiliados, como los apartados específicos de prensa. En la página de CCOO el periodista accede a las últimas noticias, a las notas de prensa, a la descripción de las últimas campañas informativas, a las publicaciones del sindicato y al *Diario Digital*. Además, está disponible el correo electrónico del responsable de prensa, y el correo electrónico de cada uno de los encargados de la información de las campañas de información. Los recusos para la prensa de la web de UGT son prácticamente los mismos: noticias de actualidad sindical, comunicados de prensa, documentación de las campañas, informes de interés, dossier de prensa y *Revista Unión*. También está disponible el correo electrónico del responsable de prensa, y la posibilidad de contactar *on-line* con el redactor encargado de cada uno de los comunicados de prensa, independientemente de la delegación del sindicato que genere la noticia.

3.2.2.10. ONGs

En el periodo de observación que estuvimos en la redacción de TV3 sólo se utilizó Internet para buscar información de tres ONG: Greenpeace¹⁷⁵, Fundació Jaume Bofill¹⁷⁶ y Anesvad¹⁷⁷. Pero en las encuestas contestadas por los redactores aparecen también Amnistía Internacional¹⁷⁸, Intermon¹⁷⁹, Manos Unidas¹⁸⁰ y Amigos del Pueblo Saharaui¹⁸¹, como recursos habituales en la búsqueda de información *on-line*.

La presencia en Internet de todas estas organizaciones no gubernamentales se vehicula a través de la web, donde aplican las nuevas tecnologías tanto como medio de comunicación con la prensa, como sistema de difusión de sus actividades. Todas ellas, al tratarse de fuentes activas, ponen a disposición de la prensa recursos útiles para el periodista: notas de prensa, actividades programadas, publicaciones, informes diversos, galería de fotografías, dossiers de prensa y sistemas de búsqueda en sus temas específicos.

¹⁷⁴ <http://www.csi-csif.es>

¹⁷⁵ <http://www.greenpeace.org>

¹⁷⁶ <http://www.fbofill.org>

¹⁷⁷ <http://www.anesvad.org>

¹⁷⁸ <http://www.cambios.es/amnistia>

¹⁷⁹ <http://www.intermon.es>

¹⁸⁰ <http://www.manosunidas.es>

¹⁸¹ <http://www.nodo50.ix.apc.org/sahara>

Quizás la más completa y desarrollada sea Greenpeace, que además de los recursos ya enumerados, también ofrece vídeos de sus acciones reivindicativas. Esta ONG utiliza Internet, en concreto el correo electrónico, como único sistema de comunicación con la prensa, rechazando el uso del papel como parte de su campaña *Forest*. El periodista interesado en algún aspecto de la organización, tiene la posibilidad de enlazar con Greenpeace España, o cualquiera de sus muchas delegaciones, y de contactar con los responsables de prensa de cada una de ellas mediante el correo electrónico.

3.2.2.11. Expertos

Contactar con expertos de cualquier tema es una de las posibilidades que la aplicación de Internet a las rutinas productivas de informativos diarios ha hecho mucho más sencilla. Gracias, tanto a la web, como a los foros o listas de distribución, están al alcance del periodista fuentes de información que antes de la introducción de esta tecnología en las redacciones era impensable.

Como en el caso de los testigos e implicados, la descripción de un caso práctico es la mejor manera de comprobar cómo el acceso a expertos de cualquier materia se ha multiplicado exponencialmente. El 21 de junio del 2000, apareció la noticia de un experimento sobre una posibilidad de medición de la velocidad de la luz en una estructura tridimensional de cristal. El especialista en ciencia de la sección de sociedad encargado de cubrir la noticia acudió a diversas páginas web de temas científicos, como la revista *Nature*¹⁸², *Science Magazine*¹⁸³, o *Scicentral.com*¹⁸⁴. Su búsqueda de información no se limitó a los distintos artículos que al respecto aparecieron en las distintas páginas web, sino que entró en el foro de discusión que se creó en *Nature* para discutir la viabilidad y credibilidad del experimento, un grupo de discusión que rápidamente se expandió de forma muy ágil y al que acudieron voces de reconocido prestigio en este ámbito científico. El redactor, Josep Mulet, pudo gracias a este foro de discusión contactar con algunos de los expertos en la materia y aportar sus datos en la redacción de la noticia. También consultó la página web del equipo de autores del experimento¹⁸⁵, S.Noda, K. Tomoda y A Chutinan de la Universidad de Kyoto, e incluso se comunicó con ellos gracias al correo

¹⁸² <http://www.nature.com>

¹⁸³ <http://www.sciencemagazine.org>

¹⁸⁴ <http://www.scicentral.com>

¹⁸⁵ <http://www.kuee.kyoto-u.ac.jp>

electrónico, aunque desestimó la posibilidad de incluir en el vídeo imágenes del equipo científico obtenidas de su *web-cam*, ya que el material de vídeo que tenía era de mucha calidad, imágenes del laboratorio y del experimento, y el tiempo del que disponía para el vídeo no superaba los 2 minutos.

3.2.2.12. Documentación

La única de las fuentes que enumeramos en el listado general de fuentes de información que no tiene presencia en Internet es el servicio de documentación de TV3. Su versión electrónica sólo es accesible a través de la red Intranet de la emisora dentro del apartado de webs departamentales. La oferta informativa a la que accede el periodista mediante este recurso es muy limitada. En primer lugar, ofrece un listado de enlaces a distintas páginas web catalogadas y seleccionadas por el departamento temáticamente. Así, diferencian entre cultura, medioambiente, organizaciones, periodismo, sociedad, actualidad, medios de comunicación y anuarios. El resto de su oferta informativa se limita al acceso a la base de datos de la biblioteca de TV3, y a la posibilidad de imprimirse el archivo de prensa recogido diariamente por el departamento.

Durante nuestro periodo de observación no hubo ninguna consulta a documentación a través de la red Intranet. Para el redactor se manifiesta como una herramienta completamente inútil, ya que, a pesar de ser uno de los departamentos que mayor relación tienen con el medio informático, y de haber sido el primero en adoptar los sistemas de bases de datos, el periodista no tiene opción de consultar ninguno de sus recursos de documentación, ni de vídeo, ni de texto. Tampoco es accesible para el redactor ninguno de sus sistemas de catalogación de material, ni siquiera se puede consultar si una determinada imagen está indexada en el archivo de TV3, o a qué redactor se le ha cedido en préstamo un original concreto.

La posibilidad de ofertar esta serie de recursos e informaciones a los redactores de informativos a través de la Intranet de la empresa sería de mucha utilidad en las rutinas productivas, ya que supondría para ellos evitarse los constantes paseos a la primera planta, donde está ubicado el servicio de documentación, y agilizaría el trabajo de selección y archivo de una sección que en la actualidad dedica más tiempo a la localización, préstamo y control de cintas que a la indexación y localización de recursos. Este profesional no puede quedar al margen de la evolución de las nuevas tecnologías de

la información, además, la aplicación práctica de las mismas en sus rutinas productivas debe, necesariamente, estar orientada a facilitar y mejorar las condiciones de su servicio en relación a las necesidades del periodista.

IV. APLICACIÓN PRÁCTICA

4.1. Evolución tecnológica y rol profesional

“En este contexto de cambio tecnológico, la sociedad necesita, con la multiplicación de las fuentes de información, gestores de información, moderadores de procesos comunicativos, dinamizadores, etc. Personas (comunicadores) con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre los distintos actores sociales y con capacidad para aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles” (Franquet, 1999b:37-38).

El periodista como trabajador se enfrenta a una transformación tecnológica que le impone una transformación como profesional. No es posible permanecer impasible ante los cambios en las herramientas de trabajo, las formas de transmisión e incluso las propias rutinas de producción en determinados ámbitos comunicativos. Por ello, en este capítulo queremos abordar cómo la transformación tecnológica, en particular Internet, incide en la del profesional, exponer las diferentes actitudes que hay en el panorama laboral ante ésta tecnología, definir cuáles son las características de este comunicador que nos señala Rosa Franquet e intentar establecer unos criterios de formación necesarios para el nuevo periodista, donde nuevos desafíos imponen nuevas reglas y conceptos teóricos.

4.1.1. Transformaciones en el rol del periodista

“Desde los primeros diaristas y gaceteros de los siglos XVII y XVIII hasta el periodista o, en términos más amplios, el profesional de la comunicación de finales del siglo XX, la profesión ha evolucionado al tiempo que ha mantenido su esencia: la actividad de comunicar. Sometido a diversos vaivenes y circunstancias y condicionamientos políticos, económicos, sociales, laborales, tecnológicos, etc., el profesional de lo que entendemos ampliamente por periodismo ha venido recorriendo un ya largo camino. Incluso podemos hablar de una “tradicción” de la profesión, un legado histórico, con unas raíces que se pueden detectar y se deben historiar para comprender mejor de dónde procede el periodista de hoy” (Barrera, 1999: contraportada).

Vimos en la introducción del presente trabajo cómo la vertiginosa evolución tecnológica tiene sus consecuencias tanto en las sociedad y en las empresas, como en el ámbito comunicativo: cambian las tecnologías y este relevo obliga al profesional a adaptarse a los nuevos medios. Es imprescindible para el periodista ser capaz de evolucionar a la par que sus herramientas de trabajo, ser lo suficientemente versátil para

no quedar fuera del mercado laboral por falta de preparación o conocimientos, y no perder de vista que su ámbito profesional es uno de los que está evolucionando más rápidamente. Señala Roberto Velázquez: “El acelerado cambio de las tecnologías de los modos de producción y de los mercados se traduce en una reducción del ciclo de vida útil de los conocimientos y habilidades que el trabajador posee para realizar su trabajo” (1994:10). Así, la reconversión de la empresa de comunicación no pasa exclusivamente por la transformación tecnológica de las herramientas de trabajo, también es necesaria una reestructuración de la formación del personal que debe aplicar estas nuevas tecnologías a su práctica profesional. “Una característica de la nueva era de la información se perfila cada vez con más fuerza: la necesidad de la formación continua a lo largo de toda la vida activa. Desde ahora todos somos aprendices. El perfil profesional, las demandas del mercado laboral cambian al ritmo vertiginoso de la vida en la emergente metrópolis global” (Álvarez y López, 1997:36).

Si “todo cambio tecnológico y de organización ha provocado desde siempre transformaciones en la estructura de los sectores profesionales y ha obligado a muchos a tener que cambiar de profesión” (Jüngen et alii, 1982:79), el ámbito periodístico no tiene porqué ser diferente. “El papel del periodista ha ido cambiando paralelamente a las funciones que se han asignado los mass media a lo largo de nuestro siglo y, en general, a cuantos elementos técnicos, políticos, sociológicos, etc., han intervenido en la evolución de la humanidad” (Coca, 1988:128). El periodismo como profesión ha sido susceptible tanto a los cambios sociológicos como a las transformaciones tecnológicas sucedidas a lo largo de la historia, desarrollando a su vez nuevos roles en el panorama de la comunicación y nuevos perfiles profesionales. Se necesita tener claramente establecido un mapa conceptual que ayude a comprender los cambios a los que nos enfrentamos, como escribe Rosa Franquet “la clave para entender cómo están cambiando los distintos roles profesionales es conocer las transformaciones generadas por los avances tecnológicos, evaluar sus consecuencias sociales y determinar las necesidades en materia de comunicación que tiene la población” (Franquet, 1999b:39). Es imprescindible que el periodista acepte y asuma los cambios en su trabajo para que pueda adaptarse a los nuevos medios, teniendo en cuenta que las necesidades de las empresas comunicativas cambian paralelamente a las tecnologías y que quedarse desfasado es un inconveniente para poder realizar un trabajo de calidad. “La polivalencia, la flexibilidad y la capacidad de adaptación a los cambios son valores fundamentales” (Velázquez, 1994:11).

Este ámbito de acelerado cambio tecnológico y de renovación de herramientas en la profesión periodística se percibe claramente en el caso de Internet. En un plazo de cinco

años, la red se ha introducido en, prácticamente, el cien por cien de las redacciones periodísticas, pasando a ser un instrumento más de trabajo para el redactor y un elemento de reflexión entre aquellos preocupados por el futuro de la profesión. “*Todo parece apuntar a una mayor responsabilidad tecnológica del periodista sobre el proceso industrial*” (Coca, 1988:105).

Las reacciones respecto a la introducción de nuevas tecnologías en el medio laboral según Giuseppe Richeri son cuatro: positiva, de espera, de oposición y de exclusión (1984:39). Nosotros las actitudes del periodista frente al medio Internet las hemos resumido en dos: los que acogen la tecnología y los que rechazan su potencial y se niegan a entrar en el universo telemático.

En 1997 en la redacción de informativos de TV3, *Televisió de Catalunya*, sólo un 14% del total de los periodistas de informativos diarios utilizaba Internet como herramienta de trabajo, un porcentaje similar al del resto de colectivos profesionales, como los realizadores u operadores de imagen, donde la herramienta se extendía a un 17% del total. La gran mayoría veía innecesaria la utilización de la telemática en su rutina productiva y aparcaba el reciclaje profesional, considerándolo una pérdida de tiempo. Dos años más tarde, la tendencia de los profesionales respecto al uso y aplicación de esta nueva tecnología es más positiva, un 23% de los redactores utiliza habitualmente esta herraminta en la realización de sus tareas diarias, pero representa aún a un sector minoritario de la redacción. No será hasta el periodo de observación del año 2000, tras la evolución de la propia red, y su espectacular introducción, tanto en los hogares como en las diferentes empresas, cuando las cifras de uso de Internet en relación a la redacción de TV3 reflejen un porcentaje de asimilación y normalización de la red, la utiliza un 61% de los periodistas de la empresa, el número de usuarios se ha cuatriplicado en un periodo de tan sólo tres años.

Resistirse a evolucionar no es buena idea, ya hemos señalado que con la transformación del mercado se impone un reciclaje del trabajador que lo capacite para asumir las nuevas tareas profesionales a las que debe enfrentarse desde la entrada de Internet en las redacciones de informativos. “*Ser digital se ha convertido en un hecho diferenciador, en un argumento de modernidad e innovación*” (Peiró, 1998:20).

En 1996 Vicent Partal, Lluís Reales, Luis Ángel Fernández Hermana y Antoni Esteve fundaban el Grupo de Periodistas Digitales, con la intención de unir a todos aquellos periodistas que compartían un espíritu de renovación en la profesión a raíz de la entrada de Internet en las rutinas productivas de las diferentes redacciones. *“El periodista digital es el que ejerce como tal a partir de su capacidad para crear elementos nuevos de comunicación, donde el análisis, la interpretación y la integración de los procesos informativos son los que dan mayor valor añadido a la actividad del medio”* (Fernández Hermana, 1998a:59). Hoy día son más de 350 los periodistas que se consideran digitales, trabajando con herramientas telemáticas o para medios electrónicos; según Víctor Puig *“un periodista digital debe cumplir por lo menos uno de los siguientes requisitos: obtener información a través de medios digitales; utilizar medios digitales para elaborar la información y; ofrecer al público las noticias en un medio digital”* (Peiró, 1999c:2). Aunque también hay quien no cree en la denominación “digital”, el periodista Blai Martorell señala: *“No creo en el “periodismo digital”, creo en la aplicación de nuevas técnicas periodísticas en un nuevo soporte. Y me parece una barbaridad segmentar el periodismo entre analógico y digital”* (Martorell,1998:33).

La cuestión no se reduce a un problema de conceptos o denominación, la realidad es que dentro de la profesión periodística podemos diferenciar entre aquellos que aplican las nuevas tecnologías a su rutina profesional y aquellos que no: *“se detecta en los profesionales de los medios cierta resistencia al empleo de los instrumentos que las nuevas tecnologías de la información ponen a su alcance”* (Rodríguez, 1990:7). Es significativo que después de dos años de la implantación de Internet en la redacción de TV3 el 83% de los periodistas reconociera no utilizarlo nunca, y que cinco años después aún haya un 39% que no lo aplica.

En el caso particular de la recopilación de la información a la hora de redactar la noticia, Internet tiene todo el potencial para ser una herramienta imprescindible, pero, aún así, hay muchos periodistas que no lo utilizan por desconocimiento, que lo rechazan por ser incapaces de utilizarlo correctamente, o que siguen demasiado encorsetados en sus antiguas rutinas de producción. Así, Jordi Climent de la Cadena Ser expresa en la revista *Capçalera del Col.legi de Periodistes de Catalunya sus temores*: *“Hay una cosa que me preocupa mucho. La gente de informativos está acostumbrada a hacer periodismo a partir de sus fuentes, ya que durante mucho tiempo se las ha trabajado. Ahora, de repente, se encuentra con Internet, pero tienen que aprender a encontrar las más fiables. En la redacción, la reacción inicial al tema de irse*

introduciendo en la red era de pánico, y eso que los redactores no son tan mayores (una media de 30 a 35 años) ” (Peiró, 1999a:23).

Al periodista se le presupone una curiosidad innata, una necesidad de contar a los demás aquello que pasa en el mundo, pero en el ámbito de aplicación de Internet, esta máxima no se cumple al cien por cien, para muchos de ellos investigar a través de la red es tan sólo un juego, restándole seriedad y credibilidad al trabajo que ya efectúan muchos de sus compañeros en medios más dinámicos, como los periódicos digitales. Señala Antoni Esteve: *“que el periodista de ahora no comience a investigar, que se tenga la idea dentro de las redacciones de que conectarse a Internet para encontrar fuentes de información es un juego o una pérdida de tiempo me preocupa mucho” (Peiró, 1999a:23).*

Conocer y saber aplicar todas la herramientas a su alcance, incluida Internet, es un valor añadido para el periodista. *“Todo apunta que el periodista actual debe tomarse muy seriamente lo que sucede en la red y prepararse para informar en el siglo que viene. Su tarea le obligará a utilizar programas de edición de páginas web, a conocer muy bien las direcciones de las nuevas fuentes de información (URL, a Internet), introducir en su agenda las direcciones electrónicas de sus contactos y estar informado de lo que pase dentro y fuera de la red porque todo está relacionado” (Peiró, 1998:22).*

Si en España la denominación que han adaptado los periodistas para autodefinirse como usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación es “digital”, en Estados Unidos, aquellos que trabajan para los medios electrónicos presentes en la red se denominan “dot.com”. El 22 de abril de 2000 fue la primera ocasión en la que este colectivo fue acreditado como periodistas en la Casa Blanca (Cuna, 2000:25), se trataba de cubrir una noticia relacionada con Internet y su desarrollo, lo cual no les asegura en manera alguna el volver a formar parte del selecto colectivo que asiste a la sala de prensa de la casa presidencial. Pero el hecho de haber sido reconocidos como periodistas de pleno derecho indica que los redactores en medios cibernéticos ya forman parte del plantel periodístico actual.

“Cada día es más evidente que la profesión periodística podrá ser realizada solamente por quien esté en condiciones de utilizar y gestionar los nuevos sistemas de trabajo y dominar los nuevos lenguajes informáticos” (Santinoli, 1995:55). La introducción y aplicación de Internet como una herramienta plenamente integrada en las rutinas de producción de los

diferentes productos informativos exige del periodista la capacidad de trabajar de una manera más polivalente, con una mentalidad más abierta hacia los cambios que podemos preveer que nos traerá el periodismo del futuro.

4.1.2. El reto de la formación

“Es un hecho que no responderá de la misma forma un colectivo profesional joven, abierto a expectativas tecnológicas avanzadas y con seguridad en su capacidad de aprendizaje, que un colectivo más maduro y de otra forma motivado” (Gómez,1990:51).

La velocidad de cambio de nuestra sociedad y de las tecnologías de la información afectan directamente a la profesión del informador, éste está viviendo la evolución de su propio trabajo y por ello precisa de una formación más específica y concreta orientada a la formación en la tecnología mediante la tecnología.

Ya no se trata de considerarse o no digital, la tecnofobia se ha convertido en un lujo para el periodista, y el reciclaje en una necesidad imperiosa. El profesional que no tuvo una formación especializada en el uso y manejo de las nuevas tecnologías tiene que comenzar un peregrinaje forzoso que nace en la pantalla y el teclado de su ordenador y que aún no se sabe donde morirá.

Uno de los aspectos en los cuales más incidencia tienen las nuevas tecnologías de la comunicación es en la formación a distancia. La comodidad de poder aprender desde casa sin necesidad de trasladarse a una Universidad, Instituto, academia, etc.; la flexibilidad de horarios, poder estudiar cuando uno tiene tiempo y puede dedicarlo a su formación; la adecuación de contenidos, donde el alumno diseña su propio plan de estudios; el acceso a documentos restringidos, a libros de otras bibliotecas, incluso a conferencias en tiempo real de investigadores o teóricos a miles de kilómetros del alumno; un diálogo a distancia con el tutor; etc.

Miles de alumnos de diferentes países, hoy, gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación, tienen posibilidad de estudiar el mismo texto, de ver las misma imágenes, de escuchar la misma música, incluso de hablar unos con otros para comentar si lo que están percibiendo les gusta o no. La red Internet se ha convertido en el vehículo más rápido de difundir información y se perfila como el vehículo idóneo para una formación a

distancia eficaz por sus posibilidades de interacción en tiempo real: “*Las autopistas de la información pueden convertirse en autopistas de la formación*” (Ferraté, 1995:109).

El periodista no puede quedar fuera de este proceso de formación en las redes. Para este profesional, las nuevas tecnologías de la información son a la vez un campo de estudio y una herramienta imprescindible de trabajo. La rápida evolución en el campo de las tecnologías de la información hace que el periodista sea un sujeto de formación especial en el campo de las nuevas tecnologías: no es un mero receptor en la formación, es a la vez emisor de los contenidos aprendidos.

En el caso particular de este periodista que necesita el reciclaje tecnológico, las autopistas de la información son el medio idóneo para plantearle la formación continuada que precisa. El periodista aprende simultáneamente los recursos propios del temario que le interesa y el uso efectivo de las nuevas tecnologías como herramienta de aplicación práctica en las rutinas de su propio trabajo. Cuando se establece el diálogo hombre/máquina se establece también parte del temario a desarrollar por el alumno. Tan importante será el contenido teórico como las prácticas de navegación o de diseño de productos informativos electrónicos.

Hasta ahora “*los procesos de formación en el uso de los ordenadores y explotación de los programas que se incorporan no se hace de una manera sistemática, ordenada y global, sino que conjuga acciones divulgativas parciales con cursos para directivos/responsables, con aprovechamiento de los conocimientos adquiridos particular y previamente por algunos empleados, con el adiestramiento por contacto extendido en mancha de aceite entre los compañeros, y con la autoformación de algunos empleados*” (Erausquin, 1991:82). Esta es una característica ya caduca en el ámbito de las nuevas tecnologías de la comunicación, la empresa no puede permitirse la falta de formación de un colectivo profesional que requiere de la aplicación de estas herramientas tecnológicas para la correcta ejecución de su trabajo. Internet es el medio específico para formar a los periodistas que necesitan un reciclaje urgente en nuevas tecnologías de la comunicación, porque el periodista es a la vez emisor y receptor de la información y porque no podemos permitir que quien jamás se ha enfrentado a una pantalla de ordenador lo haga solo y adopte rutinas viciadas frente a su herramienta de trabajo. Además, permitirá la formación continuada eficaz del periodista, una instrucción que le enseñe cómo acceder a los nuevos medios que tiene a su alcance, que le capacite para ser competitivo en un mundo digital, para que aprenda a utilizar una herramienta de

trabajo que a su vez será su medio de expresión, para que asimile los nuevos lenguajes y narrativas de algo que hoy por hoy le es imprescindible.

En el caso particular de nuestro objeto de estudio, la formación de los redactores en relación a la introducción de nuevas tecnologías, y en especial de Internet ha tenido mayor incidencia que la formación a la que en su día accedieron los profesionales con la integración de la Redacción Informatizada. Así, se diseñaron una serie de cursos de navegación por la red específicos para cada ámbito profesional entre los que se encontraba la redacción de informativos. El encargado de desarrollar el temario y llevar a la práctica estos cursos fue Victor Clariana, uno de los responsables del apartado informativo de *TVC Online*.

Cuando Victor Clariana diseña el contenido de los cursos se plantea no sólo enseñar a navegar por Internet o utilizar sus recursos, como el correo electrónico, sino la necesidad de transmitir el sistema de aplicación práctica de los recursos que Internet pone al alcance del periodista en la redacción y edición de noticias. Así, perfila un contenido teórico-práctico genérico y orientado al periodista audiovisual, y un apartado específico en función a la sección a la que vaya dirigido el curso¹⁸⁶.

Los cursos se organizaban en tres sesiones de dos horas de duración, las tres primeras horas se dedicaban al desarrollo del temario común, y las tres últimas horas al de las aplicaciones particulares. Cursaron un total de 136 personas, lo que representa casi un 90% del total de la redacción. En las encuestas de opinión que se distribuían al final de los cursos, éstos se valoraron muy positivamente, destacando la labor profesional de su responsable y lamentando que tuvieran una duración tan reducida. Como resumen de las críticas recibidas, se concluyó en la necesidad de ofrecer otros cursos específicos más concretos en las distintas aplicaciones de Internet, diferenciando los recursos y sus posibilidades. Con estos cursos de formación se aplicó la máxima de formar al profesional en la herramienta y mediante la herramienta, ya que simultáneamente se explicaban las formas de navegación y recursos específicos de Internet, y se ejecutaban ejercicios prácticos de aplicación de la misma en el panorama laboral informativo.

¹⁸⁶ Ver anexo

4.1.3. Nuevos desafíos, nuevas reglas

El periodismo digital nos aboca a nuevos desafíos en la comunicación con el receptor. No se trata de ofrecer *on-line* el mismo producto que ofrecen los medios tradicionales, sino de dar un paso más allá y confeccionar medios electrónicos con un lenguaje propio. Queda ya muy lejana la presentación de diarios digitalizados, donde se ofrecía en red el mismo producto que en formato papel pero escaneado. El periodismo digital está en un nuevo estadio de evolución donde se proponen productos de última confección y con características propias muy diferenciadoras.

Con la renovación tecnológica de los medios de comunicación estamos asistiendo también a una transformación de las formas y de los conceptos teóricos que utilizábamos en la investigación tradicional de los *mass media*. La comunicación en red no es sólo un nuevo formato de transmisión de la información, también debe ser considerado como un nuevo medio de comunicación, con sus propias reglas, lenguaje y terminología específica.

4.1.3.1. Gatekeeping mixto

En la actualidad los medios de comunicación electrónicos intentan ganarse la fidelidad de sus consumidores ofreciendo servicios individuales, como la opción de personalizar la pantalla del diario electrónico, o de recibir sólo las noticias que interesan al receptor, es el llamado “periodismo a la carta”.

Este tipo de información se basa en el denominado *gatekeeping* mixto (Pérez-Luque, 1999a:6) donde el receptor selecciona los temas de la actualidad diaria que son de su interés, pero sigue siendo el periodista quien elabora la información: la redacción, la inclusión de imágenes o gráficas, incluso de cortes de voz de los protagonistas es trabajo del informador.

De esta manera, apreciamos la labor imprescindible del periodista, profesional encargado de seleccionar y confeccionar la información que el receptor va a consumir. Es la persona formada para trabajar con criterios profesionales la información “en bruto”, y de esta manera poder ofrecer al consumidor final un producto completamente procesado. El receptor no necesita navegar durante horas en la red para localizar aquello que le interesa, no necesita leerse toda la documentación al respecto, no tiene necesidad de

contrastar las fuentes, porque este es un trabajo que habrá realizado previamente un periodista: “en los medios de comunicación, los periodistas, seguirán siendo, previa adaptación de las nuevas circunstancias propiciadas por las nuevas tecnologías, el principal elemento de referencia en la selección de contenidos informativos” (Losada, 1997:553). También es cierto, que pasa a ser obligación del redactor ofrecer al lector la posibilidad de acudir a las fuentes primarias en aquellos momentos que éste lo requiera o solicite, facilitándole los recursos que se han utilizado para confeccionar la información, así, es habitual en la prensa electrónica ofrecer *links* a las páginas originales o a otras páginas relacionadas con la información.

4.1.3.2. Multiedición

Gracias a la publicación digital, el periodista tiene la posibilidad de actualizar constantemente y en tiempo real la información que está trabajando. En Internet no hay un medio físico que impida la modificación de la noticia, lo que permite que cada nuevo dato pueda ser ofrecido al cliente al momento, el cual tendrá la ventaja de varias ediciones diarias de un mismo producto. “El mundo de la prensa ha sufrido una gran revolución al final de este siglo, ya no se trata de un edición cada veinticuatro horas, ni siquiera dos o tres al día, dependiendo de los acontecimientos informativos. La prensa digital es algo vivo, no tiene reloj. De esta forma el periódico no es uno, sino un conjunto de informaciones cambiantes que impiden que una página permanezca así durante varias horas. Su contenido es tan actual, que el nuevo lector se ha de conectar varias veces o esperar que un avisador le indique que hay nuevas informaciones” (Marcos, 1999:4).

De la tradicional edición matutina o vespertina, pasamos a un infinito de posibles ediciones, donde dependerá del acontecimiento y de la disposición del medio el número de ediciones que se ofrezcan. Internet, en cuanto a su capacidad de actualización, se sitúa en el mismo plano que la radio, otro de los medios de comunicación más ágiles a la hora de informar al receptor.

Es una práctica cada vez más habitual conectarse a un medio de comunicación electrónico al inicio de la jornada para mantenerse informado de la actualidad, e ir consultando aquellos datos o informaciones que interesan en concreto al consumidor en el momento que el receptor selecciona, no hay que esperar a boletines horarios o a informaciones de última hora, Internet es en este sentido uno de los medios más ágiles y sobretodo más consultados porque cada usuario decide el momento de hacerlo. Un

ejemplo práctico lo encontramos en el atentado cometido por la banda terrorista ETA el 31 de octubre del año 2000 en Madrid, el hijo de uno de los fallecidos, Manuel López, se enteró del suceso a través de Internet, consultando la prensa electrónica cuando llegó a su lugar de trabajo.

4.1.3.3. Doble *feed-back*

Con el medio electrónico podemos hablar de un doble *feed-back* en la información. El periodista es a la vez emisor y receptor de la información disponible en la red, está en el centro de dos diagramas diferenciados de la teoría de la comunicación de Jakobson, de manera que recibe y emite la información, actuando primero como receptor y luego como emisor, con la particularidad que los dos procesos de comunicación son simultáneos y tienen lugar a través del mismo canal de comunicación, la red.

Este *feed-back* se produce desde el receptor de la noticia elaborada por el periodista, que tiene la posibilidad directa e inmediata de comentar el contenido con su creador a través del correo electrónico, que habitualmente se ofrece al final de las noticias redactadas. Hasta el *feed-back* del redactor con sus fuentes, a través del mismo correo electrónico, ya sea porque está insertado en la página web de consulta, porque se ofrece a través de un *chat*, o de un grupo de discusión.

El diálogo entre el periodista y su público gana en agilidad, de la misma manera que lo hace la comunicación entre el redactor y las fuentes. El periodista adopta dos roles dentro del proceso de comunicación, y todo a través de un único canal de comunicación.

4.1.3.4. Redacción virtual

El teletrabajo y la teleenseñanza tienen como particularidad común el hecho de que ni el trabajador ni el alumno necesitan desplazarse de su domicilio, con la introducción de Internet en los diferentes ámbitos laborales, y en especial el periodístico, podemos intuir que el futuro de las redacciones de los medios de comunicación es virtual. En un futuro, no podremos hablar de un centro físico común a los diferentes periodistas de un diario electrónico, o incluso de una televisión o radio, cada uno de ellos trabajará de forma independiente, poniendo en común ideas y proyectos mediante el correo electrónico o consejos de redacción basados en la videoconferencia.

Con las estaciones de edición integrada, la comunicación en red y los cada vez más potentes servidores informáticos, un periodista de la sección de internacional especializado en el conflicto de Mozambique, no necesitará desplazarse a la redacción de su emisora para elaborar su vídeo. Desde su casa, podrá acceder a las imágenes disponibles de agencia, a los teletipos, al sistema de comunicación interna, incluso comunicarse con su jefe de sección o de redacción, y mediante los sistemas de edición en red elaborar el vídeo que finalmente se incluirá en el informativo.

4.1.3.5. Narrativa hipertextual

Los medios electrónicos no son lineales, la navegación es un valor de cambio y una forma de diferenciación respecto a los medios tradicionales. La narrativa hipertextual es la nueva forma de comunicar los hechos. El periodista digital puede ofrecer al receptor de su mensaje los *links* a las páginas de sus fuentes, a elementos de contextualización, a datos complementarios, a las páginas de los protagonistas, incluso puede ofrecer la opción de que los lectores interesados puedan aportar datos a la información.

Por ello, el periodista que quiera afrontar los cambios en la comunicación digital debe integrar esta nueva forma de presentar la información a su público, adoptar nuevas rutinas en las que se integren con naturalidad elementos hipertextuales, sin temor a perder al posible receptor en la red. Es necesario que el periodista pierda el miedo a ofrecer al público sus fuentes primarias o de contextualización, siendo consciente de la necesidad que puede tener el receptor de profundizar en el tema que le interese, y entender que esta oferta es un valor añadido más a la información que se presenta.

Estamos frente a nuevos conceptos teóricos propios de una nueva práctica profesional del periodismo, “*los estudios sobre los periodistas se encuentran ante la encrucijada de las nuevas tecnologías y su influencia a la hora de determinar los perfiles profesionales de los nuevos emisores de la comunicación más allá de las definiciones clásicas sobre quién es periodista y qué tareas realiza*” (Ortega y Humanes, 2000: 223). Por ello, el comunicador del siglo XXI, tiene que estar teórica y prácticamente preparado para afrontar los retos que la comunicación digital le presenta.

4.2. Internet en las rutinas productivas de TV3

Metodológicamente han sido diversos los instrumentos que hemos utilizado para el estudio de la implantación y desarrollo de Internet en la redacción: una encuesta distribuida al total de los redactores de TV3 adscritos al equipo de informativos diarios, entrevistas en profundidad y varios periodos de observación, comprendidos entre 1997 y el año 2000, así como un análisis sistemático de las rutinas de aplicación de Internet como herramienta de trabajo en la confección de las noticias. Por ello, en el presente capítulo, se reflejan los resultados de una metodología tan extensa.

Hemos querido plasmar tanto la valoración que los redactores hacen sobre Internet, como las fórmulas de navegación, incidiendo en su porcentaje de uso, el tipo de aplicación que hacen, su relación con el material que esta herramienta pone a su alcance o la utilización de los distintos recursos accesibles en la red. Para ello, hemos dividido este apartado de nuestra investigación en dos puntos, el primero es el resultado del análisis de las encuestas y se centra en la relación Internet/redactor; el segundo es el resultado del análisis de los informativos de la cadena, donde se estudia la relación Internet/noticias.

4.2.1. El periodista frente a la red

La introducción de Internet en la redacción de informativos de TV3 se produce en 1995, cuando se instalan cuatro ordenadores con conexión a Internet adscritos al conjunto de la plantilla, no están asignados a ninguna sección en concreto, ni configurados para facilitar el acceso a la red de terminales informáticos de la redacción. Eran ordenadores independientes que no formaban parte de la RI, trabajaban en Windows 95 y aunque no incluían el Basys, ofrecían a los redactores programas complementarios como bases de datos u hojas de cálculo.

En 1997, en el primer periodo de nuestra observación en la redacción de informativos de TV3, pudimos constatar a través de la encuesta realizada a toda la redacción que, tras dos años de funcionamiento, tan sólo un 14% del total de los redactores de informativos diarios utilizaba esta herramienta, tal y como hemos señalado con anterioridad. El perfil de los usuarios del sistema correspondía en su mayoría a aficionados a Internet, que lo tenían y utilizaban en su domicilio, y que de alguna manera, se habían especializado tangencialmente en informar sobre esta temática particular,

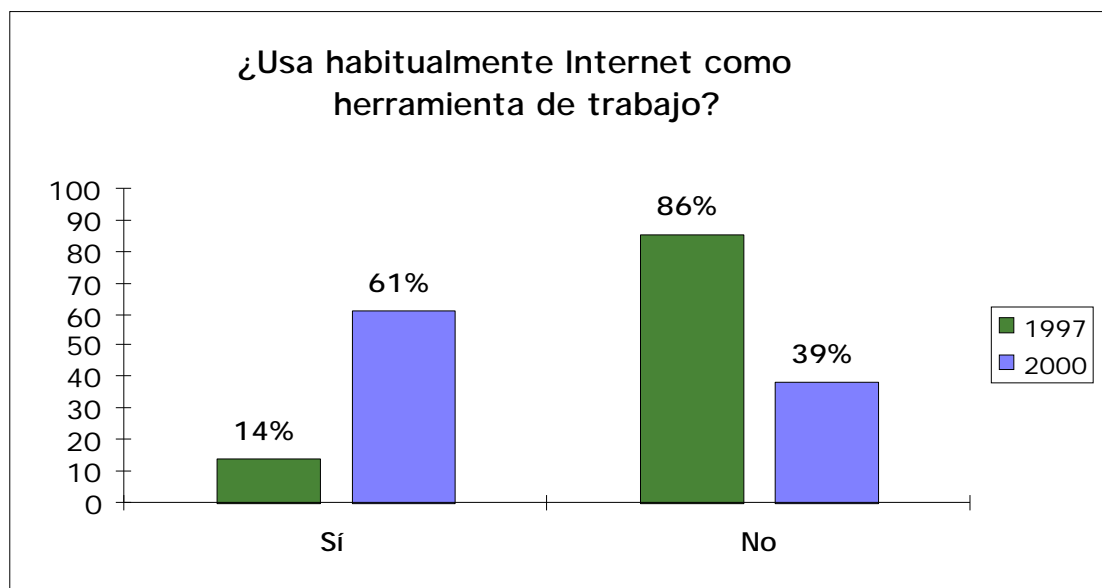
Internet. También, en aquel periodo de observación, pudimos comprobar que la mayor parte del tiempo dedicado a la navegación por la red de los periodistas no se dedicaba a fines profesionales sino que era una forma de evasión lúdica en horario laboral y que otros colectivos profesionales utilizaban esta herramienta con fines personales como por ejemplo la planificación de las vacaciones.

El periodo de observación correspondiente a 1999 arrojó datos que evidenciaban un progreso respecto a la situación anterior, pero que a la vez dejaba claro que Internet distaba mucho de haber despegado como herramienta de uso cotidiano en el total de la redacción. De la observación que realizamos durante la última semana de junio de ese año, pudimos concluir que el colectivo de redactores que utilizaba habitualmente la red superaba el 23% de la plantilla, lo que representa un cambio importante dentro de la curva de evolución ascendente que se consolidará, como veremos, en el año 2000. Por el contrario el reflejo de esta utilización de la red en los informativos era todavía muy bajo, en toda la semana sólo hubo tres noticias en cuya confección se utilizara este instrumento, lo que apenas representa un 6% del total de las informaciones.

Un año después, en un nuevo periodo de observación, y cuando ya hacía cinco años de la introducción de Internet en las rutinas productivas de los periodistas de informativos diarios televisivos, podimos comprobar que el panorama de uso y aplicación de esta tecnología en la realización de las noticias era sustancialmente diferente, tanto cuantitativa como cualitativamente. Un 61% de los redactores reconocía en la encuesta efectuada en este periodo de observación aplicarlo en sus rutinas diarias. Internet se ha convertido en una herramienta más al alcance del redactor para la toma de contacto y localización de las distintas fuentes de información, y se perfila como un instrumento de comunicación imprescindible.

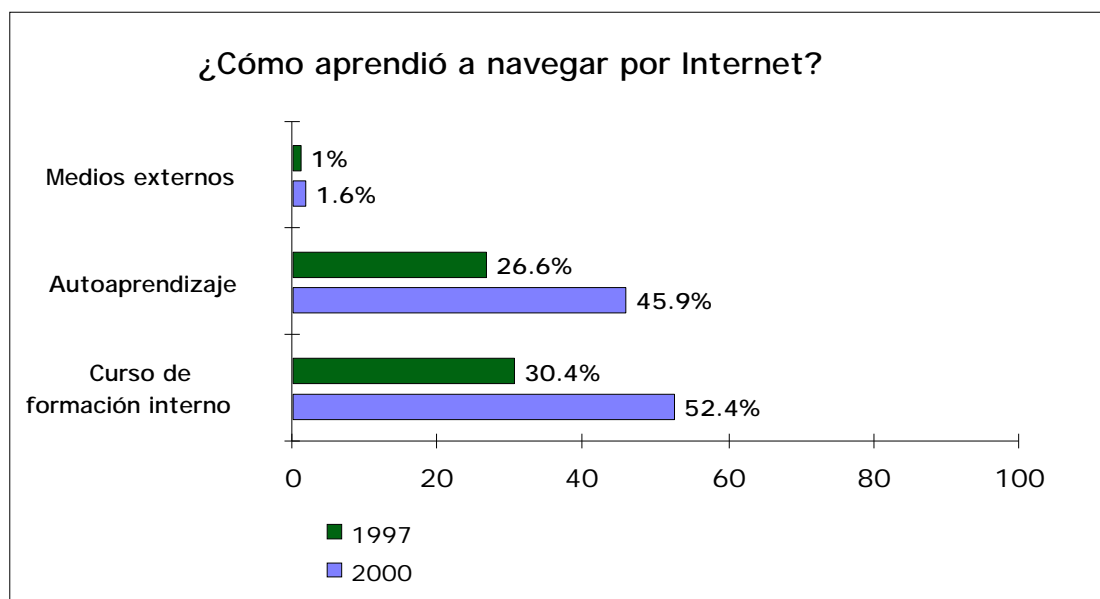
Los datos y tablas que presentamos a continuación corresponden a las encuestas que realizamos a toda la redacción de informativos, tanto la del 97 como la del 2000, lo que nos permite contrastar las respuestas y analizar la evolución de los profesionales. Es importante volver a recordar en este punto que la representatividad de los datos correspondientes a 1997 es de un 62.16%, y la de los datos de 2000 es del 69.07%. Los porcentajes corresponden al total de los redactores que contestaron correctamente a la encuesta.

Una vez analizadas las preguntas comunes que planteamos a los redactores en las dos encuestas, incidimos en aquellas cuestiones exclusivas del periodo de análisis correspondiente al año 2000, donde profundizamos en el uso y tipología de la aplicación de Internet. Aquí, quisimos diferenciar los porcentajes parciales, correspondientes a los usuarios de Internet, de los porcentajes totales, correspondientes al global de la redacción, lo que nos permite apreciar la representatividad que este colectivo tiene en la redacción.



El significativo aumento de la cifra de redactores que se reconocen usuarios de Internet como herramienta en su práctica profesional, se debe a la suma de diversos factores. Primero tenemos la implementación de la tecnología disponible en la redacción, hemos pasado de 5 terminales informáticas con conexión a Internet en 1995, sin posibilidad de conectarse en red con el resto de los ordenadores y sin capacidad para aplicar el programa Basys, a un total de 46 terminales conectadas en red en el 2000, que integran tanto el sistema Windows como el Basys. Hay que tener presente que los turnos por informativo no superan la cifra de 35 redactores, lo que supone que cada periodista tiene disponible un terminal informático con conexión a Internet en su jornada productiva. Las horas de coincidencia de dos o varios turnos (el viernes de 14:00 a 15:00h coinciden los redactores del *TN Migdia*, *TN Vespre* y *Cap de Setmana*), tienen prioridad en el acceso a los ordenadores los profesionales que se dedican al informativo más próximo en emisión. En el año 95 a cada redactor le correspondía sólo una séptima parte de cada terminal instalado en la redacción, lo que dificultaba el acceso a los mismos.

Otro de los factores que han influido en el aumento de los usuarios de Internet han sido los cursos de formación interna orientados a la aplicación práctica de la red en la edición de informativos. En la encuesta de 1997 el 100% de los redactores usuarios de Internet afirmaban que aprendieron a navegar por la red gracias al autoaprendizaje, en el año 2000 un 52% reconoce que su inmersión ha sido posible gracias a los cursos de formación interna, y un 1.6% que aprendió por medios externos.

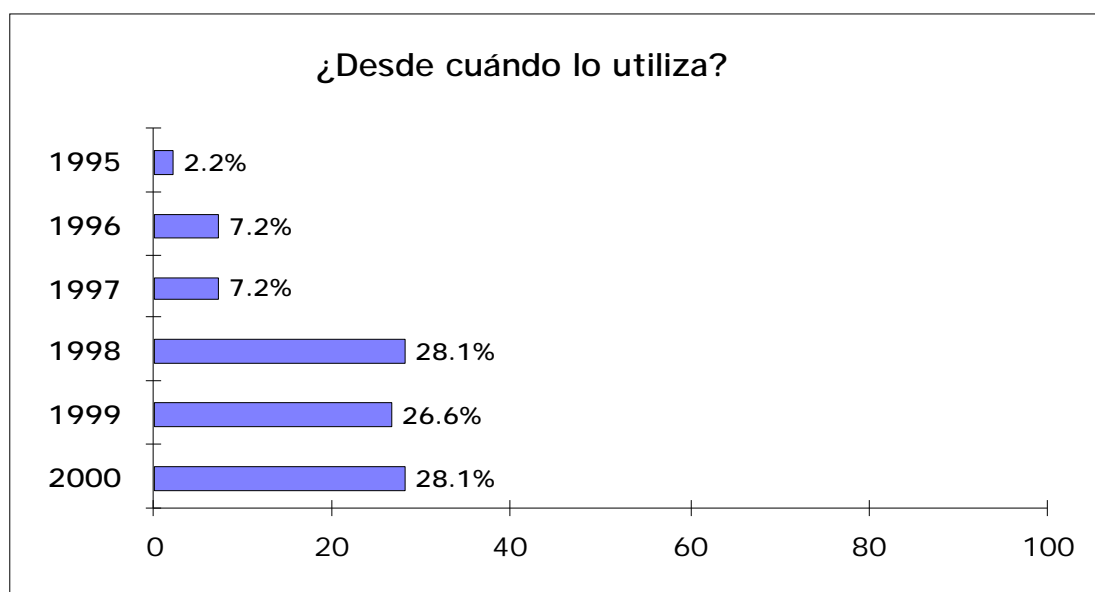


Esto se produce porque, tras la experiencia de las elecciones autonómicas y nacionales del año 2000, en las que la Web de TV3 fue una de las más visitadas, paralelamente al desarrollo de los servicios informativos de *TVC Online*, surge la necesidad de potenciar los cursos de formación interna orientados a la navegación por Internet que ya explicamos en el punto anterior. Los redactores de TV3 han valorado muy positivamente que fuera un compañero de la redacción, en este caso el experto en temas informáticos y uno de los responsables del proyecto de *TVC Online* quien diseñara e impartiera estos cursos de formación. La concreción de la temática y que estuvieran completamente orientados a la práctica profesional ha sido un factor clave en el éxito de los mismos. Además, Victor Clariana continúa trabajando en la redacción de informativos, dentro de la sección de sociedad, a disposición de muchos de sus compañeros, que después de haber asistido al curso aún le plantean preguntas y dudas al respecto.

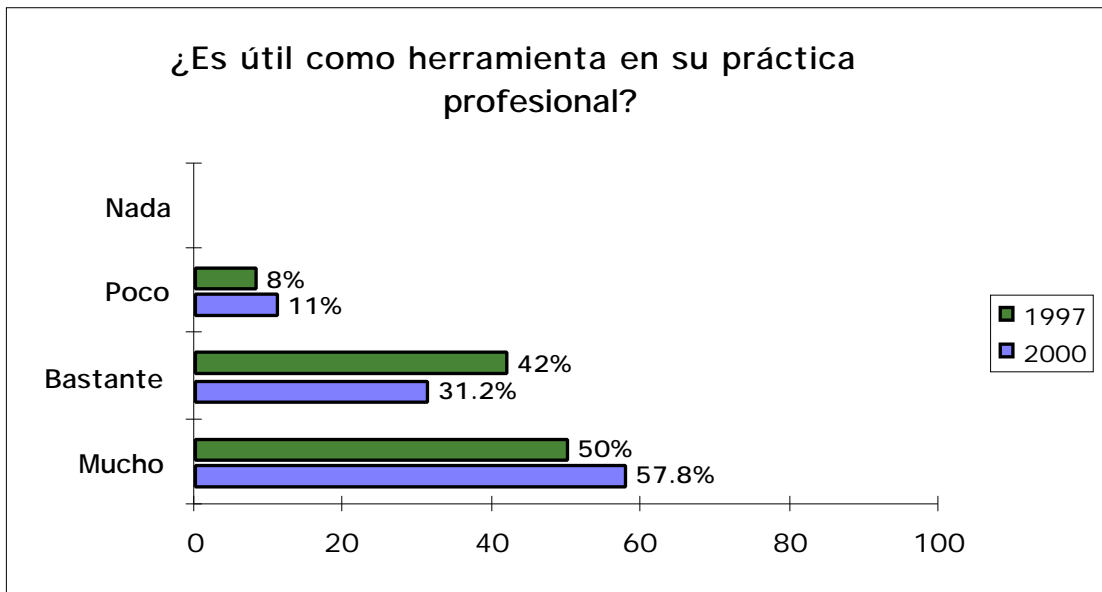
Finalmente, y como circunstancia que ha favorecido el aumento de la aplicación de Internet en las rutinas de los periodistas, podemos considerar la rápida evolución de la tecnología y el crecimiento exponencial de los productores de información y de los

contenidos disponibles en la red, más de 550.000 millones de páginas web en el año 2000, que han hecho posible que se pueda acceder a fuentes muy diversas en un periodo de tiempo muy reducido, convirtiendo la herramienta en un instrumento muy útil.

Otros de los factores que son importantes en relación al estudio de la aplicación práctica de Internet en la redacción de informativos son la tradición en el uso de esta tecnología, la utilidad que le reconocen los redactores en la práctica profesional y el porcentaje de la actividad laboral que diariamente se aplica a Internet.

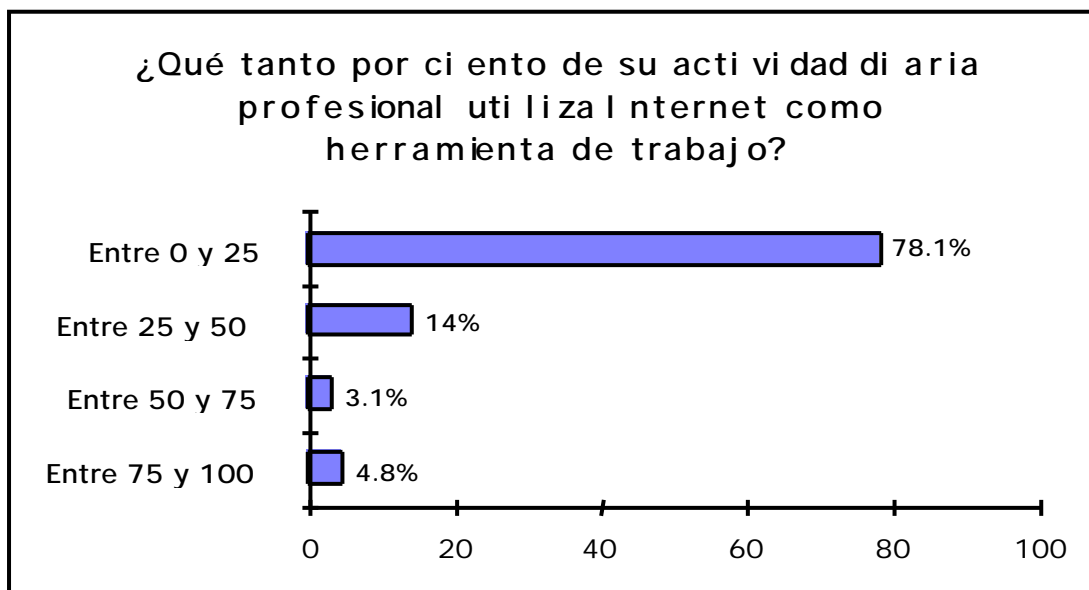


Es a partir de 1998 cuando podemos hablar de un crecimiento continuado en la aplicación de Internet en la redacción, coincidiendo con el proceso de su renovación informática, y la introducción de 10 nuevas terminales con conexión a la red. Progresivamente, y también gracias a los cursos de formación, los redactores se han ido aproximando a esta tecnología. Aún queda un 39% de los periodistas que reconoce no utilizar Internet en sus rutinas diarias, pero con la introducción del sistema SPEN, y la reconversión profesional a la que todos tendrán que supeditarse, el recelo a la aplicación de esta tecnología cada día será menor.



Es un dato importante constatar que al aumentar el número de usuarios de Internet también lo ha hecho el porcentaje que considera que esta herramienta es muy útil en la práctica profesional. Si bien en el año 1997 sólo un 14% de la redacción utilizaba la red, este segmento, y aunque aún no era un elemento completamente integrado en la confección de noticias, valoraba Internet como una herramienta muy útil, con un 92% de los usuarios de la misma. Este porcentaje no se mantiene, sino que se reduce a un 89% cuando el número de usuarios crece significativamente al 61%. Esto quiere decir que a medida que Internet se extiende como herramienta en la práctica profesional aumenta también el porcentaje de aquellos que no la consideran útil para su labor profesional. Este hecho se explica fácilmente, ya que los primeros en aplicar Internet son los que ya están previamente convencidos de su utilidad práctica y son los que mejor valoran la herramienta, mientras que al ir universalizándose el uso de la red no sólo se incorporan aquellos que tienen una percepción positiva sino también los escépticos respecto a su aplicación y utilidad real.

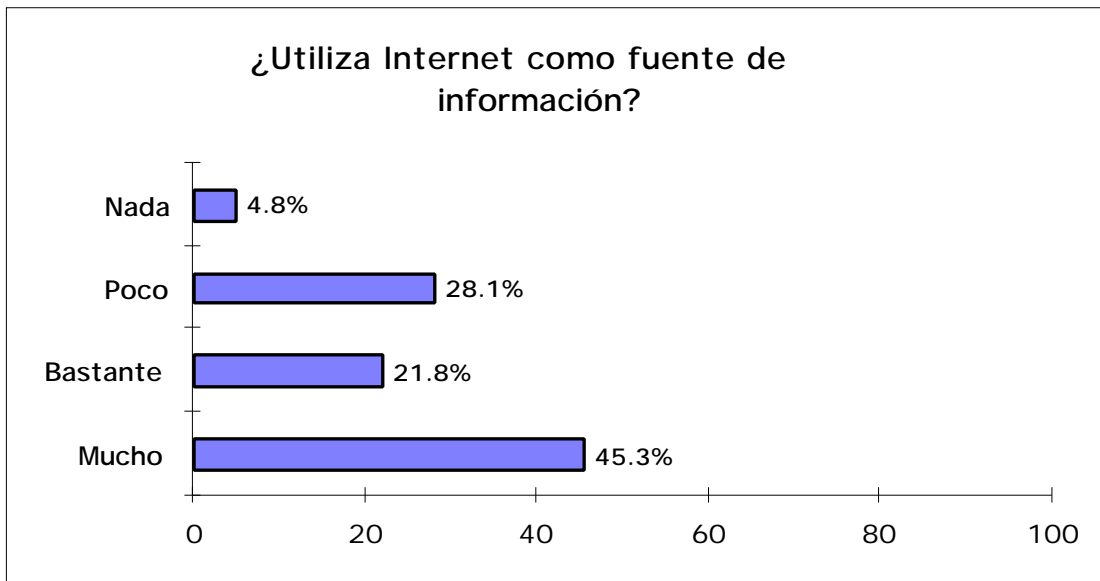
Otra de las cuestiones es el porcentaje de aplicación de Internet; aunque para la gran mayoría aún es un elemento residual, se perfila como una herramienta cada vez más instalada en las rutinas, en especial en la cobertura de aquellas noticias en las que las fuentes son de difícil acceso, como aquellas distantes geográficamente.



En nuestra observación, pudimos diferenciar entre los usuarios de Internet a aquellos redactores que sistemáticamente en la búsqueda de información o fuentes recurren a la red como una herramienta más, y a aquellos otros que únicamente se dirigen a ella en momentos concretos, cuando las vías tradicionales de información se han agotado.

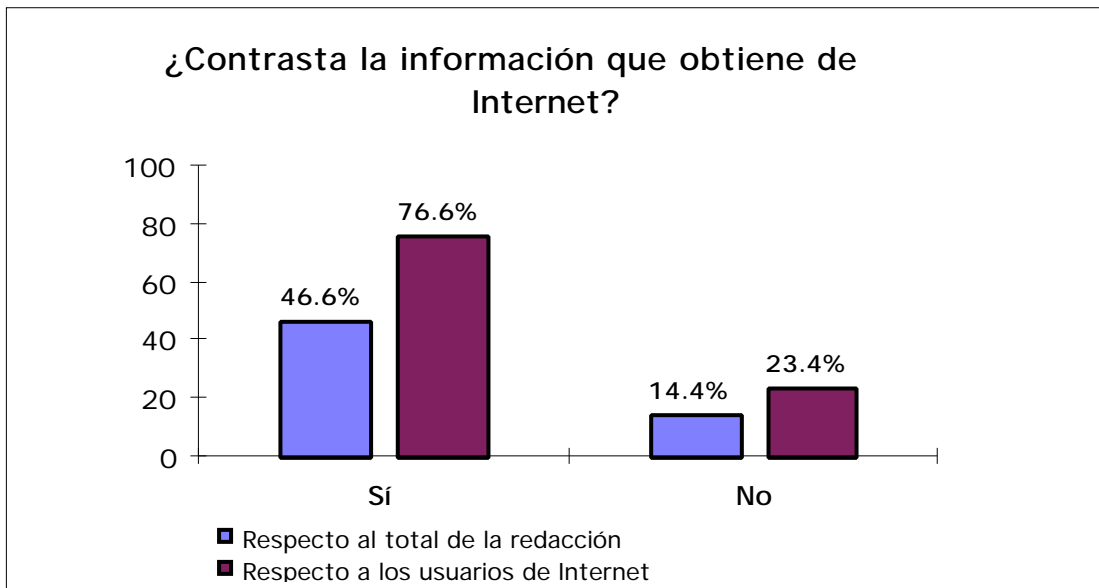
Quisieramos destacar que el 4.8% que utiliza internet entre un 75% y 100% de su actividad diaria corresponde a tres redactores muy concretos: al especialista de la sección de sociedad de temas relacionados con Internet, al responsable del proyecto informativo de *TVC Online*, y al redactor encargado de elaborar la agenda de previsiones de temas que nacen en Internet. Creemos que cada vez más la tendencia será aplicar la red al mismo nivel que el resto de las herramientas que el redactor tiene a su alcance, y englobar el uso de Internet en el porcentaje que va entre el 25% y el 50% de la actividad profesional diaria.

Al abordar la tipología de uso que de Internet hacen los redactores, diferenciamos por un lado la aplicación de los recursos que la red pone a su alcance, y por otro, el contenido extraído de ellos. Así, tenemos la opción de conocer cuál es el recurso más aplicado en la redacción de TV3 y cuál el menos utilizado, y de categorizar el tipo de material que se utiliza de la red, ya sea información o imágenes.

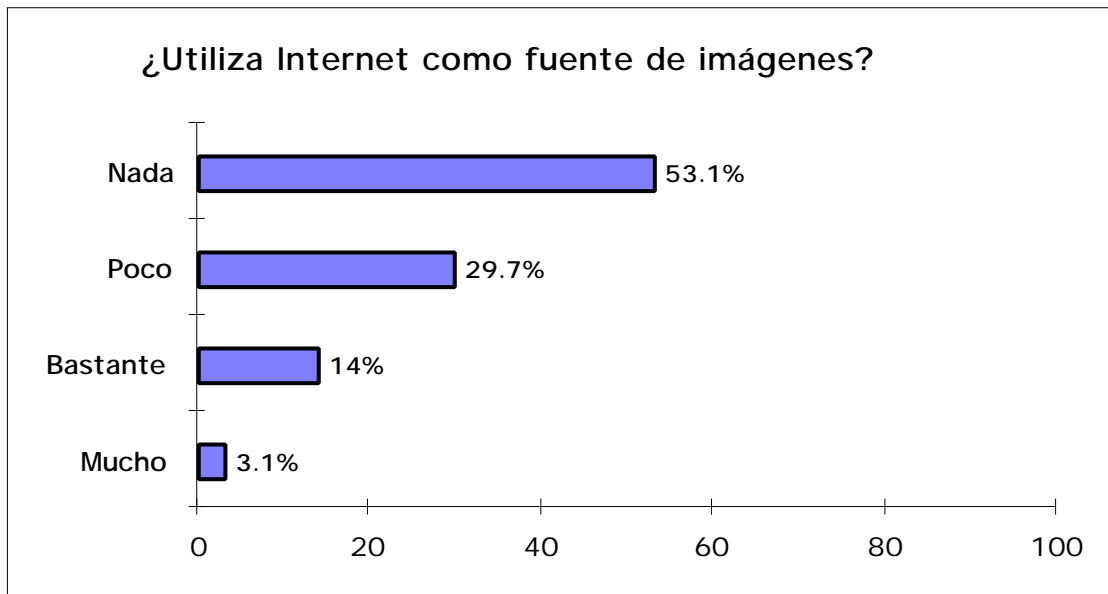


Para casi la mitad de los usuarios de Internet ésta se ha convertido en una herramienta de contacto con las fuentes de información. Como ya hemos visto, a través de sus diferentes recursos es posible contactar con cualquier tipo de fuentes y extraer de la red datos, cifras, bases de datos, testimonios, documentos gráficos y sonoros, etc. que de otra manera no estarían a disposición del periodista. Aún así, hay casi un 5% que no utiliza la red para extraer información útil en su práctica profesional, sino que aplican esta herramienta en otras funciones, sobretodo como sistema de comunicación.

La sobresaturación de información es, en la mayoría de los casos, el impedimento que hace imposible la aplicación de la red en la redacción de la noticia; es tanta la información disponible por este cauce que el periodista no dispone de tiempo suficiente para asimilarla y contrastarla. En nuestra observación, pudimos comprobar que hay dos actitudes diferenciadas respecto al problema de la sobresaturación: el periodista que selecciona varios de los primeros ítems extraídos de Internet y se centra en su aplicación, y áquel que, en cambio, frente al magma informativo desestima su aplicación y recurre a las fuentes tradicionales.



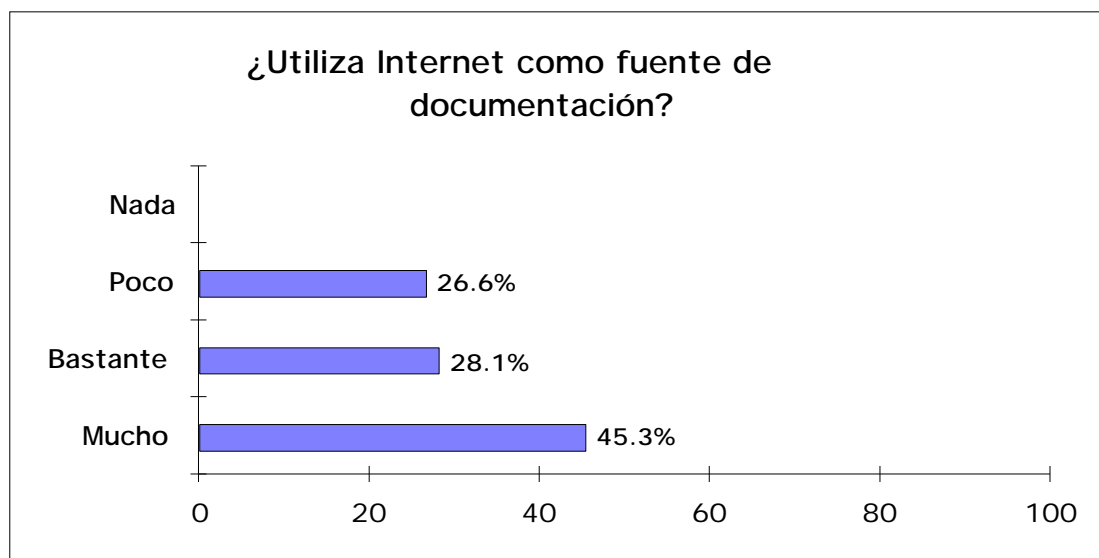
Uno de los pasos claves en las rutinas de producción informativa es el de contrastación de la información obtenida de las distintas fuentes. Por ello, preguntamos a los periodistas de TV3 si contrastan la información que obtienen de Internet. La respuesta fue sorprendente, ya que una cuarta parte de los usuarios de la red reconoce abiertamente no contrastar los datos obtenidos, mientras que el resto afirma que sí lo hace. La realidad que nosotros pudimos observar contradice a ese porcentaje de periodistas que afirma contrastar la información, ya que salvo casos muy excepcionales, y eliminando aquellas noticias cuya fuente en Internet era oficial, la tónica general es que no se contraste la información que se obtiene por este cauce. Podemos inferir de estos datos, que existe un riesgo real de contaminación informativa provocada por la misma naturaleza del material que aparece en la red, susceptible de ser manipulado en cualquier sentido.



La aplicación de imágenes procedentes de Internet es poco significativa, sólo un 3% reconoce utilizar este sistema habitualmente, lo que contrasta con el 29% que las utiliza poco, o el 53% que no las aplica nunca. El desarrollo e implementación tecnológica de las redes telemáticas, y sobretodo del *software* audiovisual han hecho posible que la transmisión de archivos de vídeo y de fotografía sean de una calidad válida para la retransmisión por televisión, pero su incidencia en los informativos televisivos de TV3 aún es limitada. Recordemos que, tal y como introdujimos en el punto dedicado a la evolución tecnológica de la cadena, tan sólo hay un capturador de imágenes con conexión a un magnetoscopio grabador en toda la redacción.

Los periodistas que recurren al uso de imágenes procedentes de Internet lo hacen, bien porque no están disponibles en agencias o documentación, bien porque la noticia está directamente relacionada con Internet y la presencia de sus imágenes es imprescindible para la comprensión del vídeo. Ejemplos del primer caso de aplicación de imágenes serían un reportaje sobre las características de la fiebre aftosa emitido en abril del 2001 e ilustrado con imágenes de animales enfermos tomadas de diversas webs de departamentos científico-sanitarios o la única filmación de la polémica destrucción de los Budas Gigantes de Afganistán que era propiedad exclusiva de una cadena norteamericana pero que se difundió por Internet de forma secuencial en marzo del 2001 y fue reproducida en su totalidad o en parte por diversas cadenas de televisión españolas, entre ellas *Televisió de Catalunya*. Del segundo tipo podríamos señalar la presentación de un modelo de ordenador Apple, durante nuestro periodo de observación, que se ilustró con las imágenes

de su web, ya que la red fue el único medio de comunicación que se utilizó para contactar con la prensa y difundir el acto de la presentación.



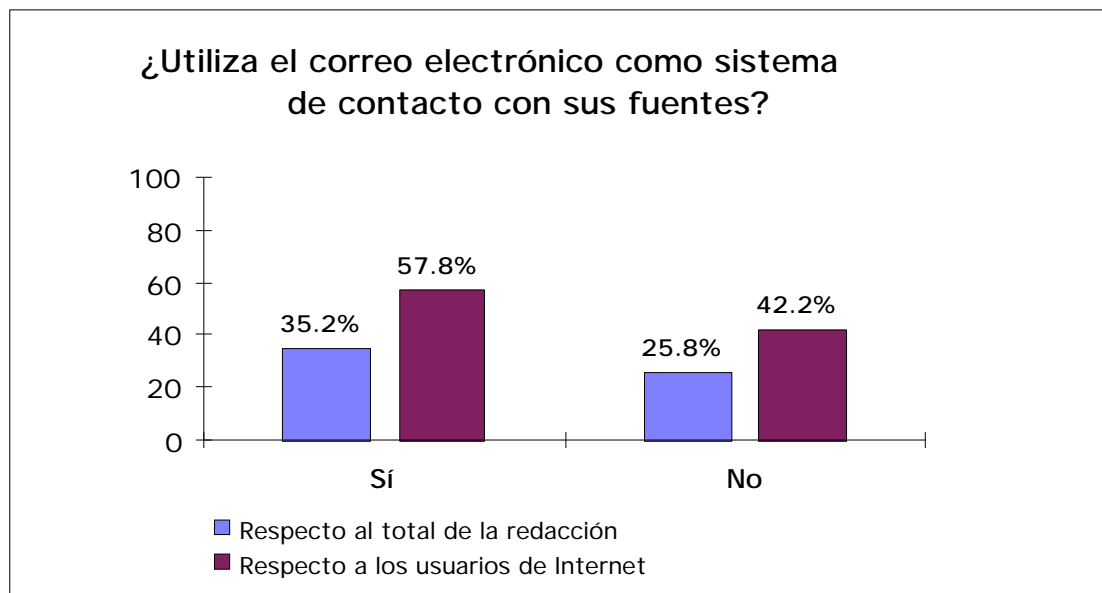
El departamento de Documentación no es el único que utiliza Internet para ampliar sus archivos; desde la instalación de los terminales informáticos con conexión a la red, son los mismos redactores los que utilizan este sistema para la documentación de temas o noticias, no en vano se dice que Internet es la base de datos más grande del mundo. Los sistemas de archivo que aplican los redactores de TV3 se estructuran en dos apartados: la Intranet y las carpetas de secciones.

La Intranet de TV3 ofrece al global de la redacción un apartado con más de 65 carpetas de recursos para los periodistas. En estas carpetas se encuentran indexadas más de 700 direcciones de páginas web, direcciones de correo electrónico y algunos de los foros o *chats* de mayor interés para el periodista, de manera que el redactor puede consultar directamente la URL que le interese. Los propios redactores pueden archivar en estas carpetas los recursos más habituales o de interés, de manera que se trata de un archivo en constante crecimiento. Por otro lado, las posibilidades de documentación se amplían en las carpetas de las secciones y en las propias carpetas de favoritos de los distintos redactores, de manera que cada cual puede crearse su propio servicio de documentación.

Con la introducción del sistema SPEN y el desarrollo de la Intranet de TV3 en futuras ampliaciones está previsto que el servicio de documentación de la cadena se integre completamente en las terminales de la redacción, para que los propios periodistas puedan realizar las búsquedas de datos o imágenes que precisen para la realización de sus

piezas informativas, y el departamento de Documentación sea más un servicio de apoyo y archivo que no de búsqueda directa, que quedaría en manos de los mismos periodistas.

Respecto a la aplicación de los distintos recursos que Internet pone al alcance de los periodistas las respuestas a nuestra encuesta fueron las siguientes:

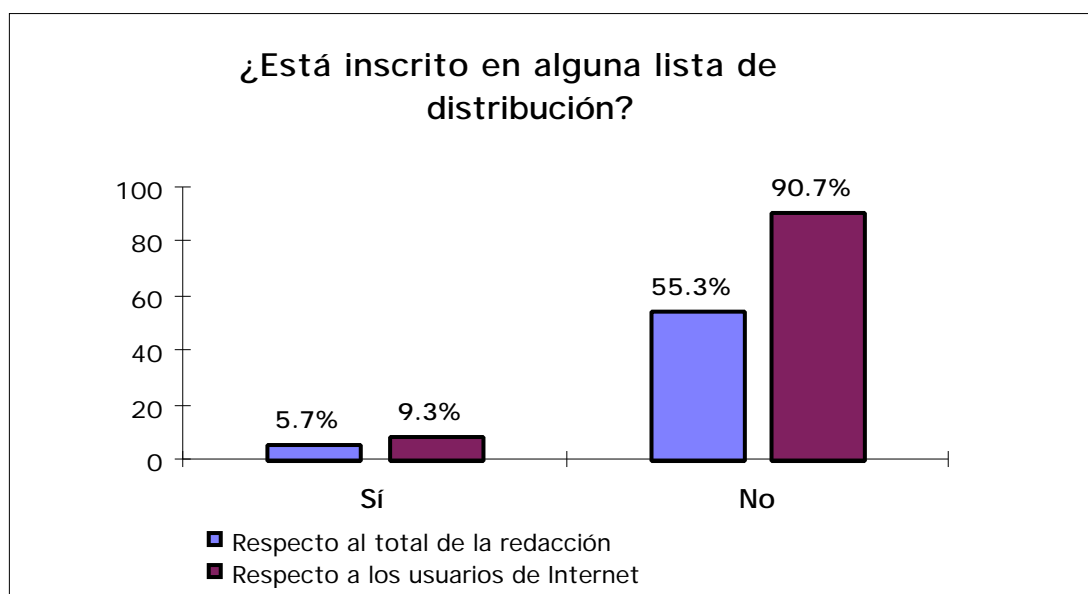


Que sólo poco más de la mitad de los usuarios de Internet reconozca utilizar este sistema de comunicación con sus fuentes nos parece escaso, cuando el correo electrónico es uno de los recursos más extendidos de Internet. Son diversas las causas de esta circunstancia, por un lado está el redactor reticente a aplicar nuevos instrumentos, y por otro, que en la actualidad son aún pocas las de fuentes de información que utilizan el correo electrónico como sistema de comunicación exclusivo con los medios, como hace Greenpeace. La realidad es que la mayoría de las fuentes está en un estadio de duplicación de las convocatorias y notas de prensa, que son enviadas simultáneamente por fax y vía *e-mail*. Aún así, cada día el número de responsables de prensa y gabinetes de comunicación que solicita el correo electrónico del periodista o de la sección para mantener un contacto más directo y activo está aumentando, por lo que el correo electrónico será el recurso que más se aplicará en las redacciones como sistema de comunicación. Las ventajas son múltiples, desde la rapidez, hasta la seguridad en la transmisión y la efectividad de la recepción de documentos, las cuales hacen que organismos como el Instituto Nacional de Estadística o el Ausbanc remitan sus informes por correo electrónico.

Tampoco se pueden olvidar aquellas fuentes que no son accesibles por las vías tradicionales de comunicación, como el teléfono, porque sólo están en la red, ya sea en los

foros de discusión o en un *chat*. La primera toma de contacto con estas fuentes tiene que ser forzosamente digital, para reconducirla a otros canales cuando sea necesario.

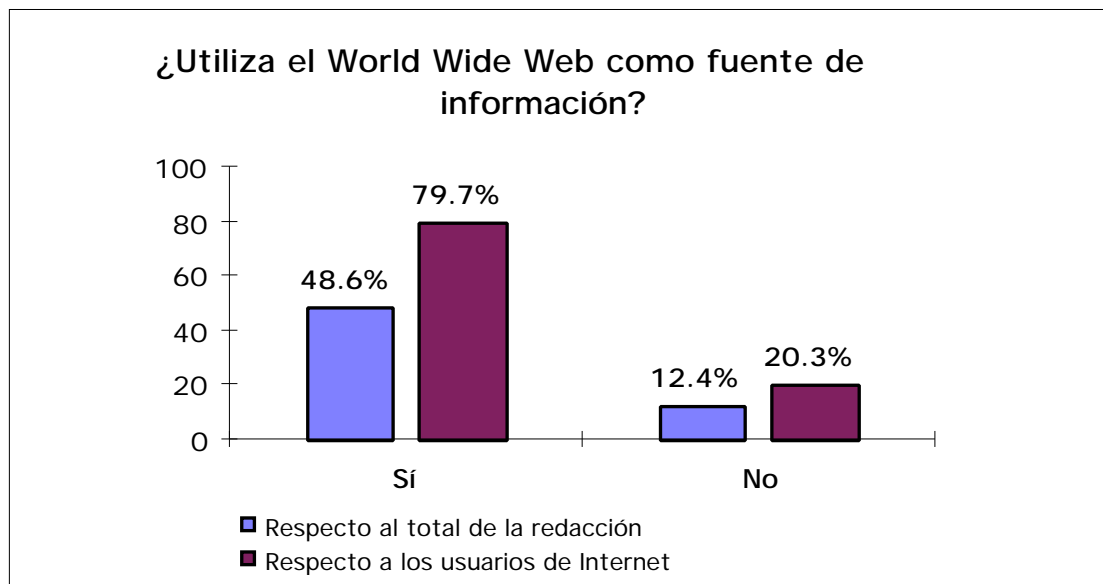
Por ahora sólo un 57% de los redactores afirma aplicar el correo electrónico como sistema de contacto con sus fuentes, pero en una lectura positiva, este porcentaje representa que el nuevo sistema de comunicación se ha impuesto en más de la cuarta parte de la redacción. Y podemos afirmar que se llegará a imponer al total de los redactores, incluso a aquellos más reacios a aplicarlo, porque es el futuro de la comunicación a distancia, y la tendencia es que las fuentes utilicen el correo electrónico en detrimento de otros sistemas de comunicación.



Del total de los usuarios del correo electrónico como sistema de contacto con sus fuentes, sólo un 9% reconoce estar adscrito a alguna lista de distribución. Este porcentaje es muy bajo para las posibilidades que este recurso ofrece en Internet, son cientos de miles las listas disponibles en la red, de cualquier temática y ámbito geográfico, y aunque la mayoría sean de habla inglesa, también es representativo el número de listas de distribución en español, e incluso en catalán.

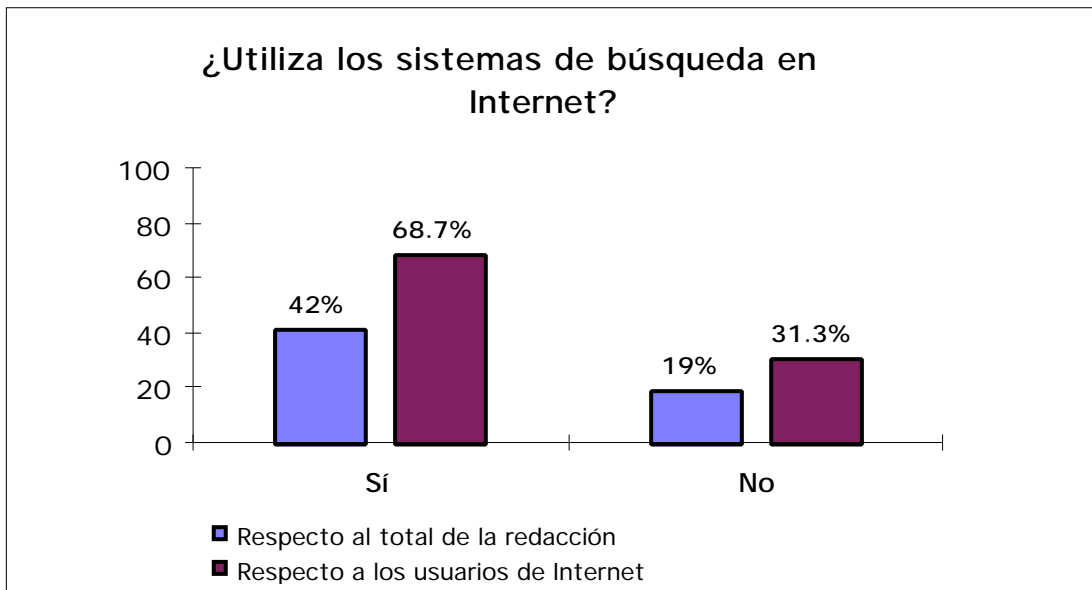
Por ámbito de interés son también muchas las listas de distribución que tratan sobre periodismo, reflexionando alrededor de cuestiones de la práctica diaria, sobre teorías de comunicación, e incluso sobre la libertad de prensa y expresión. Por ello, es un dato importante constatar que sólo una minoría utiliza este recurso en su práctica diaria. Las listas a las que están adscritos son las de Vilaweb, Grup de Periodistes Digitals, Journalist

Express, Infonews, e InfoBot. Vilaweb como lista de distribución de información de ámbito catalán, Infonews y Journalist Express sobre noticias de ámbito internacional, InfoBot sobre temas informáticos y de nuevas tecnologías, y finalmente la lista del Grup de Periodistes Digitals, donde se mezcla información del ámbito catalán con la temática exclusiva de periodismo digital y nuevas tecnologías.



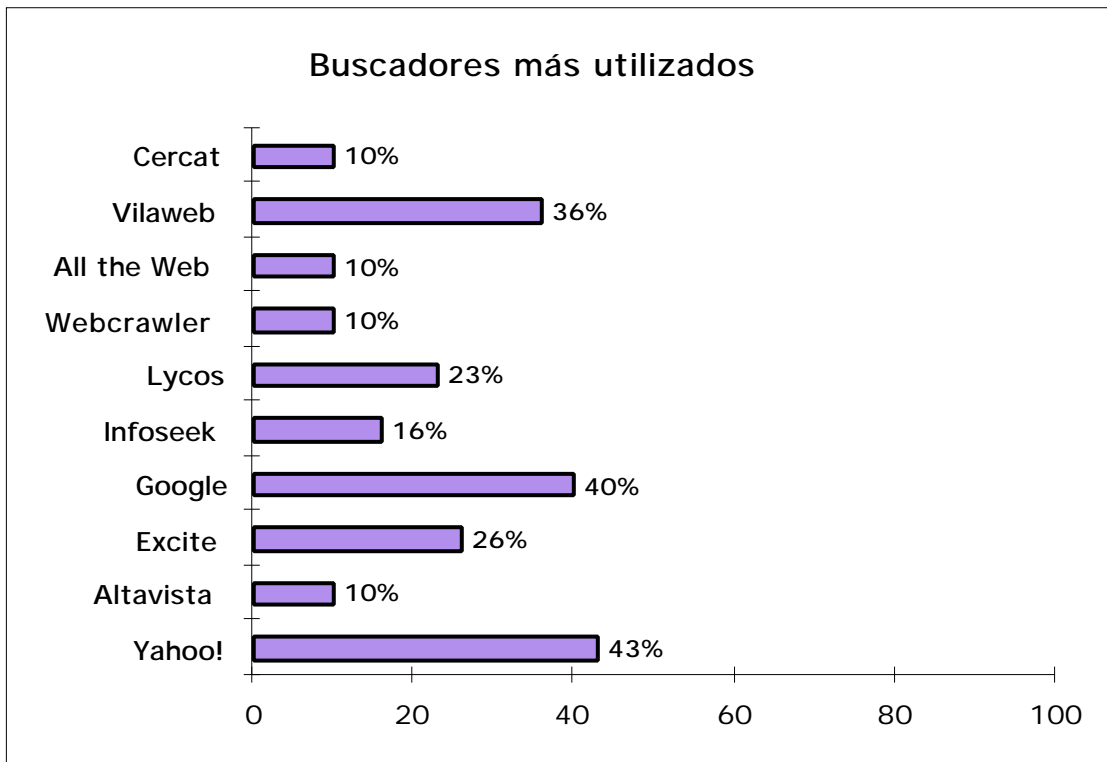
El 79% de los usuarios de Internet lo es del World Wide Web, lo cual representa la mitad de la redacción de informativos. Este es el recurso más utilizado de todos los que Internet pone a disposición del periodista, como también es el más extendido entre los internautas en general. El desarrollo de los navegadores que hacen cada vez más sencillo interactuar en la WWW, y la multiplicación de la oferta de páginas web, tanto de organismos, como de empresas o particulares, son algunos de los factores de la extensión y afianzamiento de este recurso.

Del resultado de nuestra observación extraemos que los redactores pueden agruparse en tres categorías principales según su sistema de navegación por la WWW. Están aquellos que conocen la URL de la página web que quieren consultar y acuden directamente a ella; están también los periodistas que inician y concluyen un itinerario digital aleatorio, viajando por el hipertexto sin un rumbo concreto sino con el objetivo de localizar posibles temas de interés; y finalmente los que recurren a la aplicación de un sistema de búsqueda que los conduce a una selección de páginas entre las que puede estar aquella que desean localizar en la web.



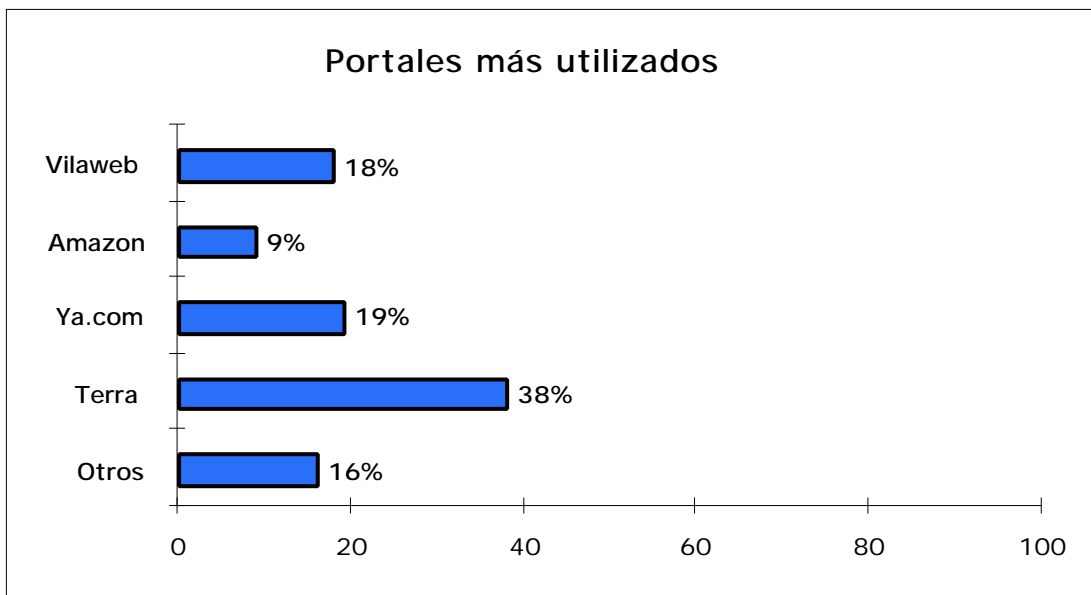
El uso de los buscadores es el sistema más extendido como fórmula de localización de las diferentes páginas web según la encuesta de los redactores: dos tercios reconocen utilizarlos habitualmente, mientras que el tercio restante afirma no utilizar sus recursos. En los cursos de formación interna se incidió especialmente en los distintos sistemas de búsqueda, en la posibilidad de establecer búsquedas avanzadas, y en la utilidad de este tipo de aplicaciones.

Pero las cifras facilitadas por la encuesta son completamente inversas a las extraídas en nuestro periodo de observación, del total de los redactores que utilizaron una web en la edición de su noticia, dos de cada tres conocía la URL, un 69%, mientras que sólo el 31% restante utilizó un buscador para localizarla. Una explicación para esta circunstancia puede ser el hecho de que en muchas de las noticias de nuestra observación la fuente de origen de la noticia facilitaba la dirección de la página web relacionada con la misma. Por ejemplo, la web de la Generalitat para las notas de la selectividad, la web del INE para la noticia sobre el consumo en España y Cataluña, o la web de la Fundació Jaume Bofill respecto al estudio de inmigración del año 1999.

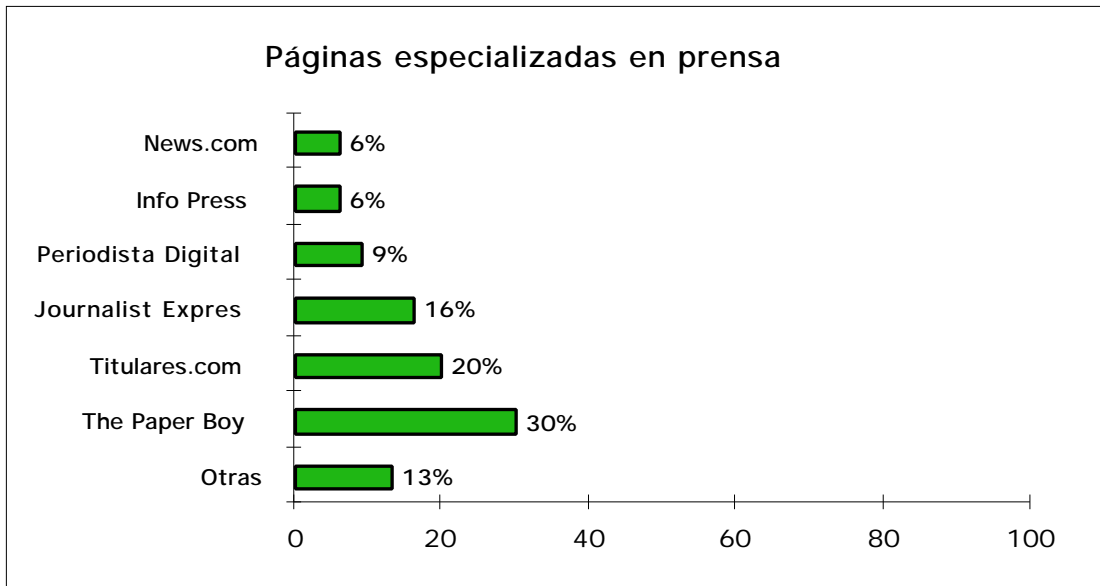


Dónde sí son plenamente coincidentes los datos extraídos de la encuesta y de la observación es en la tipología de buscador que se utiliza mayoritariamente en la redacción. El más utilizado es el indexador Yahoo!, como la mayoría de los redactores reconocen, es el más práctico de utilizar por su estructura cerrada, y el que tiene más probabilidades de acertar en la selección de páginas que ofrece al usuario que lo consulta. Como motor de búsqueda destaca el Google, aunque también se utilice el Excite y el Lycos. También es destacable el alto porcentaje de aplicación del buscador de Vilaweb, que se restringe a documentos del ámbito catalán, con lo que la selección previa es ya muy útil para el periodista; como buscador exclusivo de este ámbito geográfico le sigue el Cercat, pero siempre aplicado como segunda opción, sólo si la búsqueda ha sido infructuosa en el de Vilaweb.

El tipo de web que consultan los periodistas depende de las noticias que deben cubrir, o de las necesidades determinadas en cada momento. Aún así, preguntamos cuáles eran las páginas web más recurrentes, y las direcciones a las que nos remitían eran casi siempre las mismas. Excepto algunos casos excepcionales que no quedan reflejados en las gráficas que ofrecemos a continuación, los periodistas de TV3 consideran habitual la navegación por algunos portales, páginas especializadas en prensa y medios de comunicación.



El más utilizado es el portal de Terra, seguido de los de Ya.com y Vilaweb. El primero, que fue reconvertido a mediados del año 2000, se ha transformado en un portal muy dinámico y completo, además pertenece al grupo Telefónica, y es el portal que la mayoría de los redactores reconoce utilizar en su domicilio, junto con el portal de la empresa Menta. Por eso, el uso en TV3 responde a una proyección de un hábito particular y al uso de una herramienta con la que ya están familiarizados. El portal de Vilaweb, por su parte, responde a la descripción del “primer portal en catalán” con lo que resulta el más próximo al perfil del periodista que trabaja para una televisión autonómica. Con ello, podemos concluir que la tipología de portal aplicado responde a un esquema de familiarización con el mismo y a una cuestión de restricción geográfica útil en una emisora de ámbito regional.



Se trata de páginas web especializadas en un ámbito concreto del mundo de la comunicación: la prensa digital. A través de este tipo de servicio podemos acceder a cualquier periódico *on-line* del mundo, a una selección de las principales noticias del día, tanto de ámbito regional, nacional o internacional, e incluso podemos mantener una conexión continuada para recibir los boletines de actualización que ofrecen algunas de estas páginas.

En nuestra observación pudimos constatar que la página del Journalist News es muy recurrente en las pantallas de los ordenadores de la sección de Internacional, y que algunos de sus redactores la consultan sistemáticamente al inicio de la jornada laboral. También es habitual que algunos redactores den un repaso completo a Titulares.com antes de los consejos de redacción, y que la página de The Paper Boy se utilice para localizar algún medio de comunicación concreto, por ejemplo, durante nuestra observación un redactor de Internacional la usó en la localización de la versión digital del *The Jerusalem Post*.

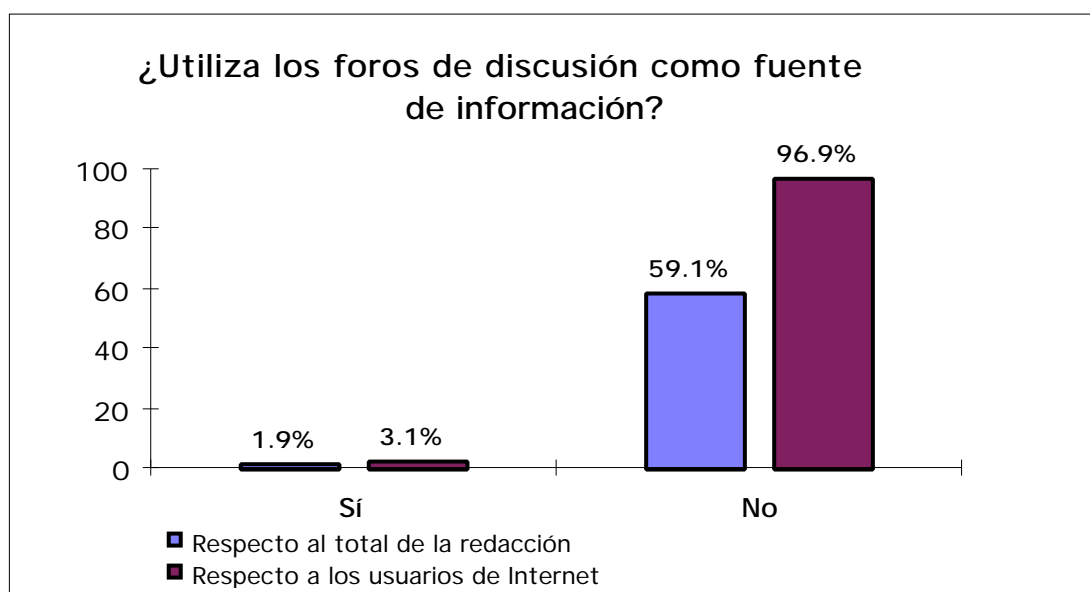


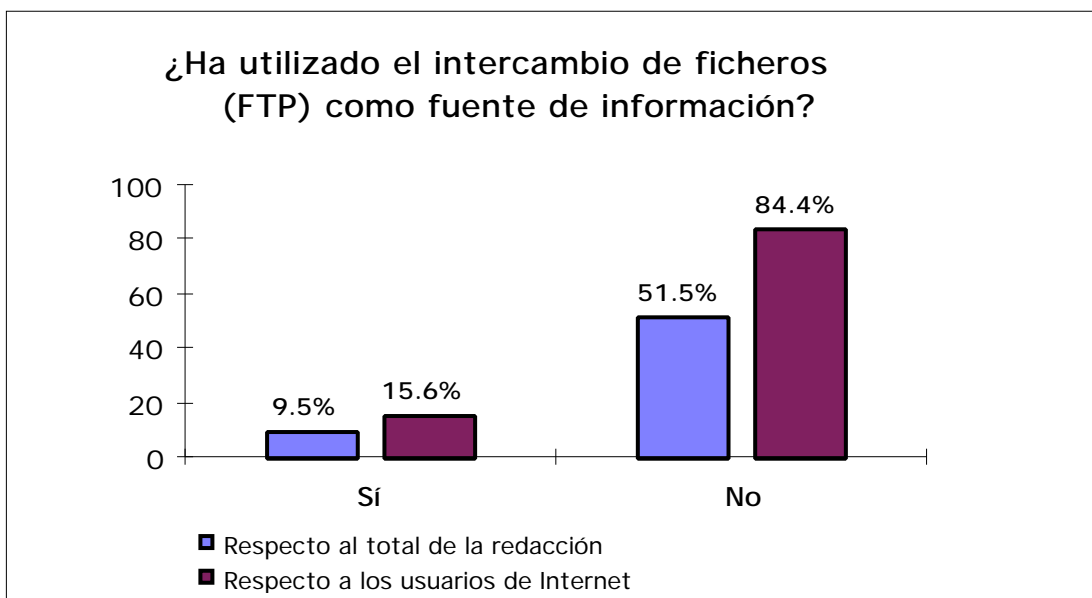
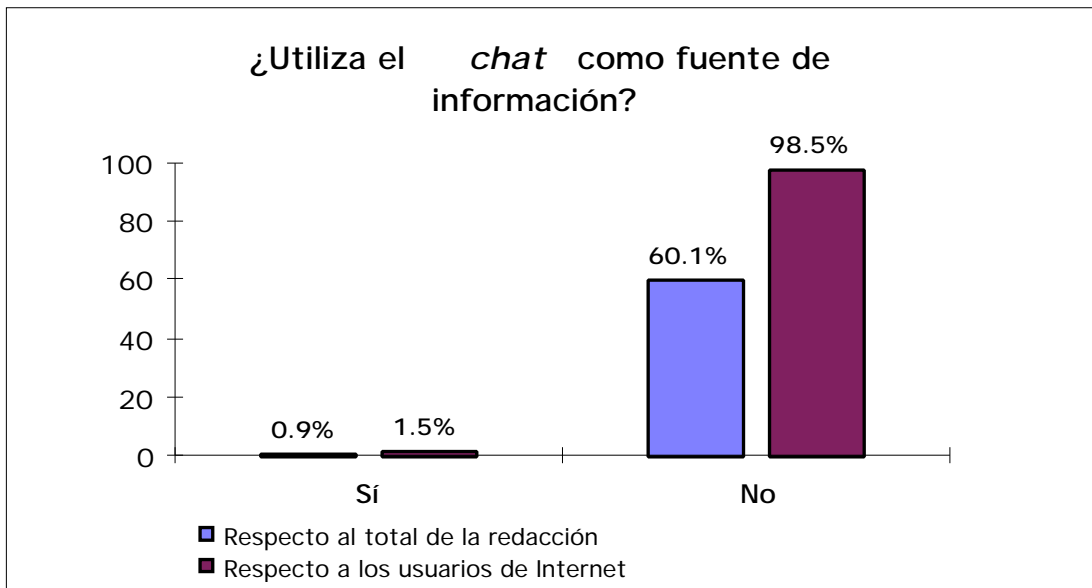
Respecto a los medios de comunicación observamos que en el listado de aquellos más utilizados por el global de la redacción sólo aparece una televisión la CNN, el resto corresponde a prensa escrita en formato digital. El medio de comunicación más consultado, sin lugar a dudas, es la versión *on-line* de *El Mundo*. Este periódico digital fue reconvertido a principios del año 2000, dividiendo su oferta en la red en varios portales especializados en el mundo del motor, la economía, la información general, la información especializada en nuevas tecnologías y el mundo laboral. De esta manera ya ofrecían al internauta una primera clasificación de sus contenidos y una especialización más concreta de cada uno de sus apartados informativos. Junto a la reconversión de contenidos y formas, hubo también una adaptación tecnológica y de la plantilla encargada de la versión digital. *El Mundo* no es sólo el medio de comunicación más consultado por los redactores de TV3, según la OJD en su informe de febrero de 2001, es este diario el líder de consultas a páginas web, tanto en número de entradas con 5.020.556 visitas, como en la cantidad de tiempo de conexión, o las páginas visitadas, un total de 46.609.567, superando a el periódico *El País Digital*, que hasta ese momento siempre había sido líder en la red¹⁸⁷.

¹⁸⁷ El mundo 23-04-2001. Pag 32.

El que fuera líder durante años es el segundo diario más consultado, con un 19%, el resto de los periódicos de ámbito español sólo llegan a un 5%, igualados con el porcentaje de consultas al *The New York Times*. Por otro lado, tenemos la CNN, página a la que recurren los periodistas, tanto para seguir parte de su emisión, como para la lectura de la versión *on-line* de muchas de sus noticias. Hay otros medios de comunicación que también son consultados por los redactores de TV3, pero el porcentaje no es representativo en sí mismo como para considerarlos individualmente, por eso en la categoría de “otros” hemos incluido todos aquellos medios también visitados *on-line* como *La Estrella Digital*, *Diari de Tarragona* o *Es Diari*.

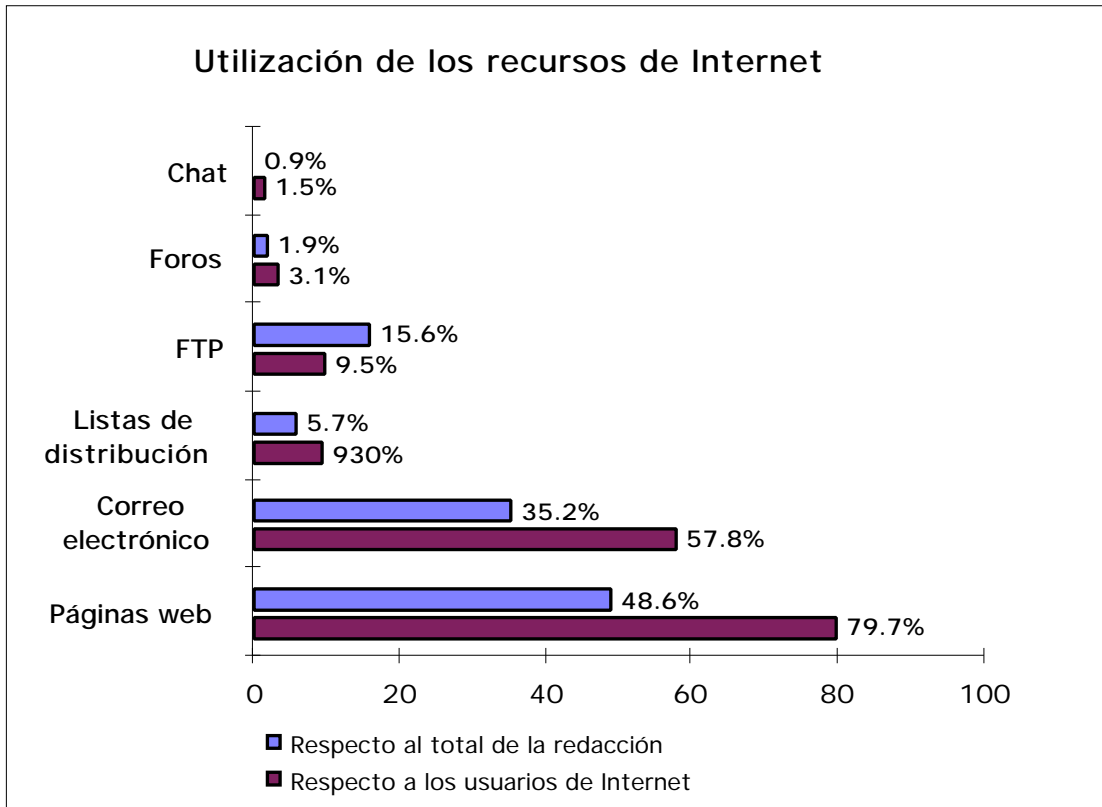
Además de la WWW, del resto de los recursos que Internet pone al alcance del periodista no hay ninguno que destaque por estar plenamente introducido en las rutinas de la redacción, más bien son elementos residuales que se aplican muy circunstancialmente, en aquellas noticias en las que la localización de fuentes es muy complicada, como el caso de la guerra de Bosnia. Hay algunas excepciones, serían, por ejemplo, todas las noticias emitidas en la semana de nuestra observación relativas al Festival Grec en Barcelona. El redactor encargado de cubrirlo, Toni Puntí, consultaba sistemáticamente el foro de opinión de los espectadores a través de la página web oficial del festival para consultar la opinión de aquellos que habían asistido al espectáculo e incluirla en la redacción de su noticia. Aún así, podemos afirmar que estos recursos están infrutilizados y que podrían aplicarse en determinadas noticias en las que contactar con fuentes primarias mediante las herramientas tradicionales es muy difícil o imposible.



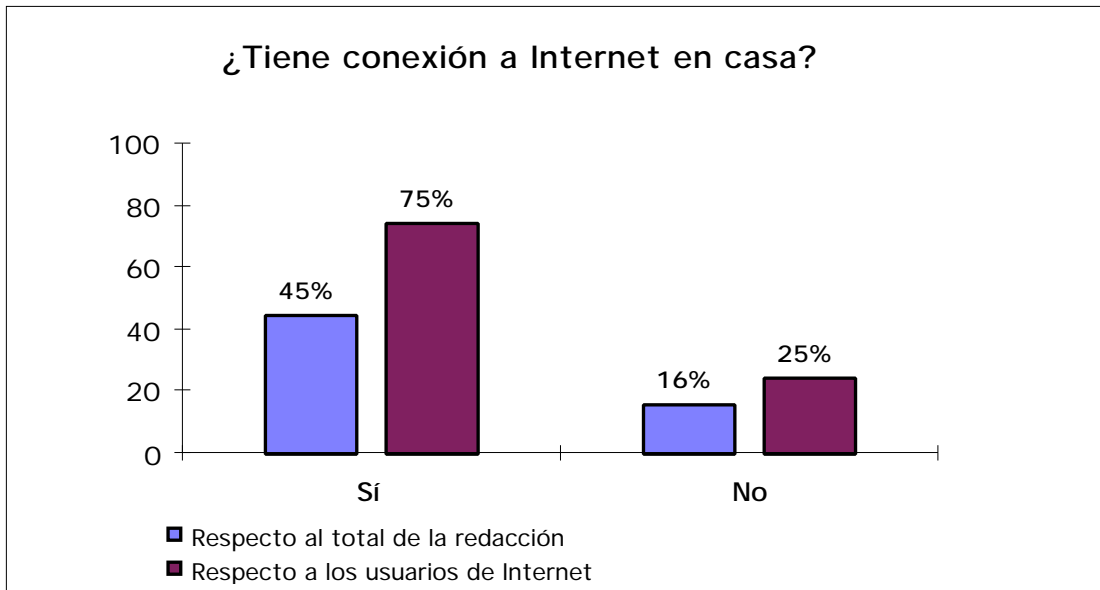


Como observamos en la interpretación de estas gráficas sólo el intercambio de ficheros FTP tiene un porcentaje de utilización representativo, con un 15% del total de los usuarios de Internet. La mayoría de los redactores que reconocen utilizar habitualmente este sistema pertenecen a la sección de economía, ya que muchas de sus fuentes les ofrecen programas de cálculo, archivos estadísticos e informes a través de este sistema de intercomunicación.

Observados de forma global, los porcentajes de aplicación de los diferentes recursos que Internet pone al alcance del periodista serían los siguientes:



Otros de los aspectos que nos parecieron necesarios tener en cuenta a la hora de diseñar la encuesta que entregamos a los redactores fueron, por un lado la relación que con este medio tienen los profesionales en su ámbito privado, y por otro, la implementación de esta tecnología en su empresa. Así, les preguntamos si tenían Internet en casa, si lo aplicaban como soporte a su actividad profesional y si estarían dispuestos a trabajar con esta tecnología desde sus domicilios, como ya hacen muchos de los periodistas digitales adscritos a medios de comunicación electrónicos. Del mismo modo consultamos si creían útil la introducción de esta tecnología en la redacción, y si creían necesario que TV3 ofrezca un servicio informativo *on-line*.

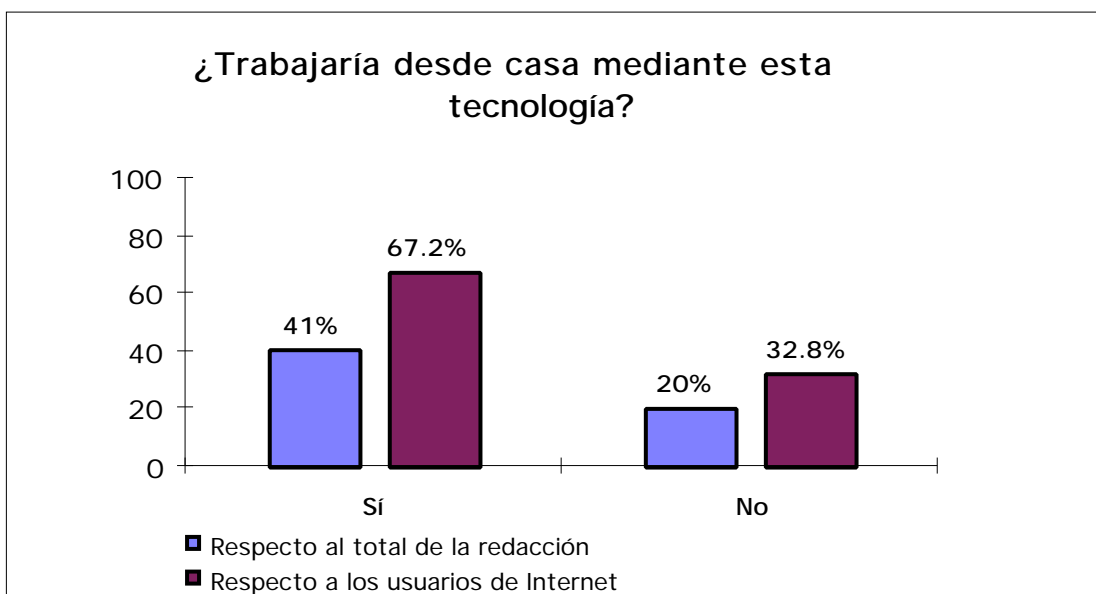


La mayoría de los usuarios de Internet están familiarizados con esta tecnología, ya que tienen conexión a la red en su domicilio. El resto de los redactores que utilizan Internet han hecho el esfuerzo por dominar el nuevo medio y aplicarlo en su ámbito profesional, ya que no disponen de otras fórmulas de interactuar con él fuera de la redacción, exceptuando los cibercafés, o eventualmente el terminal de un amigo.

En comparación con los datos de 1997, vemos que entonces, un 95% de los usuarios de Internet, 19 redactores, tenían conexión en casa, y que sólo un 5%, 1 periodista, había hecho el esfuerzo por aprender a navegar. Contrasta con el 75% de redactores conectados a la red en sus domicilios en el año 2000, 69 profesionales del total de la redacción, mientras que el 25% restante, 23 redactores, se han formado en la navegación independientemente a sus preferencias personales. Al aumentar el número de periodistas que utilizan esta herramienta, es natural que el porcentaje de ellos con acceso a Internet fuera del trabajo disminuya, ya que no todos tienen los mismos intereses telemáticos, ni pueden considerarse apasionados de la informática, circunstancia que sí se daba entre los usuarios de esta tecnología en el año 97.

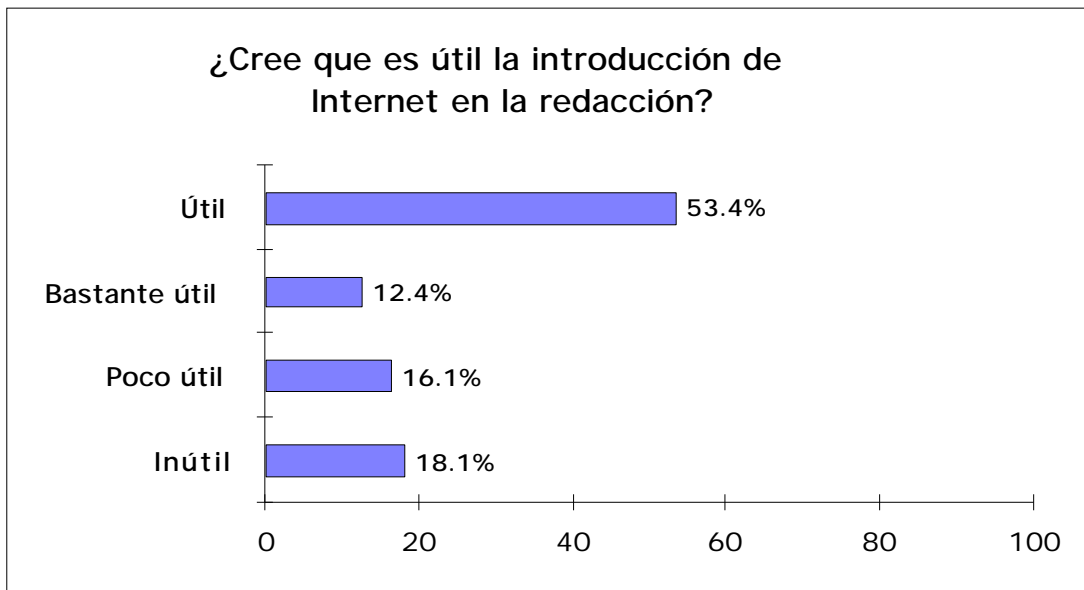


Más de dos tercios de la redacción con conexión a Internet en su domicilio lo utilizan como soporte para su actividad laboral. En este caso nos encontramos ante la figura de un periodista que al navegar encuentra información o datos interesantes que posteriormente aplica a su práctica profesional. En la concepción clásica del periodista, éste se encuentra motivado para informar de todo aquello que está a su alcance y en su conocimiento. En este aspecto Internet es una fuente constante de información, no se puede navegar a través de sus páginas web sin asimilar cierta cantidad de datos, y no podemos formar parte de un foro de discusión y aislarnos de cualquier información interesante que surja del mismo; no tendría lógica no aprovechar esta información si posteriormente es útil en la práctica profesional.



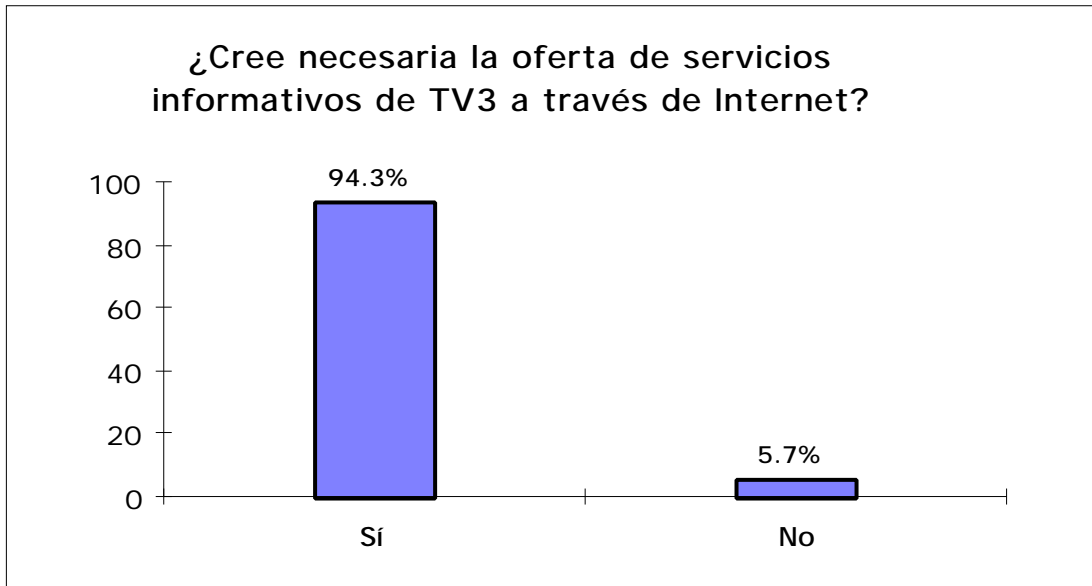
Sólo un 67% de los trabajadores familiarizados con esta tecnología trabajaría desde casa, un dato que contrasta con el 84% que en 1997 estaba dispuesto a formar parte del mundo del teletrabajo. La realidad es que con las nuevas tecnologías de la comunicación el periodismo es una de las profesiones más propensas al teletrabajo y a la extensión de redacciones no presenciales donde la comunicación de la plantilla sea exclusivamente virtual. En el terminal de su domicilio el periodista podrá recibir la información e imágenes necesarias para su pieza informativa; dispondrá del *software* adecuado para su edición; estará en línea con los jefes de sección y los editores del informativo; en definitiva, trasladará la redacción al despacho de su casa. Ya es técnicamente posible asistir a ruedas de prensa, conferencias, presentaciones, mesas redondas, debates o foros de manera virtual, e incluso realizar por este medio encuestas y entrevistas, pero, por supuesto, continuará siendo imprescindible trasladarse al lugar de los hechos cuando se trate de cubrir una información *in situ*.

Aunque la valoración del teletrabajo es positiva, aún hay un tercio de los periodistas que no querría prescindir de las ventajas que tiene la redacción presencial, sobretodo, del contacto con sus compañeros y de la interacción en la redacción con otros muchos elementos informativos que no discurren por las líneas telefónicas. La implantación del teletrabajo tendría unas repercusiones económicas considerables, y las relaciones interprofesionales cambiarían completamente. Pero la cuestión no parece que esté en manos de los periodistas, sino de gestores empresariales, que aún esperan que el sistema sea factible y se haya probado en otras emisoras de televisión, para poder contrastar las ventajas e inconvenientes a la hora de diseñar su propia teleredacción.



Más de la mitad de los encuestados cree que es útil la introducción de Internet en la redacción, independientemente de si la aplican o no en sus rutinas profesionales, y un 12% considera que es bastante útil. Esta respuesta coincide con las cifras de aplicación de esta tecnología, donde un 61% reconoce aplicarla. Es significativo que haya un 16% que lo considera poco útil y un 18% que crea que estamos frente a un elemento completamente inútil. En nuestra observación, y en algunas de las entrevistas que mantuvimos con periodistas completamente contrarios a la aplicación de Internet en sus rutinas, observamos que se trata de personas reacias a cualquier tipo de cambio y de innovación tecnológica, de hecho, coincidían en rechazar también los nuevos formatos de grabación digital.

El rechazo a Internet se sustenta en el desconocimiento de esta herramienta y en las dificultades que algunos de ellos manifiestan a la hora de navegar o de utilizar el correo electrónico. Utilizan como excusa que se trata de un sistema muy lento, que es difícil localizar una información concreta, que es un medio anónimo, e incluso lo califican como “juguete sin sentido”. A pesar de que algunos de ellos han asistido a los cursos de formación impartidos por Victor Clariana se resisten a aplicar sus habilidades, en especial manifiestan un fuerte rechazo hacia el correo electrónico, desconfiando de su privacidad o de la seguridad de transmisión de documentos.



El panorama de los medios de comunicación electrónicos nos muestra un perfil de presencia en red cada vez más activo y de calidad. Por eso, es natural que de manera prácticamente unánime la redacción de TV3 considere necesaria una oferta informativa de su emisora a través de Internet. Como ya explicamos el proyecto de *TVC Online* será completado a finales del año 2001, con el desarrollo de un portal especializado en comunicación, donde tengan cabida tanto *Catalunya Ràdio*, *Catalunya Informació*, *Catalunya Cultura* y *Catalunya Música*, como TV3, K3 y el 33. Dentro de este portal habrá un espacio destinado a la información, con las noticias de actualidad en formato electrónico y la emisión, tanto en directo, como en diferido, de los distintos *Telenotícies*, y los vídeos que los compongan.

4.2.3. El informativo e Internet

En el periodo de observación correspondiente a la última semana de junio de 1999 estudiamos la relación que se establecía entre los periodistas de la redacción de informativos diarios y la herramienta Internet, estableciendo las pautas de navegación y aplicación de la información obtenida en la edición de las piezas informativas. No realizamos una prospección exhaustiva en las escaletas de los diferentes *telenotícies*, ni profundizamos en la relación que se establecía en cada una de las noticias con las fuentes de información. Internet como herramienta en las rutinas productivas apenas era utilizada por más del 23% de los integrantes de la redacción y su proyección práctica en los informativos se limitó a un 6% del total de las noticias emitidas. Si bien, no podíamos hablar de una revolución de las rutinas productivas, sí que se apuntaba una tendencia

ascendente en la consolidación de este instrumento y se preveía una posible transformación de las mismas cuando Internet acabara de implantarse con entidad propia en la redacción y fuera aplicada por la mayoría de los redactores en sus rutinas diarias. Esta circunstancia obligaba a realizar una segunda observación en profundidad donde se comprobara que esta tendencia se consolidaba realmente y que variaban tanto las rutinas como los contenidos informativos por la incidencia de Internet.

Establecimos un segundo periodo de observación en la redacción de TV3, donde analizamos los informativos *TN Migdia* y *TN Vespre* de la semana del 17 al 21 de julio del año 2000. Es necesario señalar que entre estos dos informativos existen diferencias sustanciales propiciadas tanto por la propia dinámica del devenir informativo como por los distintos criterios periodísticos de sus editoriales. Así, en el *Telenotícies Migdia* tienen cabida un mayor número de piezas informativas ya que para su responsable, Manel Sarrau, prima ser el referente informativo televisivo de Cataluña, estableciendo un producto resumen de toda la jornada informativa donde el tiempo que se le dedica a cada vídeo es inferior al tiempo que se le dedicará por la tarde. Esta práctica es de hecho un reflejo de la manera en que cómo se desarrolla la actualidad informativa, ya que suele ser a lo largo de la mañana cuando se acumulan la mayor parte de ítems de la agenda. Por su parte, en el *Telenotícies Vespre*, su editor Carles Francino establece una media de duración de los vídeos superior a la del informativo anterior, donde haya espacio para la reflexión y la contextualización de la información, además en su política de edición desestima incluir aquellas noticias que no son susceptibles de ser actualizadas con nueva información y que considera de repercusión informativa menor, esto se traduce en un número de noticias inferior en este informativo. La tarde-noche informativa es habitualmente menos rica respecto a la producción informativa, pero permite una perspectiva de análisis mayor. En lo que no se diferencian las dos ediciones informativas es en los turnos de periodistas por *telenotícies*, tuvieron una media de 29 redactores diarios, siendo prácticamente estables las plantillas del turno de mañana y de tarde, dado que sólo hubo dos periodistas que cambiaron de turno y uno que tuvo dos días festivos.

Tal y como introdujimos en la metodología, nuestro objetivo era comprobar la incidencia del uso de Internet en el contenido de las piezas informativas; para ello, seleccionamos y analizamos aquellas noticias en las que el redactor utilizaba algunos de los recursos de la red en su confección, y aquellas piezas informativas que se cubrían exclusivamente desde la redacción, o eran susceptibles de estar presentes en la red. El

trabajo de campo se dividió en dos líneas de actuación, por un lado observamos el tipo de relación que establecía el periodista con la red; para ello hicimos un seguimiento del total de los terminales informáticos de la redacción, tomando nota de la temática seguida por el redactor, del trayecto virtual establecido, del sistema de búsqueda, la forma de consulta (en pantalla o imprimiendo), el tiempo de conexión, y sobre todo si aplicaba los resultados de la navegación en la confección de la noticia. Por otro lado, realizamos una búsqueda paralela de datos en Internet de aquellas noticias seleccionadas para el análisis en las que el redactor no utilizaba este instrumento. En primer lugar, como ya explicamos, nos centramos en los recursos de la web, aunque también profundizamos en otros, como los foros o el *chat*, cuando la noticia que seguíamos era susceptible de tener presencia en alguno de ellos.

En un segundo periodo del estudio, contrastamos la información utilizada por cada redactor en la edición de sus noticias, clasificando la tipología de fuentes y su aplicación práctica. En aquellas noticias en las que el redactor no utilizaba Internet, pero nosotros habíamos localizado datos, también cruzamos la información que habíamos obtenido de la red con la información de la que disponía el periodista, para comprobar si su aplicación hubiera aportado algún beneficio.

Analizamos 102 noticias del total de las 233 contempladas en los *telenoticias* objeto de nuestra observación. Hubo 30 en las que el redactor se desplazó para la cobertura de la noticia, el resto, 72, se cubrieron exclusivamente desde la redacción de informativos. Los periodistas consultaron Internet y encontraron información útil para la confección de los vídeos en 46 ocasiones, es decir, en un 45% de los casos posibles. A esta cifra cabría sumar nuestra propia prospección que dio como resultado que podrían haberse obtenido datos de interés en otros 22 casos, es decir, en un 21.5% más. Sumando ambos parámetros obtenemos que Internet se presentó como una herramienta útil en un 66.5% del total de las noticias analizadas, es decir, que en dos de cada tres temas la red aportó información suplementaria a la que proporcionaron las fuentes por las vías tradicionales. El 33.5% restante corresponde a situaciones en las que no había datos de información útiles disponibles en la red, aunque la fuente tuviera proyección electrónica.

Formalmente hemos dividido los resultados de nuestra observación en dos bloques que nos permiten analizar con exhaustividad cuál fue la aplicación exacta de Internet en las informaciones recogidas. En primer lugar mostraremos 10 tablas de análisis

correspondientes cada una de ellas a los diferentes *telenotícies* incluidos en nuestro estudio. Dentro de cada una de las jornadas informativas se incluyen los dos informativos principales de la emisora catalana, correspondientes a las franjas horarias de tarde, el *TN Migdia*, y noche, *TN Vespre*, siendo la hora de inicio de cada emisión las 14:30h y las 21:00h respectivamente. Cada uno de estos informativos tiene asignada en principio una duración estandar de 45 minutos, a la que por necesidades de parrilla debe atenerse, con la única excepción de tener que dedicar más tiempo a algún acontecimiento extraordinario o de última hora. El análisis individual y pormenorizado de las escaletas de los informativos nos permitirá ver en conjunto el grado de aplicación de Internet en cada una de las piezas básicas de información, los vídeos; y también en relación a su principal vehículo de transmisión, el boletín informativo. De la misma manera que nos facilita la observación con perspectiva de la evolución de la información durante el día, contrastando el contenido de las noticias y si la aplicación de Internet se inicia y continúa.

En segundo lugar hemos agrupado los porcentajes totales del análisis de los informativos para ofrecer así una visión global de la introducción y aplicación de Internet en la redacción. A su vez, hemos considerado necesario dividir este análisis general en dos apartados, uno genérico respecto al total de las noticias analizadas y otro particular respecto a las noticias en las que se aplica Internet como herramienta de contacto con las fuentes. De esta manera, podemos concretar más la tipología de relación que se establece con las fuentes a través de Internet y la clasificación de fuentes a la que se accede por este sistema. También se centra el análisis en la forma de navegación del periodista y en el sistema de aplicación de sus recursos.

4.2.3.1. Análisis de los telenotícies

A continuación presentamos las tablas de contenido y uso de fuentes de información en los distintos informativos. En la presentación formal de los *telenotícies* analizados, hemos incluido todas las noticias que están presentes en la escaleta, aquellas que se proponen en el *Consell de redacció* (marcadas con una +), las que se proponen a lo largo de la jornada laboral (marcadas con un *) y las que definitivamente no se incluyen en la emisión del informativo (marcadas con una !). También hemos añadido aquellas piezas informativas que sin formar parte de los *telenotícies* fueron preparadas durante nuestra observación y en las que el redactor utilizaba Internet como una herramienta más en sus rutinas, algunas de ellas se emitieron en el fin de semana posterior a nuestra investigación,

y otras formaron parte del archivo de noticias que eran susceptibles de ser emitidas en un día de bajo contenido informativo, son las que se conocen en la redacción como *notícies de calaix* (noticias de cajón).

Para el análisis de cada una de las noticias se han tenido presentes las siguientes variables: cobertura, sección informativa, sexo y edad del periodista encargado del tema, fuente de origen de la noticia, fuentes utilizadas por el redactor, aplicación de Internet por el redactor (diferenciando los recursos aplicados), tipo de material que utiliza en el vídeo, y los recursos en Internet localizados por el investigador en aquellas noticias en las que el redactor no los aplica.

Por lo que respecta a la cobertura podemos diferenciar básicamente las figuras de: el redactor, si lo cubre exclusivamente desde la redacción; el redactor desplazado, que sigue la noticia *in situ*; el delegado, que trabaja permanentemente en un centro informativo diferente de la redacción central; el corresponsal, destinado en el extranjero; y el ENG, correspondiente a un equipo especializado de dos personas que se desplazan al lugar de los hechos, que trabajan indistintamente como redactor y operador de imagen, y no están asignados a ninguna sección concreta, variando en función al tipo de información que cubren.

En cuanto a secciones distinguimos todas las establecidas en la redacción de informativos de TV3: Sociedad, Internacional, Política, Cultura, Economía y Cataluña. Tal y como ya hemos especificado anteriormente, esta última sección trabaja exclusivamente para el *Telenotícies Catalunya*, el informativo comarcal que se emite diariamente a las 14:00h, se trataría pues, excepcionalmente, de una miniredacción asignada permanentemente a un informativo. Cuando las informaciones que cubre este equipo pasan a ser incluidas por su interés en alguno de los *telenotícies* generales de la emisora, la responsabilidad de elaboración y seguimiento de la información recae automáticamente en la sección a la que corresponda el ítem informativo. Por ello, Cataluña desaparece como sección en nuestro análisis de las escaletas, aunque sí formó parte de la observación que realizamos y está presente en el global de la tabulación de los datos de uso y aplicación de Internet por los redactores.

El sexo de los periodistas lo diferenciamos con la M de mujer y la V de varón, mientras que su edad la hemos clasificado en función a la que manifestaron tener en las

encuestas. Así, el 1 corresponde al periodo comprendido entre 20 y 29 años; el 2 al periodo comprendido entre 30 y 39 años; el 3 al periodo que va entre 40 y 49 años; y el 4 al periodo entre 50 y 65 años.

En el apartado correspondiente a las fuentes aplicadas en la redacción de la noticia hemos utilizado la numeración que establecimos en el punto 3.1 al enumerar las distintas fuentes de información que reconocíamos en la presente investigación y que ahora recordamos:

1. Agencias
2. Delegaciones y corresponsalías
3. Testigos e implicados
4. Documentación
5. FORTA
6. Medios de comunicación
7. Organismos e Instituciones
8. Partidos Políticos
9. Patronales
10. Sindicatos
11. ONG
12. Expertos
13. Otras fuentes

Respecto a la aplicación de los recursos procedentes de Internet en la confección de la noticia, hemos enumerado aquellos que utiliza el redactor, pudiendo ser la Web, el *chat*, el foro o el intercambio de ficheros FTP. Una vez establecido que el periodista utiliza alguno de ellos, diferenciamos el tipo de material que aplica, ya sea exclusivamente información, o también imágenes procedentes de la red.

Finalmente, queda el apartado correspondiente a los recursos localizados en nuestra búsqueda paralela por Internet. En aquellas noticias en las que el periodista no utiliza esta herramienta, pero nosotros localizamos información susceptible de ser añadida al vídeo, por ser original y diferente a la que se podía obtener por las vías tradicionales de comunicación con las fuentes, hemos señalado la tipología de los recursos presentes en la web. En aquellas noticias en las que, a pesar de haber realizado una búsqueda exhaustiva

ayudados por diferentes buscadores, la red no aporta nada original a la pieza informativa, ya sea porque en Internet no hayamos encontrado nada referente a la información, o porque, aunque tengan presencia electrónica sus protagonistas, no se trata de un vehículo de información útil, hemos utilizado la palabra “No”.

TN MIGDIA 17-07-2000	COBERTURA	SECCIÓN	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Movilizaciones contra ETA Málaga	Redactor despl.	Política				
+ Barrotes y el País Vasco	Delegado	Política				
+ Movilizaciones contra ETA Catalunya	ENG	Política	M	2	Org. e Inst	
+ Homenaje de los concejales del PP al concejal de Málaga	Redactor	Política	V	3	Partido político	
+ Situación de Siria	Redactor despl.	Política	V	2	Delegado	
+ Situación ETA y el País Vasco	Delegado	Política				
+ Víctimas y la violencia doméstica	Delegado	Sociedad				
+ Accidente de los Ferries	Redactor	Sociedad	V	2	Agencias	
+ Incendio de Droppesa	ENG	Sociedad				
+ Acuerdo de compensación víctimas de nazis	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	
+ Liberación rehén Jolo	Redactor	Internacional				
+ Accidente de avión en la India	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	
+ Debate del PSOE	Delegado	Política				
+ Moción anti Abertzain	Redactor	Política				
+ Fuga tóxica en Canadá	Redactor	Sociedad	M	2	Agencias	
+ Movilización de los sindicatos	Redactor	Sociedad	M	3	Sindicato	
+ Entradas por la Junquera	ENG	Sociedad				
+ Detenido incendio Salou	Delegado	Sociedad				
+ Julio Lissas	Redactor despl.	Sociedad				
+ Presentación programa TV3	Redactor despl.	Cultura				
+ Un día en el corral	Redactor despl.	Cultura				
+ Festival de Sant Feliu	Redactor	Cultura	M	1	Org e Inst	
+ Arraiz reclama a Mayor Orja	Delegado	Política				
+ La ley de extranjería	Redactor	Sociedad				
+ Accidente Tarragona	Delegado	Sociedad				
Preparación de temas						
+ Plage de mosquitos	Redactor	Sociedad	V	3	Busqueda Int	
+ Picudos medicinales	Redactor	Sociedad	M	3	Agencias	
+ Comisión Europea	Redactor	Economía	V	3	Agencias	

Noticias analizadas del global de la jornada informativa.

TN VESPRE 17-07-2000	COBERTURA	SECCIÓN	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Alentado en Málaga	Delegado	Política				
+ Situación Siria	Redactor desplazado	Política	V	2	Delegado	
+ PP-PNV	Delegado	Política				
+ Estado de ETA	Delegado	Política				
+ Patinillo urbano	Redactor	Sociedad	M	2	Medios comunicación	
+ Asesino de Lesseps	ENG	Sociedad				
+ Crimen de Vinaros	Delegado	Sociedad				
+ Accidentes de tráfico	ENG	Sociedad				
+ Esclavos nados	Redactor	Internacional	V	2	Agencias	
+ Rusia	Redactor	Internacional				
+ Huelgas sindicales	Redactor	Sociedad				
+ OPEP	Redactor	Economía	V	3	Agencias	
+ Accidente India	Redactor	Internacional	M	2	Agencias	
+ Rehén liberada	Redactor	Internacional				
+ PSOE	Redactor	Política				
+ Crónica Anar	Corresponsal	Política				
+ Fruta seca	Redactor	Sociedad	M	2	Sindicato	
+ Madres organizadas	Redactor desplazado	Sociedad	V	2	Testigos e implicados	
+ Pau y su hermano	Redactor desplazado	Cultura				
+ PSC-PSOE	Redactor	Política				
Preparación de temas						
+ Sistemas de riesgo	ENG	Sociedad	V	2	Busqueda personal	
+ Telefonía móvil	Redactor	Economía	V	3	Agencias	
+ Dali	Redactor	Cultura	M	1	Busqueda personal	

TN MIGDIA 18-07-2000	COBERTURA	SECCIÓN	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Anar desde Algeiras	Corresponsal	Política				
+ PNV Naciones de Arzaiz	Delegado	Política				
+ Acuerdos fruta seca	Corresponsal	Sociedad				
+ Valoración gobierno catalán	Redactor desplazado	Sociedad				
+ Agricultores sobre el terreno	ENG	Sociedad				
+ IPC europeo crece	Redactor	Economía	M	2	Agencias	
+ Monitor en Barcelona	Redactor desplazado	Economía				
+ I AUSBANC	Redactor	Economía	V	2	Agencias	
+ Plataforma inmigrantes	ENG	Sociedad				
+ Votación	ENG	Sociedad				
+ Contaminación Palma de Mallorca	Delegado	Sociedad	M	3	Testigos e imp	
+ Sentencia Biescas	Redactor	Sociedad	V	2	Agencias	
+ Camp David	Corresponsal	Política				
+ Putin en china	Redactor	Internacional				
+ Renda a Alemania	Redactor	Internacional				
+ Satón Gaudi	Redactor desplazado	Cultura	M	3	Patronal	
+ Balloons al Grc	Redactor desplazado	Cultura	V	2	Org. e Inst.	
+ Nena de Mozambique	Redactor	Internacional	V	3	Medios com.	
+ Vacuna antimalaria	Redactor	Sociedad	M	3	Agencias	
+ Mibor se dispara	Redactor	Economía	V	2	Agencias	
+ Okupas en Sant Cugat	ENG	Sociedad				
+ Arzaiz responde al gobierno	Delegado	Política				
+ Conflicto laboral Francia	Corresponsal	Internacional				
+ Fuga de petróleo en Brasil	Redactor	Internacional				
+ Muere Ramon Aramon	Redactor	Cultura				
+ Muere Tomás Valiente	Redactor	Cultura				
Preparación de temas						
+ ONG fin de semana	Redactor	Sociedad	M	3	Busqueda per.	
+ Tráfico de diamantes	Redactor	Sociedad	V	2	ONG	

TN VESPRE 18-07-2000	COBERTURA	SECCIÓN	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Anar insulta al PNV	Corresponsal	Política				
+ PNV contra PP y EH	Delegado	Política				
+ Mujeres muertas en Valencia	Delegado	Sociedad				
+ Niños y plataformas	ENG	Sociedad				
+ Inmigrantes en Italia	Redactor	Sociedad	V	3	Agencias	
+ Fruta seca	Delegado	Sociedad				
+ Camereras en obras	ENG	Sociedad	M	2	Agencias	
+ Okupas	ENG	Sociedad				
+ Estudio Inmigración	Redactor desplazado	Sociedad	V	2	ONG	
+ Camp David	Corresponsal	Internacional				
+ Fabrice Francia	Corresponsal	Internacional				
+ Inflación europea	Redactor	Economía	V	2	Org. e Inst.	
+ Miraflores y País	Redactor	Economía	M	2	Patronal	
+ Contaminación acústica en Palma	Delegado	Sociedad	M	3	Testigos e implicados	
+ Muere Ramon Aramon	Redactor	Cultura	V	2	Agencias	
+ Muere posta Valiente	Redactor	Cultura	M	2	Agencias	

I Premios diseño Barcelona	Redactor desplazado	Cultura	V	2	Testigos e implicados	
* Josefina Albert	Delegado	Sociedad	M	2	Agencias	

TN MIGDIA 19-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Bomba en Vitoria	Delegado	Política				
+ Reunión Junta de seguridad	Delegado	Política				
+ Notas universidad	Redactor despl.	Sociedad	M	2	Org. e Inst.	
+ Mescaliti y Josefina Albert	Delegado	Sociedad				
+ Nueva variante de Aso	Redactor	Sociedad	V	2	Org. e Inst.	
+ Accidente camion	ENG	Sociedad				
+ Camp David	Corresponsal	Política				
+ Red de narcotráfico	Redactor despl.	Sociedad				
+ Campaña protección animales	Redactor despl.	Sociedad	M	3	Org. e Inst.	
+ Anzar en Mauritania	Corresponsal	Política				
+ Cascos y Clos	Redactor despl.	Política				
+ Duran y la ONU	Redactor	Política				
+ Premios de economía	Redactor despl.	Economía	V	1	Org. e Inst.	
+ Marsillach al Grec	Redactor despl.	Cultura	V	2	Org. e Inst.	
+ La Baraja del rey al Grec	Redactor despl.	Cultura	V	2	Org. e Inst.	
+ Coliseo en Roma	Redactor	Cultura	V	3	Agencias	
+ Funeral Aragón	Redactor despl.	Cultura				
+ I Distrito Barcelona	Redactor despl.	Cultura	V	2	Testigos e imp	
+ Moda gaudi	Redactor despl.	Cultura	M	3	Patronal	
* Cumbre corsa en París	Corresponsal	Internacional				
* Negociaciones trabajadores Francia	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	
* Contaminación Brasil	Redactor	Internacional	M	2	Agencias	
* Putin en Corea	Redactor	Internacional				
* Plan energético Balar	Delegado	Sociedad	M	3	Org. e Inst.	
+ Casos de	Redactor	Política	M	2	Agencias	
* Marco José Marya	Redactor	Cultura				
* Inmigrantes en Tania	Redactor	Sociedad				

TN VESPRE 19-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Bombo tapa Málaga	ENG	Política				
+ Bomba Vitoria	Delegado	Política				
+ Concentración Madrid	Delegado	Política				
+ Junta seguridad País Vasco	Delegado	Política				
+ Notas Universidad	Redactor despl.	Sociedad	V	2	Org. e Inst.	
+ Manifestación Cuatru Vola	ENG	Política				
+ Cascos y Clos	Redactor despl.	Sociedad				
+ Variante de mis	Delegado	Sociedad				
+ Inmigrantes	ENG	Sociedad				
+ Camp David	Corresponsal	Política				
+ Desastre Brasil	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	
+ Euro	Redactor	Economía	M	2	Agencias	
+ Putin	Redactor	Internacional				
+ Fábrica Francia	Corresponsal	Internacional				
+ Carolina promete cargo	Redactor	Sociedad				
+ Campaña animales	Redactor	Sociedad	V	3	Org. e Inst.	
+ Premios diseño	Redactor despl.	Cultura	V	2	Testigos e implicados	
+ Biquinis en el Gaudi	Redactor despl.	Cultura	M	3	Patronal	
* Juicio a Pinochet	Redactor	Internacional				
* Presentación de Apple	Redactor	Sociedad	V	2	Patronal	

Preparación de temas						
Relaciones laborales empresas internet	Redactor	Economía	V	3	Busqueda personal	

TN MIGDIA 20-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Camp David	Corresponsal	Internacional				
+ Espora israelíes y palestinos	Redactor	Internacional	V	3	Agencia	
+ PNV y EH	Delegado	Política				
+ Colaboración de España y Francia	Corresponsal	Internacional				
+ Joyeros	ENG	Sociedad				
+ Noticias de los hoteles	ENG	Sociedad				
+ Oficina de atención al ciudadano	Redactor despl.	Sociedad				
+ Balance del turno de oficina	Redactor despl.	Sociedad				
+ Juicio inmunidad Pinochet	Redactor	Internacional	M	2	Agencias	
+ Acuerdo en Francia	Redactor	Internacional	V	2	Corresponsal	
+ Control contaminación Brasil	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	
+ Congreso PSOE	Redactor	Política	V	2	Partido político	
+ Elige en el congreso	Redactor	Política				
+ Inicio de campaña en Madrid	Delegado	Política				
+ Choche de aire	Redactor	Sociedad	V	2	Expertos	
+ Presentación de puertos	Redactor despl.	Sociedad	M	2	Org. e Inst.	
+ Clos en el puerto	Redactor despl.	Sociedad	M	3	Org. e Inst.	
+ Hábitos de sueño de los españoles	Redactor	Sociedad	M	2	Agencias	
+ Edipo Rey en el Coliseo	Redactor	Cultura	V	3	Org. e Inst.	
+ Noticias de Itzaro	Redactor	Cultura				
+ Miro en el Gaudi	Redactor despl.	Cultura				
* Ataque en Rentería	Delegado	Política				
* Protesta contra el gasoil	Redactor	Sociedad				
* Demanda tabaqueras	Redactor	Sociedad				
* Marco Cunningham en el Grec	Redactor	Cultura	V	2	Org. e Inst.	
* Dictamen horarios comerciales	Redactor	Sociedad				

Preparación de temas						
Festival de Vitoria	Redactor	Cultura	V	3	Org. e Inst.	
Instituto Nacional de Estadística	Redactor	Economía	M	2	Org. e Inst.	

TN VESPRE 20-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Horarios de los comercios	Delegado	Sociedad				
+ Gasolineras	Delegado	Sociedad				
+ Accidentes A7	Delegado	Sociedad				
+ Joyeros en lucha	Redactor despl.	Sociedad				
+ Robos Costa Dorada	ENG	Sociedad				
+ Congreso PSOE	Redactor	Política	V	2	Partido político	
+ PSOE 4 años de caos	Redactor	Política				
+ Cataluña se vende en Madrid	Delegado	Sociedad				
+ Cabañura crea menos	Redactor	Economía	V	3	Org. e Inst.	
+ Tabaqueras en la UE	Corresponsal	Sociedad				
+ Camp David	Corresponsal	Internacional				
* Derrumbe carreteras	ENG	Sociedad				
+ Premios investigación	Redactor	Sociedad	V	2	Org. e Inst.	
+ Reunión inmigrantes París	Corresponsal	Internacional				
+ Matos de inmigrantes	Redactor despl.	Sociedad	V	2	Agencias	
+ Doctor Music	Redactor	Cultura				
+ Daniela Mercury	Redactor	Cultura	M	2	Patronal	
+ Teatro Llibre	Redactor despl.	Cultura				
* Bolsa Vietnam	Redactor	Economía	M	2	Agencias	
* Acuerdo en Córcopa	Corresponsal	Internacional				
* GB	Redactor	Internacional	V	3	Agencias	

TN MIGDIA 21-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN	F
+ Congreso PSOE	Delegado	Política	V	3	Partido político	
+ Abertura de Chaves	Delegado	Política				
+ Ambiente de recepción	Delegado	Política				
+ Familias societas	Delegado	Política				
+ Piso de LTA en Viloria	Delegado	Política				
+ Deschavado coche en Málaga	Redactor	Política				
+ Consejo de Ministros	Delegado	Política				
+ Organización del textil	Redactor	Economía	M	2	Patronal	
+ Agricultores desconocían protestas	Redactor	Sociedad	M	2	Sindicato	
+ Acuerdos subvencionarios	ENG	Sociedad				
+ Cambio de inmigración en París	Redactor	Internacional	V	2	Delegado	
+ Informe de entrada de inmigrantes	ENG	Sociedad				

+ G8	Redactor	Internacional	V	3	Agencias
+ Camp David	Redactor	Internacional			
+ Riesgo de fuego en las Guevas	Redactor	Sociedad	V	2	Org. e Inst.
+ Carrera Uchi Tuxta	ENG	Sociedad			
+ Grece	Redactor displ.	Cultura	V	2	Org. e Inst.
+ Moda Gaulti	Redactor displ.	Cultura	M	3	Patronal
+ Kale Borroka en Mondragón	Redactor	Política			
+ Okupas en Sant Cugat	ENG	Sociedad			
Preparación de temas					
Preparación dossier semanal	Redactor	Asignaciones	V	2	Busqueda personal
Preparación fin de semana	Redactor	Sociedad	V	3	Busqueda personal

TN VESPRES 21-07-2000	COBERTURA	SECCION	SEXO	EDAD	FUENTE ORIGEN
+ Congreso PSOE	Delegado	Política			
+ Piso franco de ETA y Kale Borroka	Delegado	Política			
+ Guevas	Delegado	Sociedad			
+ Acuerdo Subsaharianos	ENG	Sociedad			
+ Retiro de Rojo por Carusans	Redactor	Economía			
+ Perfil de Rojo	Redactor	Economía			
+ G8	Redactor	Internacional	V	3	Agencias
+ Tabaco USA	Corresponsal	Internacional			
+ Fiesta Euzara	Redactor	Cultura	M	1	Org. e Inst.
+ Salto Gaulti	Redactor displ.	Cultura	M	3	Patronal
+ Acuerdo Localat	Redactor	Economía	V	2	Patronal
+ Pans y Bocala se fusionan	Redactor	Economía	M	2	Agencia
+ Cese de Arribola	Redactor	Sociedad			
+ Waco. Gobierno inocente	Redactor	Internacional			

Preparación de temas					
Servicio civil Internacional	Redactor	Sociedad	V	2	Testigos e Implicados
Sahara	Redactor	Internacional	V	2	Testigos e Implicados
Festival de Gambia	Redactor	Cultura	M	1	Org. e Inst.

Estamos frente a una semana que podríamos considerar estandar respecto al flujo de información, con una media de 21 piezas por informativo. El volumen de temas que tienen que cubrirse y la temática general de las mismas nos muestra un periodo realmente activo y de plena actualidad: un atentado en Málaga, el enfrentamiento PNV-PP, huelgas sindicales, la reunión de Camp David, las conclusiones del G8, informes del Instituto Nacional de Estadística, la caída del Euro, las notas de selectividad, diversos incendios y sucesos en Cataluña, etc. No hay ninguna noticia excepcional de última hora que obligue a levantar totalmente la escaleta de cualquiera de los *telenoticias*, se trata por tanto de jornadas laborales en las que todos y cada uno de los redactores aplican sus rutinas productivas con normalidad. De toda la semana sólo destaca el Congreso Federal del PSOE del viernes 21 de julio, información que concentra casi una tercera parte del tiempo del que disponen en escaleta, reduciendo considerablemente el número de las restantes noticias que formaron parte ese día del panorama informativo. Por lo que respecta a la plantilla en presencia cabe destacar que aún tratándose de una de las últimas semanas de julio todos los turnos funcionaron a plena capacidad y sin presencia de personal contratado específicamente para cubrir bajas vacacionales. Esto se explica básicamente por dos razones: el amplio número de profesionales que conforman la redacción, 152, que cubre sobradamente los turnos necesarios para todos los *telenoticias*, y además permite un contingente flotante de redactores cedidos a programas, o que preparan temas especiales, y que puede recuperarse en estos periodos considerados vacacionales; y, como segunda causa, el hecho que el flujo de periodistas contratados para cubrir las bajas por vacaciones se concentra en el mes de agosto.

Respecto al uso y aplicación de Internet, observamos que hay una mayor incidencia de redactores que trabajan con la red cuando no están elaborando una noticia del día, sino

que preparan una información en base a una previsión de su agenda, como puede ser la entrada en vigor de los nuevos precios de los medicamentos, o bien para documentarse en un tema atemporal o de cajón como es el tráfico de diamantes. En estos casos está claro que el redactor dispone de tiempo para poder dedicarse con relativa tranquilidad a navegar por Internet en busca de información y, si ello es necesario, de imágenes que ilustren su tema. Este fenómeno se produce al inicio de la semana, con especial incidencia el lunes, y a finales de la misma, sobre todo el viernes, rebajando la actividad de preparación de temas mediante el uso de Internet a mediados de semana. El porqué de esta situación se explica en la dinámica que se establece en la redacción respecto a la agenda de previsiones del medio. El lunes la asignación de piezas informativas discurre paralelamente a la jornada informativa, excepto en aquellas noticias que han sido previstas por el equipo de fin de semana, y es normal ver a los redactores trabajando en la prospección de temas susceptibles de formar parte de la escaleta del informativo, o preparando aquellos otros temas que tenían pendientes de realizar. Durante la semana la agenda de previsiones crece en volumen, tanto por el número de convocatorias recibidas en la redacción, como por el mismo trabajo de búsqueda de temas que establecen los periodistas en relación a sus fuentes. De esta manera el tiempo del que disponen el resto de la semana para dedicarse a la preparación de noticias es inferior, aunque hay periodistas que pueden hacerlo una vez han finalizado la confección de su vídeo y hasta el término de su jornada laboral. Finalmente, el viernes, se trata de un día en el que coinciden en la redacción los trabajadores pertenecientes al *Telenotícies Cap de Setmana*, los cuáles están dedicados a la preparación de la agenda de previsiones de la que dispondrán, y de aquellos temas acaecidos durante la semana que precisan de un seguimiento informativo más exhaustivo. Al no estar inmersos en la dinámica de producción diaria de la redacción disponen de un tiempo precioso para navegar por la red en busca de temas para cubrir, o como parte de su rutina de documentación informativa.

La mayoría de la redacción, sin embargo, sí que está ocupada, evidentemente, en la elaboración de las que van a ser las noticias del día. Respecto al uso de Internet en las piezas informativas que forman parte de la rutina diaria del informativo, encontramos que no hay una pauta estricta de aplicación de esta herramienta. Hay días en los que la red sólo se aplica en dos de las noticias del informativo y otros en los que es aplicada en siete de las mismas. Esta circunstancia es consecuencia de dos variables, en primer lugar del redactor encargado de cubrir el tema, y en segundo lugar de la tipología de información de la que se trata.

Por lo que respecta al periodista en su relación con Internet encontramos dos posturas diferentes en el uso de esta herramienta; están los redactores que la aplican sistemáticamente en la confección de sus noticias, siempre que el tiempo del que disponen lo permite, y aquellos que por norma general no utilizan esta herramienta. Esta actitud respecto a Internet es una consecuencia más de la predisposición profesional de cada uno de los redactores, ya que todos tienen la misma base de formación en relación a la navegación por las redes de información y el acceso a la misma tecnología. Si analizamos detenidamente los datos extraídos de la observación, destaca el hecho de que aquellos redactores que aplican Internet en sus noticias han consultado un mínimo de dos fuentes o más para la redacción del texto y la edición del vídeo, son excepcionales los casos en los que tras la aplicación de Internet en la búsqueda de información se recurre a una única fuente, proveniente ésta de la red, y suele tratarse de una fuente exclusiva o de una fuente primaria y origen de la información. Sin embargo, en el resto de las noticias de nuestro análisis, y en especial aquellas cuyo origen son las agencias de información, el redactor suele considerar que consultar y comparar los datos que ofrecen las agencias a las que TV3 está suscrita es suficiente. Una prueba fehaciente de ello, es la que proyecta nuestra propia prospección por la red, hubo un total de 22 noticias con representación en Internet, ya fuera en la web, algún foro o algún *chat*, donde pudimos encontrar datos susceptibles de incorporarse al texto informativo y mejorar así la calidad del mismo, pero que sin embargo fueron ignorados por los redactores correspondientes que desdeñaron la posibilidad de hacer alguna búsqueda en la red. Así pues, esta predisposición profesional que diferencia a aquellos que realizan una labor informativa exhaustiva frente a los que se limitan a cubrir el expediente informativo se proyecta también sobre la red.

Gracias a haber formado parte de la redacción de informativos en diversos periodos de observación, hemos podido comprobar la evolución que respecto a Internet sufren muchos de los redactores, una transformación sólo visible en la perspectiva temporal; se trata del cambio de muchos de los profesionales que reticentes en un principio a utilizar esta herramienta se han convertido en usuarios habituales de la misma tras el periodo de formación y normalmente tras la realización de una noticia de manera muy satisfactoria con la ayuda de Internet. Así, podemos concluir que son el desconocimiento y la desidia los factores principales que apartan la red de las rutinas productivas de aquellos que aún se niegan a aplicar este instrumento.

Respecto al factor edad y su incidencia en la aceptación de nuevas tecnologías en las rutinas productivas, cabe destacar que el 70% de la redacción de TV3 se encuentra en una franja comprendida entre los 30 y 40 años, por lo que se trata de una plantilla relativamente joven, y en teoría predispuesta a aceptar los cambios con más facilidad que un colectivo mayor. En el análisis de los diferentes *telenoticias* las cifras señalan que de las 48 noticias en las que se aplica Internet, un 54% están confeccionadas por redactores comprendidos en la franja de edad mayoritaria; un 39% en la franja de edad que va de los 40 a los 50 años; y sólo un 6% en la franja más joven, la comprendida entre los 25 y 30 años, sin que haya representación de mayores de 50 años. Pero estas cifras no contemplan la posibilidad de que durante la semana un mismo redactor sea el autor de varias de las noticias en las que se aplica Internet, ni tiene presente que las restantes franjas de edad sólo corresponden al 30% restante de los periodistas de TV3, por ello, creemos mucho más útil profundizar en el factor edad de los productores de las piezas informativas analizadas, discriminando aquellos periodistas que están presentes en más de una ocasión, contabilizándolos una única vez, y relativizando los porcentajes en función al total del colectivo de esa edad que forma parte de la redacción de TV3.

Edad	Porcentaje del colectivo en la redacción	Número de periodistas que aplican Internet	Porcentaje que representa en el total de redactores que utilizan Internet	Porcentaje que representa de su franja de edad
20 y 29 años	10% del total	1	3.8%	6.6%
30 y 39 años	70% del total	14	54%	13%
40 y 49 años	15% del total	11	42.2%	50%

Es especialmente significativo que sea el colectivo de edad comprendida ente los 40 y 49 años el que haya aceptado con más normalidad la aplicación de esta herramienta en sus rutinas, representando el 50% del total de los redactores de esta franja de edad, el 42% del total de los periodistas que utilizan la red. Una cifra muy próxima al 54% que representan aquellos con edades comprendidas entre los 30 y 39 años, aunque los 14 redactores de este grupo sean tan sólo un 13% del total de los periodistas de esta edad en la redacción. Es también llamativo que del colectivo más joven y en teoría más próximo a

las nuevas tecnologías, muchos de ellos ya las estudiaron en sus respectivos planes de estudio, sea sólo una redactora de cultura la que aplica Internet en la realización de sus noticias. Estas cifras contradicen el apriorismo que un colectivo más joven está más predispuesto a la aceptación de nuevos instrumentos en la aplicación de sus rutinas productivas, y por el contrario nos demuestran que son los periodistas de más edad y mayor trayectoria profesional los que han asumido esta herramienta. La explicación de este hecho es que este colectivo ya tiene completamente asumidas las pautas y rutinas de producción de la redacción de informativos, así como una mayor agilidad a la hora de discriminar y contrastar las fuentes, mientras que los colectivos más jóvenes, en especial los que se han incorporado recientemente a la redacción de informativos, primero tienen que asumir las rutinas de producción de la emisora y a la vez formarse como periodistas en la práctica que da la experiencia diaria, estableciendo su agenda, su red de fuentes, e incluso aprendiendo a discernir qué fuentes merecen credibilidad y cuáles no. El uso conforme a la edad no viene determinado porque sean o no los periodistas más jóvenes los que son destinados sistemáticamente a salir de rodaje, ya que esto, según constatamos en nuestra observación no es así. En la redacción de informativos de TV3 la edad nunca un criterio para adjudicar o dejar de adjudicar un tema a un redactor, sí lo son en cambio su especialización, su capacidad profesional o, simplemente, su disponibilidad. Tampoco influye en el uso de Internet la adscripción del redactor a una determinada sección con propensión a trabajar más o menos con originales de rodaje; es decir, aunque Internacional sea la sección cuyos redactores realizan menor número de salidas, su colectivo de redactores no es el que más aplica esta herramienta.

Respecto a una diferenciación en el sexo de aquellos periodistas que aplican Internet, encontramos que un 35% de los redactores que lo utilizan son mujeres, frente al 65% restante que son hombres. Este dato hay que analizarlo en la perspectiva de los porcentajes totales de sexo en la redacción donde hay un 40% de mujeres y un 60% de hombres. De esta manera los porcentajes serían:

	Número de redactores que utilizan Internet	Porcentaje global respecto a los redactores que utilizan internet	Porcentaje respecto al colectivo en la redacción
Hombres: 60%	18	65%	19%
Mujeres: 40%	9	35%	15%

Como podemos observar los porcentajes respecto al sexo de los redactores que utilizan esta herramienta están muy igualados, representando sólo a un 19% de los hombres y a un 15% de las mujeres de la redacción. También son similares las cifras genéricas, así si hay un 60% de periodistas varones y un 40% de mujeres, el uso de Internet que se hace en el global de los *telenoticias* es una proyección de estas cifras, con un 65% y un 35% respectivamente. No podemos pues concluir que haya ningún tipo de diferenciación en el uso y aplicación de Internet en las rutinas productivas por diferenciación de sexo, siendo pues indiferente este factor a la hora de acercarse a las nuevas tecnologías.

Respecto a la otra variable que influía en la proyección de Internet en las noticias analizadas, la correspondiente a la temática de las piezas en las que se utiliza esta herramienta, encontramos que se trata de temas caracterizados fundamentalmente por su contenido genérico o de amplia repercusión social, por ejemplo la vacuna antimelanoma o el caso de Pinochet; son también ítems informativos cuyas fuentes de origen suelen ser Organismos e Instituciones que tienen una amplia proyección en la red, como la Generalitat de Catalunya o el Instituto Nacional de Estadística; y finalmente corresponden a temas de inminente actualidad, como las notas de la selectividad, el precio del petróleo o la caída del Euro. Con ello se destierra la creencia que Internet era una herramienta útil exclusivamente en aquellos temas de actualidad latente, donde la red podía ofrecer al redactor datos e información complementaria, y se convierte también en un vehículo eficaz para la transmisión inmediata de información, siendo utilizada tanto por las fuentes de origen de la información, que ven en esta herramienta un sistema único de proyección, como por los medios de comunicación electrónicos, que compiten por obtener la primicia informativa en la red. Queremos destacar aquí la característica de la exclusividad, no de la información sino del sistema de transmisión. Ya hemos incidido en varias ocasiones en los ejemplos de la presentación de Apple o en el caso de la niña de Mozambique, pero creemos imprescindible señalar que Internet se ha convertido en más de una ocasión en el único instrumento posible para la localización informativa y la documentación de la noticia, y sin su aplicación no se hubiera podido realizar.

Por otro lado, de las 102 noticias analizadas, hay un 30% en las que Internet no es útil para la prospección de fuentes en la realización de las piezas informativas. En este caso, se trata de temas caracterizados fundamentalmente por tener una vida muy efímera,

es decir, noticias puntuales relacionadas con sucesos, o actos concretos y muy localizados en el tiempo y el espacio, como las patrullas urbanas; con fuentes de origen normalmente de escaso peso informativo dado que se trata de particulares o de fuentes temporales y esporádicas, como los maitres de Barcelona; y finalmente, también cabe señalar que se trata de noticias sin proyección electrónica alguna, donde es destacable el caso de entidades importantes que consideran secundaria la vía de información en Internet, prefiriendo todavía dar a conocer sus grandes decisiones a través de ruedas de prensa, es decir, de manera presencial, como en el caso del acuerdo de fusión entre Mirurgia y Puig que no se reflejó en ninguna de sus páginas web, aunque tenían un apartado específico de prensa, o los acuerdos de Localret.

Otra de las variables susceptibles de análisis respecto a la incidencia de Internet era el factor temporal, tanto respecto al tiempo disponible para la elaboración de la noticia, como al tiempo asignado al vídeo en la escaleta del informativo. Excepto en aquellas noticias preparadas con antelación, o en las incorporadas al *telenotícies* a última hora, cabe decir que todos los redactores disponen siempre del mismo tiempo para la confección de su pieza informativa, correspondiente éste a su jornada laboral estandar. Dentro de este parametro observamos que ante la misma disponibilidad de tiempo hubo diferencias a la hora de utilizar Internet. Con tiempos similares para la preparación de un vídeo hubo redactores que se limitaron a la consulta de una única fuente por la vía tradicional, y otros que, además de utilizar múltiples fuentes, aplicaron Internet como parte de su rutina. Así, por ejemplo en el TN Migdia del 20 de julio un redactor de Internacional utilizó información procedente de Internet para la elaboración de una noticia sobre el conflicto palestino-israelí, mientras que en la misma jornada otro redactor de la sección encargado de la información sobre el control de la contaminación en Brasil no buscó datos adicionales por ninguna fuente en la red, limitándose al uso de agencias e ignorando las web referenciales que al respecto había en la red, cuando ambos dispusieron del mismo tiempo de preparación. Respecto al tiempo asignado a las distintas noticias, tampoco detectamos que aquellas a las que se dedica menor tiempo en pantalla merezcan menos atención por parte del redactor en lo que a búsqueda de fuentes se refiere, o que aquellas cuya asignación temporal es mayor provoquen en el redactor la necesidad de manejar más fuentes. Así, por ejemplo en el TN Migdia del 19 de julio a la noticia de la presentación de la campaña de protección de animales del verano 2000, se le asignó 1'15'' de duración y la redactora encargada de cubrirla consultó diversas fuentes, entre ellas la web del organismo responsable de la noticia, y las de las ONG vinculadas al tema. En cambio, con

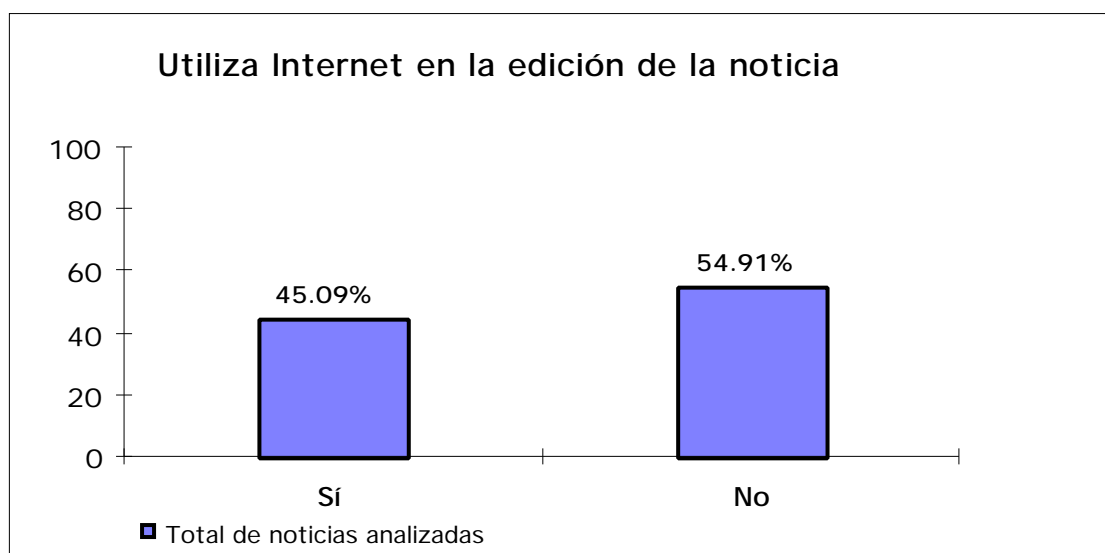
una información de duración similar y de la misma sección de sociedad, el *TN Vespre* del 20 de julio, referente a los premios de investigación de la Generalitat, el redactor encargado utilizó únicamente la convocatoria enviada por el organismo, ignorando la web oficial del mismo, que aportaba mucha información original al respecto, y las páginas web personales de todos los premiados, a las que se accedía mediante la web de la Generalitat o de sus respectivas Universidades. En relación a los vídeos de mayor duración, también encontramos ejemplos que nos muestran esta misma tendencia. El *TN Migdia* del 20 de julio presentó una información sobre el juicio de la inmunidad de Pinochet de alrededor de 2' cuyo redactor empleó únicamente las agencias disponibles como fuentes, cuando en la red había una importante presencia de páginas web y foros al respecto. Por su parte el redactor encargado de cubrir la reunión del G8 para el *TN Migdia* del 21 de julio, con un tiempo similar asignado, consultó fuentes diversas y utilizó la web para obtener información suplementaria. Así pues, la variable temporal no incide en el uso y aplicación de Internet, siendo de nuevo la predisposición profesional de cada redactor lo que acaba determinando que se utilice esta herramienta como sistema de obtención de información.

Finalmente, otra de las variables del análisis de la evolución informativa en los diferentes *telenotícies* es la dinámica de continuidad del *TN Migdia* al *TN Vespre*. De esta manera observamos que aquellas noticias presentes en el informativo del mediodía en cuya realización se ha utilizado Internet y tienen proyección informativa en el de la noche también utilizan las fuentes de información localizadas en la red, de la misma manera que aquellas noticias en las que no se ha utilizado Internet durante el *TN Migdia* tampoco la utilizan en el *TN Vespre*. Esto se debe a una inercia de continuidad en la que los redactores responsables de las noticias de la noche retoman el material utilizado por el redactor del mediodía, aplicando así las mismas fuentes utilizadas por su compañero. Si éste ha localizado imágenes o información en Internet se recupera la fuente, ya sea en la impresión en papel que le facilita el otro redactor o volviendo a la fuente en la red, dado que le consta su utilidad. También se da el caso en algunas de las noticias, en especial aquellas cubiertas por delegados o corresponsales, que es el mismo periodista el que realiza las dos versiones del tema, por lo tanto es lógico que aplique las mismas fuentes.

4.2.2.2. Análisis de los porcentajes globales

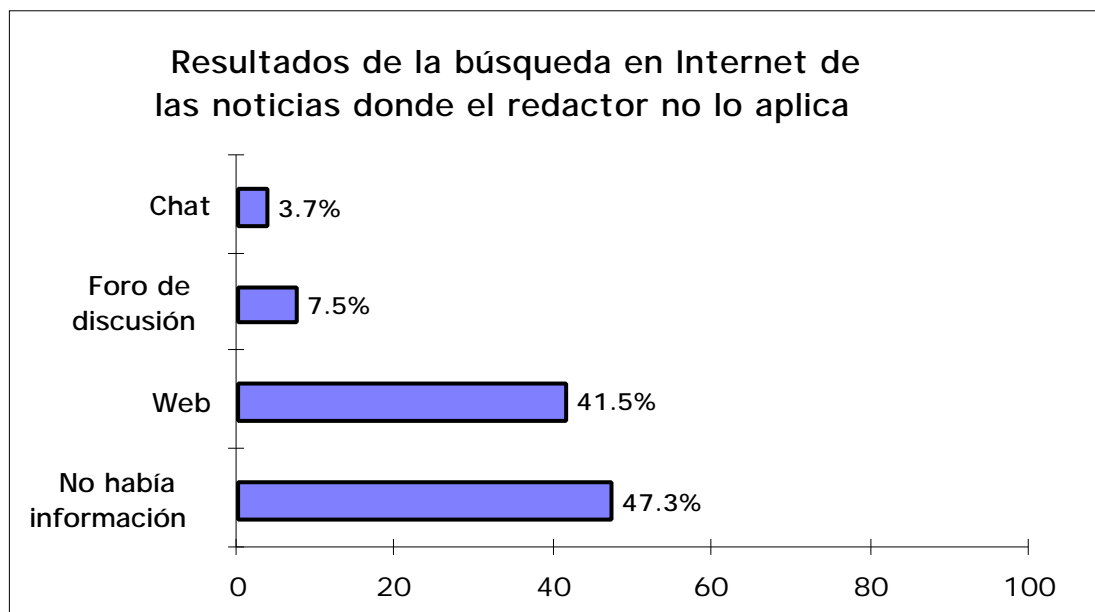
Una vez analizadas las diferentes escaletas de los *telenotícies* y vistas las características más relevantes que supuso el día a día de la redacción respecto al uso y

aplicación de Internet, conviene ahora adoptar una perspectiva global para establecer las pautas de comportamiento de los redactores en función a las diferentes variables analizadas y la proyección de los recursos de Internet en las noticias, así como la relación que se estableció entre las fuentes y los redactores a través de esta herramienta. Hay que tener presente que las siguientes gráficas se refieren tanto al total de las noticias analizadas, como a aquellas en las que se ha utilizado la red para su confección, en todo caso para ayudar a la comprensión de las cifras, y evitar confusiones se especificará en cada gráfica a qué corresponden los datos contenidos. En primer lugar contemplamos el uso y aplicación de Internet que hacen los redactores en sus piezas informativas respecto al total de las noticias analizadas.



Los porcentajes de noticias en las que se ha utilizado Internet como sistema de comunicación con las fuentes y se han aplicado los resultados obtenidos en la redacción o edición de la noticia son muy similares a los de aquellas informaciones en las que la red no ha tenido ningún tipo de incidencia, un 45% y un 54%. Aún así, podemos afirmar que es aún elevado el número de noticias en las que el redactor no se ha planteado una aproximación a las fuentes mediante las nuevas tecnologías de comunicación, y en las que se han desestimado las posibilidades de Internet. De este porcentaje, comprobamos que más de un tercio de las piezas informativas podían haber sido complementadas con información procedente de Internet, un total de 22 noticias, aunque la búsqueda de imágenes o datos originales en los dos tercios restante resultó infructuosa. Para realizar cada una de las búsquedas utilizamos la ayuda de los distintos buscadores disponibles en la red, así como la propia intuición personal de navegación, realizando una prospección

exhaustiva en los contenidos de la red que nos permitía concluir que no había datos ni información disponible al alcance del periodista.



De este 47% de noticias en que la red no aporta nada, en un 72% el tema que cubre la noticia tiene proyección en la red, fundamentalmente en la WWW, pero los datos no están actualizados, la información no es relevante, o directamente, la fuente no recurre a Internet como medio de comunicación con la prensa. Estos son los casos de la noticia de la subida del precio del dinero, donde la página web del Banco de España no estaba actualizada y presentaba todavía los índices y precios del dinero anteriores a la revisión de junio de 2000; el caso de las páginas web de Puig y Mirurgia, las cuales dentro de sus respectivos apartados de prensa no incluían ninguna nota referente a la fusión de ambas compañías; y finalmente, el ejemplo de la web de Unió de Pagesos, que no incluye ningún tipo de apartado dentro de su página dirigido a los medios de comunicación, aunque es una de las fuentes sindicales con mayor presencia en los informativos analizados.

En las noticias restantes pudimos diferenciar los recursos de Internet en los que encontramos información adicional. Así, destaca la WWW como el recurso más habitual por parte de las fuentes para la difusión de su información, aunque en algunas de las noticias analizadas localizamos fuentes en foros y *chats*.

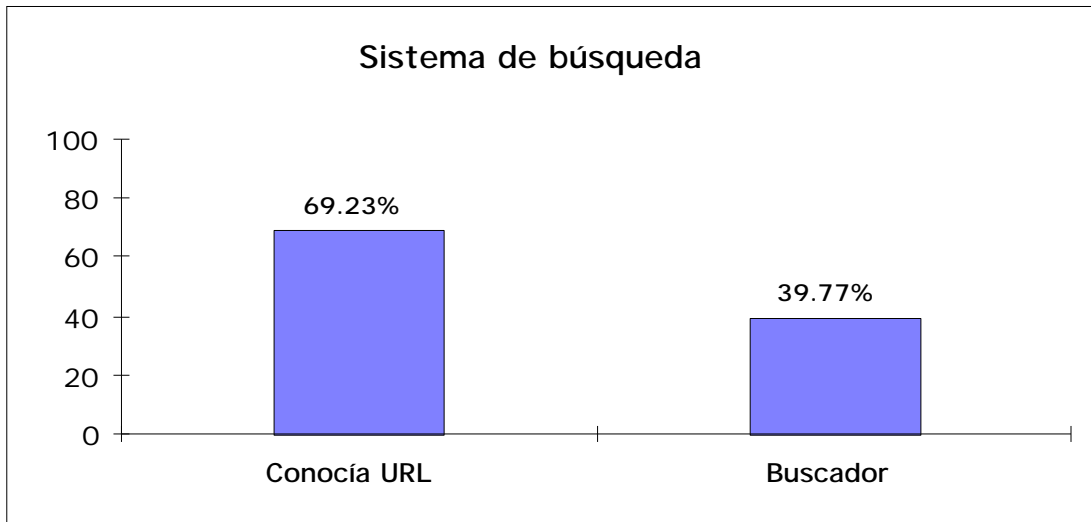
Son varias las noticias que podrían haber sido completadas con datos procedentes de Internet, pero en las que el redactor no lo utilizó. Destacan una noticia sobre el cáncer

de mama y la presentación de un vehículo de aire comprimido, dado que en ambos casos pudimos localizar en la red la fuente primaria, origen de la noticia, con sendas páginas web realmente completas, y la aportación de documentos inéditos en los teletipos de agencia que usaron los redactores. En el caso de la noticia del coche ecológico, había un anillo de información al respecto, en el que se podía acceder a todos los prototipos de automóvil que hay en el mundo que utilizan el aire comprimido o el nitrógeno como fuente de energía. Además, estaba la página web del grupo de ingenieros responsables del coche que se presentaba en aquel momento, con un dossier histórico de la evolución del modelo y una base de datos con los resultados de las pruebas técnicas y mecánicas que le habían hecho.

Respecto a los otros recursos, fue también sobre el cáncer de mama que localizamos un foro de discusión de afectadas que explicaban su experiencia en la aplicación de fármacos experimentales, y un foro sobre el problema de la contaminación acústica en Palma de Mallorca, donde interactuaban los afectados de Palma y miembros de otras asociaciones, nacionales e internacionales, en lucha contra este tipo de contaminación. Finalmente, y respecto al uso del *chat*, sólo pudimos localizar una discusión electrónica en directo en relación a una de las noticias analizadas, se trataba del caso del juicio a Pinochet, donde a través de la página web de la Asociación de Víctimas y Desaparecidos pudimos acceder al *chat* que se inició casi simultáneamente a la publicación de la noticia.

Respecto a la navegación de los periodistas, en relación al 45% de noticias en las que se aplica Internet como medio de comunicación con las fuentes, podemos afirmar que hubo un total de 49 conexiones a Internet, 46 de las cuales se aplicaron en la redacción de la noticia, con un tiempo de conexión total de 1.567 minutos y una media de 36 minutos de conexión por periodista. Estamos ante una media de 4.9 conexiones por informativo, y una media de 4.6 noticias con información o imágenes provenientes de Internet en cada *telenoticias* emitido, respecto a una media de 21 noticias por informativo.

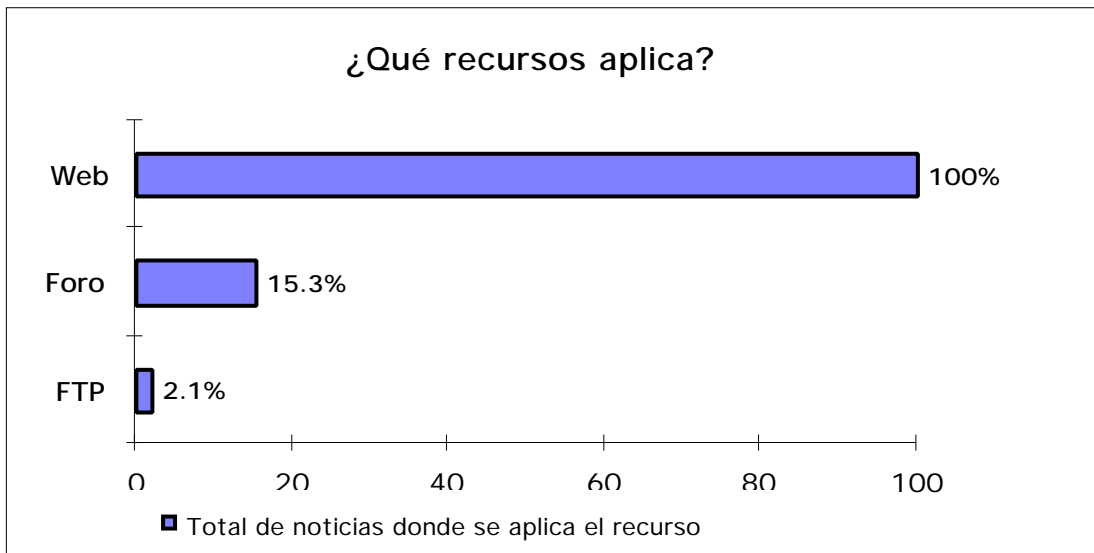
Analizando el sistema de navegación, observamos que el porcentaje de redactores que consulta la información en la pantalla es muy similar al de aquellos que imprimen en papel los datos obtenidos, un 53% y un 46% respectivamente. Aunque sólo un 7% de los usuarios de Internet archivó en su carpeta de favoritos alguna de las direcciones consultadas, y ninguna fue adherida a la barra de herramientas del navegador, ni a la carpeta de recursos de la Intranet.



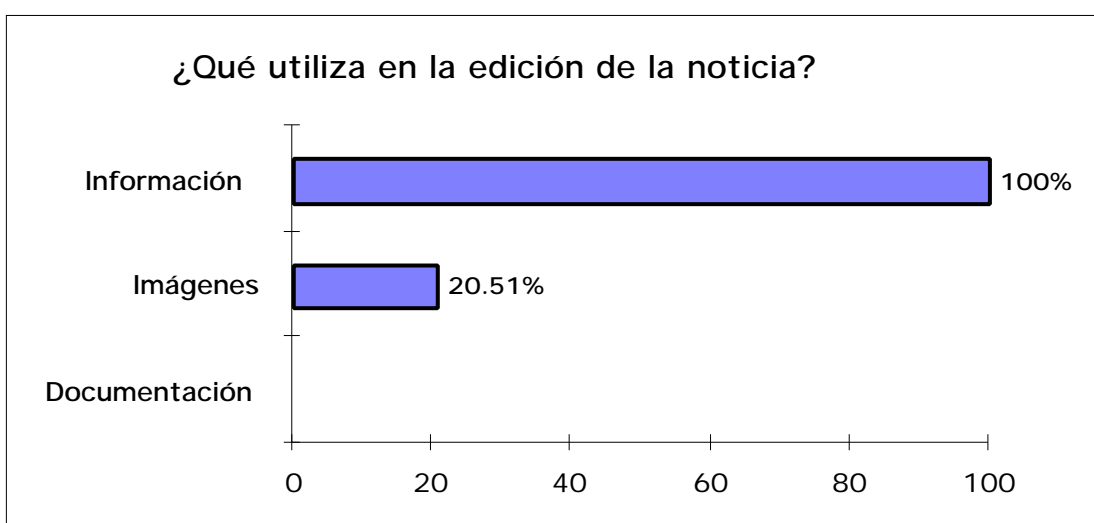
La mayoría de los periodistas, concretamente dos tercios, conocía la dirección que quería consultar, mientras que el tercio restante utilizó la ayuda de un buscador para acceder a la fuente deseada. Más de un 50% de aquellos casos en los que se conocía la URL a consultar, ésta había sido facilitada por alguna de las fuentes aplicadas en la redacción de la noticia, bien a través de una nota de prensa (como en el caso de los Organismos e Instituciones) o tras el contacto telefónico con la fuente (por ejemplo algunas ONG).

Los redactores demuestran que están capacitados para aplicar Internet en sus rutinas, pero aún carecen de la experiencia necesaria para sacar partido de las ventajas que les ofrece. Podríamos concluir que la tipología de navegación y aplicación de Internet está aún en un primer estadio de desarrollo, y que es imprescindible que los periodistas sean capaces de dominar las técnicas de navegación avanzada y de aprovechar más los recursos que esta tecnología pone a su alcance.

En relación a los recursos propios de Internet aplicados en la edición de las noticias del informativo, los resultados de nuestra observación son muy similares a los obtenidos en la encuesta, lo que corrobora que es el WWW el recurso más utilizado en las rutinas productivas de informativos diarios, aplicando la información obtenida por este vehículo en el 100% de las noticias en las que el redactor utiliza la red como sistema de comunicación con las fuentes.



El foro y el FTP son los otros recursos que se han utilizado en la realización de las distintas noticias analizadas, aunque en porcentajes muy inferiores a los del web; no observamos ningún caso de aplicación del correo electrónico, a pesar de que hubo un total de 52 consultas al mismo en la redacción, y se recibieron 17 convocatorias de prensa por este sistema de comunicación, y sólo un caso de aplicación del *chat*, aunque no se utilizaron los resultados en la elaboración de la pieza informativa. El uso de estos recursos es poco significativo, porque todas las noticias en las que se aplica la información proveniente de un foro, son específicas de la sección de cultura donde el redactor responsable accedió a las páginas web oficiales del Grec y a la del último disco de Daniela Mercury para consultar la opinión de los asistentes a los distintos espectáculos del festival y la de los fans que ya habían tenido la oportunidad de escuchar alguna de las nuevas composiciones de esta cantante.

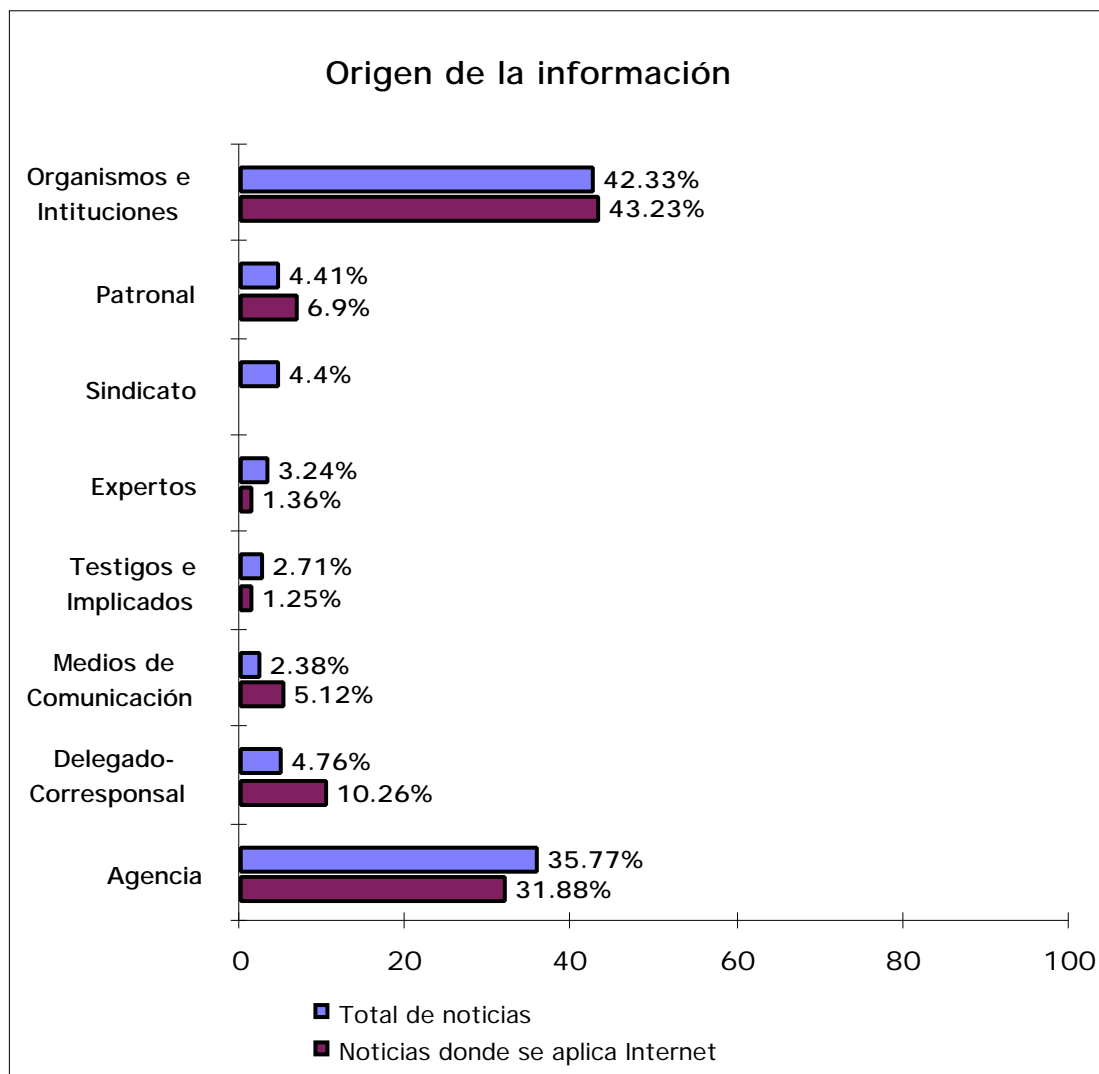


En relación a la tipología de material que se aplica proveniente de la red encontramos que en el 100% de las noticias en las que el redactor localizó información proveniente de la red estos datos han repercutido en el contenido final del vídeo, es necesario señalar que sólo hubo dos redactores cuya búsqueda en Internet fuera infructuosa. También hemos observado, en comparación con otros periodos de observación, una tendencia creciente en la aplicación de imágenes extraídas de Internet, representando actualmente más del 20% de las noticias en las que se utilizó este instrumento, aunque el porcentaje que representan estas imágenes en el montaje de los vídeos es muy variable. Así, en la pieza sobre la presentación del último ordenador de Apple el 100% de las imágenes procedían de Internet, dado que éste fue el único sistema utilizado por la empresa para dar a conocer a la prensa su producto, una emisión *on-line* de la rueda de prensa, y una serie de archivos de imagen disponibles para aquellos medios que quisieran capturarlos y utilizarlos en sus respectivas noticias. Pero, en informaciones como las notas de la selectividad en la web de la Generalitat apenas si representa un 20% del total de las imágenes del vídeo, ya que éste se podía completar con imágenes de archivo o de las grabaciones de los equipos asignados.

Veremos ahora el resultado de la tabulación de los datos de las noticias analizadas del informativo. Por un lado presentamos dentro de la gráfica el estudio genérico de todas las noticias analizadas: origen de la información, fuentes aplicadas y clasificación de las fuentes; por otro, la de las fuentes a las que se ha accedido por Internet, para poder comparar si la tipología de uso de las fuentes es la misma, independientemente de la aplicación de Internet. Son una excepción las agencias de información, ya que como introdujimos en el capítulo de relación de Internet con las fuentes, a pesar de ser éstas una de las más desarrolladas *on-line*, no se aplican en TV3 procedentes de la red, sino que se trata de un servicio contratado y servido directamente de empresa a cliente en una red exclusiva.

Hay que tener presente, que en varias de las noticias en las que se utiliza Internet también se usan otras fuentes de información obtenidas por métodos tradicionales, pero en el análisis concreto sobre las noticias con datos o imágenes procedentes de la red nos centramos en las fuentes a las que se ha accedido con esta herramienta, lo que no desvirtúa los resultados obtenidos. Así, en las siguientes figuras encontramos, primero la gráfica representativa de la tipología de fuentes genéricas a las 102 noticias analizadas, y después

la gráfica concreta de las fuentes que han sido localizadas y consultadas a través de Internet y aplicadas en las 46 noticias donde los redactores utilizan este recurso.



Los porcentajes de la fuente origen de la información son muy similares, no hay casi ningún tipo de diferenciación en la procedencia del ítem informativo a la hora de consultar después las distintas fuentes de información por medios tradicionales o aplicando Internet. Sólo destaca el hecho de que no haya ninguna noticia en la que se aplique Internet cuya fuente de origen sea sindical, y el porcentaje superior de aquellas noticias cuyo origen fue un delegado o corresponsal de TV3.

Si analizamos esta última tipología de noticias en concreto, observamos que se trata de temas que el delegado no puede cubrir en su lugar de destino, y que es la redacción de Barcelona la que asume el trabajo. Son temas como la huelga de los trabajadores franceses o la caída del Euro, donde el redactor encargado cuenta sólo con la información que le

facilita el corresponsal y la de las agencias. Una manera de completar y contrastar esta información es a través de Internet, intentando localizar a la fuente primaria, en el caso que tenga página web propia, o a través de los medios de comunicación locales con edición digital.

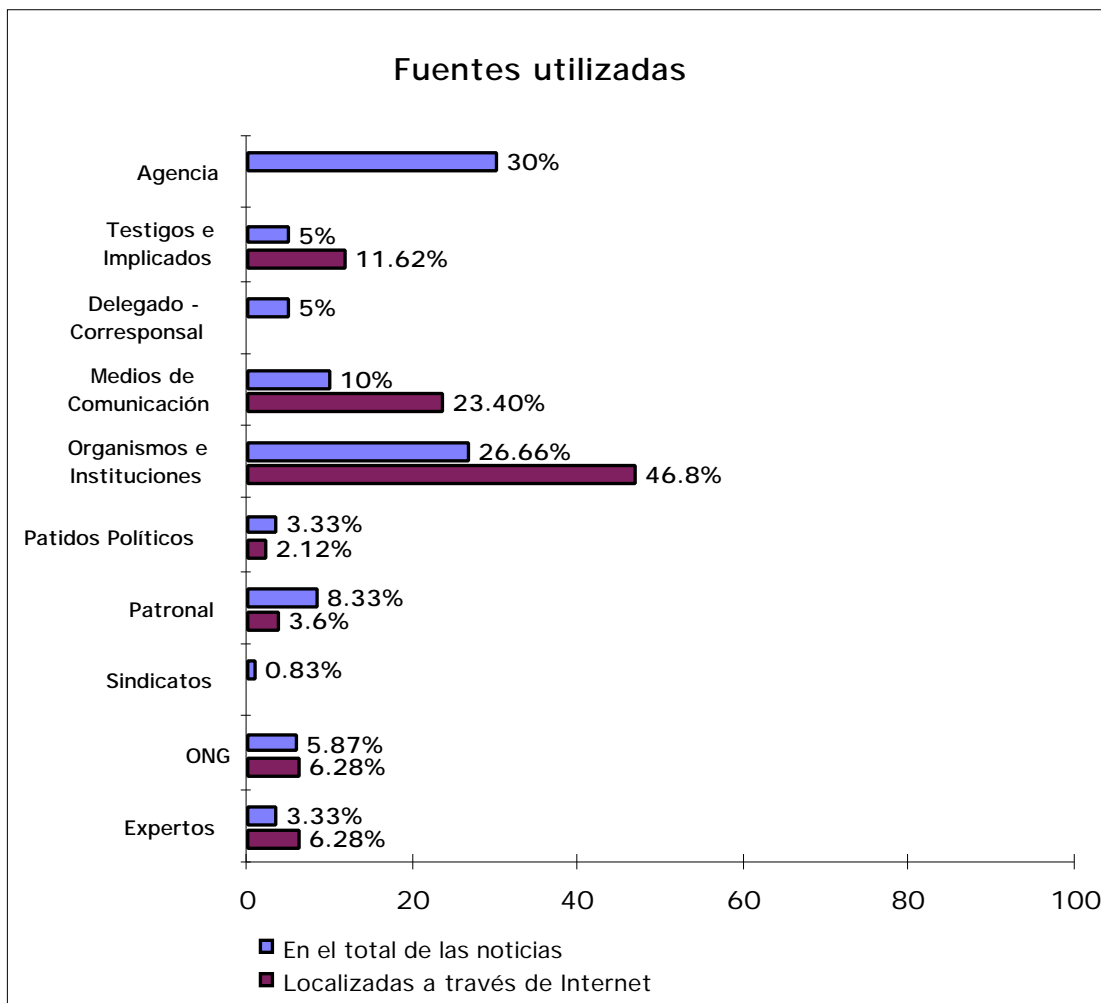
Del análisis global de las fuentes de origen podemos destacar que es significativo el hecho que un 42% del total de las noticias analizadas tenga como fuente de procedencia organismos e instituciones. Esto significa que las fuentes oficiales, en especial las de la Administración Pública, son las principales generadoras de noticias. Dato que se subraya al apreciar que un 51% de las informaciones tuvieron una nota o convocatoria de prensa como principal elemento de comunicación con la redacción. La profesionalización de las fuentes, como explicamos en el punto 3.1 es una de las causas directas de este fenómeno. Los gabinetes de comunicación dirigidos por periodistas saben el tipo de nota de prensa que tienen que dirigir a una redacción de informativos televisivos para lograr atraer la atención de sus responsables.

Otra de las fuentes de origen más recurrente son las agencias de información, con un 35% del global de las noticias analizadas. El desarrollo profesional de las agencias, la variedad de temas que cubren, y la calidad en la redacción de sus teletipos hacen que sea una de las herramientas más útiles a la hora de seleccionar la información. Muchos redactores se dedican a la lectura de los teletipos de agencia para localizar posibles temas, o simplemente para estar constantemente actualizados. Es la sección de internacional la que cubre más noticias procedentes de agencia, tanto a nivel de información como de imágenes, ya que sustituyen la carencia de corresponsales y enviados especiales en muchos puntos del globo, como es el caso del conflicto palestino-israelí.

El resto de las fuentes presentan porcentajes muy similares, tanto la patronal, los sindicatos, y los delegados y corresponsales. En la cola de las fuentes de procedencia quedan los testigos e implicados, los expertos y la prensa. Nos sorprendió el porcentaje tan reducido de noticias que nacen de otros medios de comunicación, ya que existe el prejuicio, muy extendido en la profesión, de que ésta es una de las fuentes prioritarias en televisión, en la creencia de que siempre va detrás de la prensa escrita. Es cierto que el medio papel se utiliza como fuente en la confección de las noticias, pero en nuestra observación pudimos comprobar que casi siempre como una fuente complementaria a la fuente de origen, y en la mayoría de los casos se trató de prensa *on-line* extranjera, lo que

justifica el ligero aumento del porcentaje de noticias cuyo origen es un medio de comunicación que aplican Internet.

Finalmente queremos subrayar de nuevo el porcentaje de notas y convocatorias de prensa mediante las cuales se tuvo conocimiento en la redacción de algunas de las noticias: un 51%. En relación a nuestro estudio concreto sobre Internet, aunque no haya una diferencia significativa provenga la información de una nota o una convocatoria, hay que destacar que en muchas de ellas se ofrece la dirección de correo electrónico del responsable de prensa o la dirección de la página web del organismo, en aquellos casos en los que tiene, con lo que se facilita el acceso y la aplicación de este recurso al periodista. De las 17 convocatorias que se recibieron mediante el correo electrónico, sólo dos fueron exclusivas de este medio, las correspondientes a Greenpeace y a Apple, el resto fueron simultaneadas por otros sistemas de comunicación, fundamentalmente el fax. Este número de convocatorias electrónicas apenas si representa un 7% del total de las informaciones cubiertas, pero evidencia la clara tendencia de las diferentes fuentes a utilizar cada vez más este sistema de comunicación con los medios, hasta que llegue el día en el que sean exclusivamente las convocatorias electrónicas las protagonistas de la agenda de la redacción.



Otro dato son las distintas fuentes de información utilizadas por el periodista en la confección de su noticia. Aquí analizamos de un lado el global de las fuentes, y de otro aquellas a las que se ha accedido a través de Internet. Así, de las cifras presentadas vuelven a destacar las fuentes oficiales de organismos e instituciones y las agencias de información, ya que sumadas representan más de la mitad de la información total. Con esto podemos concluir que estamos frente a un tipo de información muy institucional y oficial, donde el periodista de TV3 recurre para la edición de sus piezas informativas al trabajo previo o de los periodistas responsables de los gabinetes de comunicación, o de los periodistas de las agencias. Como dato curioso, en nuestra observación apreciamos como un redactor desplazado para cubrir un tema concreto al llegar a la redacción se imprime el teletipo de la agencia para utilizarlo en la redacción de su noticia.

La incidencia del resto de las fuentes, exceptuando a los medios de comunicación que representan un 10% es mínima, y además muy igualada. Respecto a los otros medios confirmamos que es un recurso que los redactores consultan, dado que leen prensa y

escuchan la radio, pero no observamos un índice destacado de aplicación de sus contenidos en la redacción de la noticia; excepto en aquellos casos en los que el medio es fuente de procedencia de la noticia, circunstancia que se da en un 2.38% del total de las noticias analizadas.

Respecto al resto de fuentes, es la patronal la siguiente en mayor porcentaje con un 8% de fuentes de información aplicadas, muy superior en comparación con el de los sindicatos que es tan sólo un 0.83%. Les siguen los delegados y corresponsales, como fuentes en noticias cubiertas por compañeros, pero que han podido contar con su apoyo para realizar el trabajo y los testigos e implicados, ambos con un 5% del total de uso y aplicación de fuentes. Finalmente son los partidos políticos y los expertos otras de las fuentes que el redactor de informativos utiliza en la realización de su tarea diaria, cada uno de ellos con una incidencia del 3.33%.

En el análisis de las fuentes que se consultan a través de Internet sobresalen en la tabla los organismos e instituciones con casi la mitad del total. Recordemos que las agencias de información no se consultan mediante esta herramienta, por lo que es lógico que su porcentaje sea nulo. El hecho que sea este tipo de fuente la más consultada tiene su base fundamental en que son tanto los distintos organismos de la Administración Pública, como las instituciones los que tienen una mayor y más desarrollada presencia en la red, con departamentos encargados del desarrollo y mantenimiento concreto de sus páginas web. La disponibilidad de recursos económicos y humanos han permitido que las webs de ayuntamientos, diputaciones, parlamentos, ministerios, consejerías, etc. sean de las más completas, e incluyan apartados específicos de relación con los medios, facilitando a los periodistas todo tipo de trato y comunicación *on-line*.

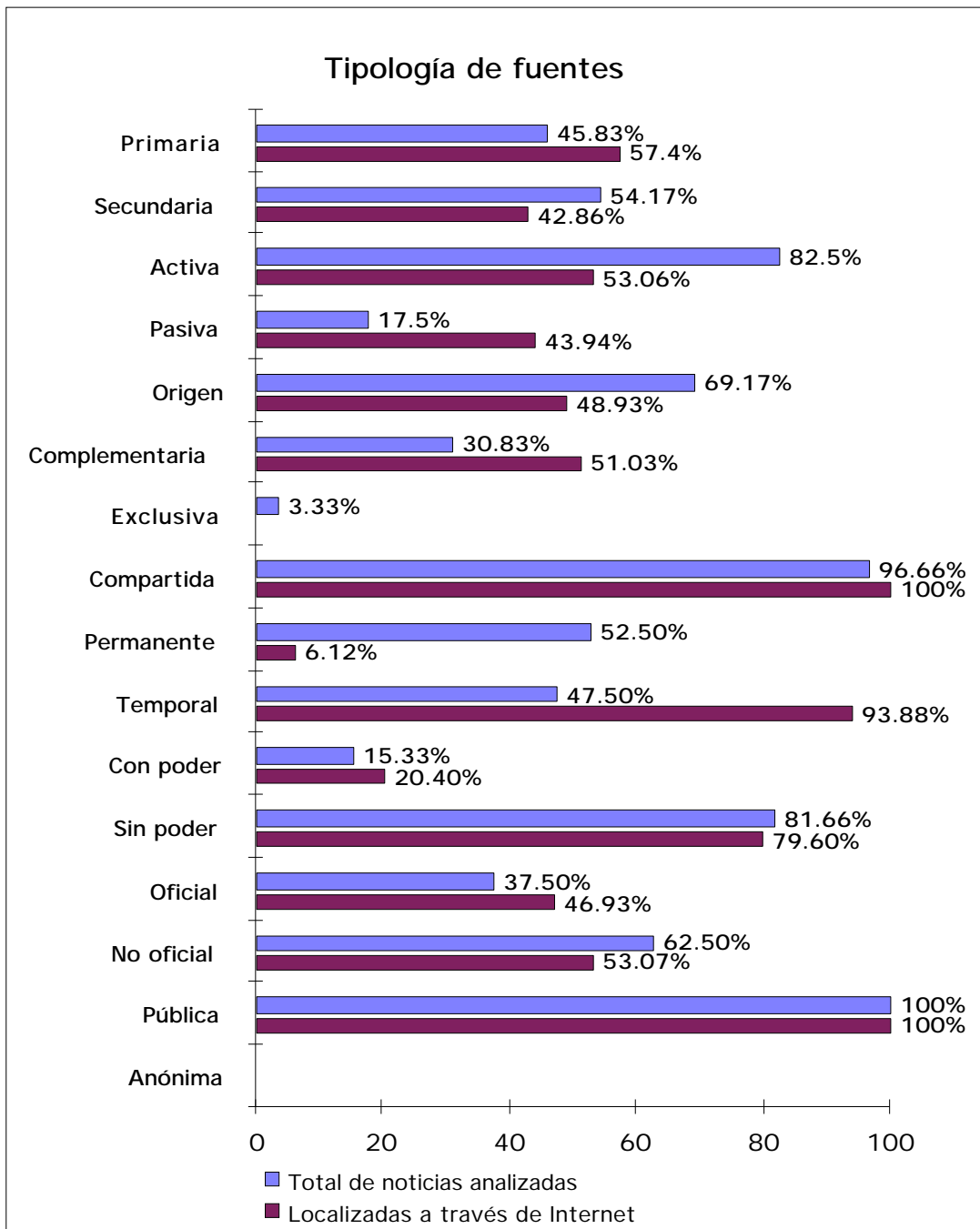
Les siguen los medios de comunicación y los testigos e implicados, que sumados representan una cuarta parte del total de fuentes a las que se accede a través de Internet. Ya introdujimos cómo los medios electrónicos se han convertido en una fuente de información muy útil para la cobertura de aquellas piezas informativas en las que el redactor carece de información o de recursos para ampliarla, fundamentalmente por barreras geográficas. Es por ello, que son básicamente los medios de comunicación extranjeros *on-line* los más consultados a través de la red. De otro lado, los testigos e implicados no sólo son contactados a través de la web, también se han utilizado recursos

como los foros de discusión para contactar con ellos y disponer de la información de una fuente primaria.

Así, el contacto con las fuentes a través de Internet proyecta la misma relación que se establece por los métodos tradicionales, son las mismas fuentes las que se consultan y aplican en la realización de las noticias, y sólo un porcentaje muy pequeño de nuevas fuentes, sobretodo particulares y expertos, son las que están ahora, gracias a Internet, al alcance del periodista.

Observamos en general, que se vive una tendencia hacia la oficialización de las informaciones. Una tendencia que no sólo es achacable a *Televisió de Catalunya*, sino que comparten la mayoría de los grandes medios de comunicación. Los factores que han llevado a este proceso son múltiples y diversos, y aunque no es objeto de esta investigación podemos apuntar que coinciden por un lado la abrumadora generación de ítems informativos por parte de organismos e instituciones, con las facilidades que evidentemente éstos dan al periodista a la hora de cubrirlos mediaticamente. Como hemos visto este último fenómeno se ha mimetizado también en Internet, donde ésta pasa a ser una herramienta más en la comunicación de fuentes activas, con un amplio interés en ser reflejadas por los medios.

El recurso a las fuentes oficiales es a la vez sencillo, rápido, y *a priori* riguroso. Como anécdota de este proceso de oficialización de la información valga el ejemplo de las notas procedentes de los diversos organismos policiales; si durante la Transición se solía leer entre líneas o directamente se desechaban los datos, o se interpretaban en dirección opuesta, hoy día raramente un periodista duda de la veracidad completa de una nota policial, y pocas veces la contrasta.



Adentrándonos en la clasificación por tipos de fuentes, observamos que hay algunas diferencias de aplicación según se haya contactado con ellas por medios tradicionales o a través de Internet. Así, en la tipología de fuente según su relación con el hecho noticioso vemos que los porcentajes se invierten, es mayor el número de fuentes primarias a las que accedemos a través de la red, mientras que por medios tradicionales el contacto es mayor con fuentes secundarias. Al conectarnos con la página web de algún organismo oficial, de una empresa o incluso de un particular, protagonistas de la

información, nos estamos dirigiendo a una fuente primaria, lo que justifica esta diferencia en los porcentajes.

En contraste, es mayor el porcentaje de fuentes pasivas a las que accedemos por la red, todo y que no hemos considerado pasivas aquellas fuentes cuya convocatoria incluía la dirección de la página web o el correo electrónico del responsable de prensa, y en las que el redactor posteriormente ha navegado, ya que consideramos la notificación de la convocatoria como una forma activa de contactar con el periodista. Frente a un 17% de fuentes pasivas en total, en las aplicadas desde Internet hay un 43%, porcentaje superior si tenemos en cuenta que fundamentalmente la navegación se basa en el acceso a páginas web, donde la fuente se proyecta, pero no hay una intención clara de contactar con los medios.

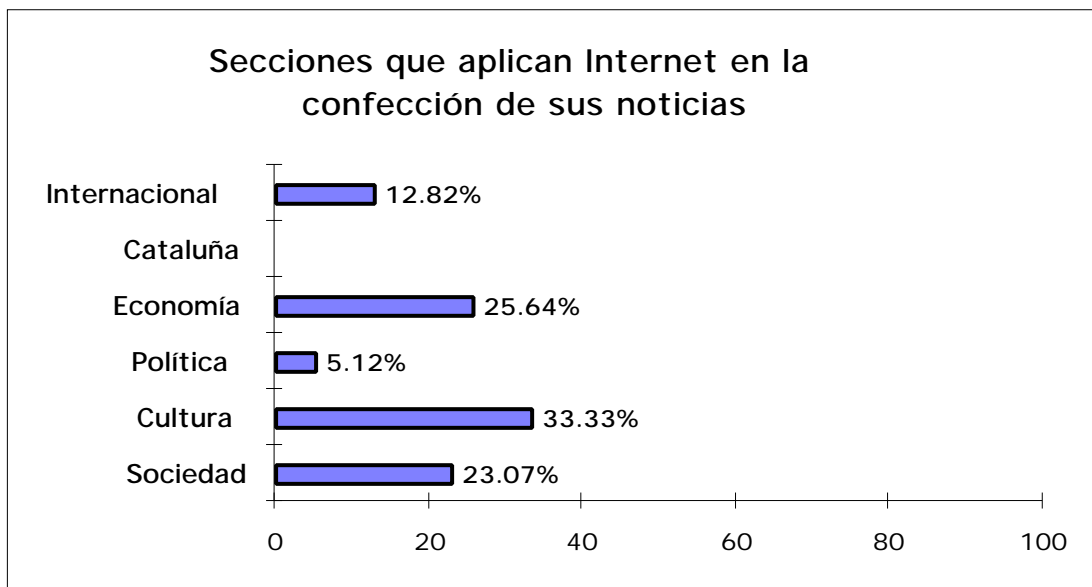
Es también destacable que más de la mitad de las fuentes a las que accedemos por Internet son complementarias, en las que el redactor busca fundamentalmente ampliar la información de la que dispone proveniente de la fuente de origen. En el total de las analizadas este porcentaje apenas si representa un tercio del total de las fuentes que aplica el periodista, el cual basa la edición de la noticia en la información que obtiene de las de origen. Por el contrario, en aquellas fuentes a las que accede a través de Internet el porcentaje de origen y complementarias está mucho más nivelado, representando cada tipología casi la mitad del total de las fuentes aplicadas.

Puede resultar obvio el hecho que no hay ninguna fuente exclusiva a la que se haya accedido por Internet. Si la red representa la metáfora de la comunicación global, donde todos están conectados y tienen las mismas posibilidades de interacción, no tendría sentido que alguna de las páginas web a las que se accede, o que los foros de discusión o *chats* en los que navegue el periodista puedan considerarse exclusivos. Aún así, el porcentaje de fuentes exclusivas con las que trabajaron en la redacción de informativos durante nuestro periodo de observación fue mínimo, ya que no representa ni un 4% del total de las fuentes utilizadas. Es consecuente que en un informativo donde las noticias procedentes de agencia o de organismos e instituciones representa más del 70% de la información, aquéllas en las que se utilicen fuentes exclusivas representen un porcentaje tan simbólico.

Respecto a la relación con el poder de las fuentes, sólo un 20% de las mismas, un 15% de las contactadas a través de Internet, podemos considerarlas influyentes. Aunque, *a priori*, un volumen de información proveniente de organismos e instituciones podría considerarse también propio de fuentes con poder, la realidad es que este porcentaje es mínimo si tenemos en cuenta el contenido de las informaciones que estos organismos proyectaron durante nuestra observación. Por ello, sólo consideramos fuentes con poder aquellas que pertenecientes a algún tipo de administración o institución tenían capacidad para influir en el contenido de la noticia o en la parrilla del informativo, ya fuera por autocensura del profesional o presiones del propio organismo. Así por ejemplo, se incluyó la noticia de la remodelación del puerto de Barcelona por el Ayuntamiento para contrarrestar el peso que ese día tenían las noticias exclusivas de la Generalitat. Aún así, la realidad nos demuestra que el poder de las fuentes es limitado. Quizás en un periodo electoral el resultado de la observación hubiera sido sustancialmente diferente, dado las presiones políticas que entran en juego en esos periodos concretos, tanto por los porcentajes de aparición de cada partido regulados desde el Parlamento, como en el interés de los distintos políticos por acaparar minutos de las parrillas de programación.

El porcentaje de fuentes oficiales a las que el redactor accede a través de Internet es casi diez puntos superior que el de aquellas fuentes a las que contacta por medios tradicionales. Ya explicamos que son este tipo de fuentes las que tienen una proyección más elaborada en la red, con páginas web muy completas, con espacios dedicados a la prensa, y con un equipo humano, tanto de prensa como informático, dedicado al mantenimiento de este tipo de recursos, lo que hace que se trate de una herramienta muy útil para el periodista interesado en contactar con la fuente de esta manera. Finalmente, señalar que el 100% de las fuentes aplicadas son públicas. No hubo ninguna fuente anónima que contactara con la redacción durante nuestro periodo de observación, aunque no es un hecho infrecuente según nos constataron varios periodistas, que a veces, una información pueda generarse por la llamada de un telespectador anónimo que avisa de que en su barrio se está produciendo un hecho noticiable, como por ejemplo el desalojo de un colectivo de okupas, o una avería en el alumbrado público.

El último elemento de nuestra observación son las diferentes secciones que utilizan y aplican Internet en la confección de sus noticias.



Destaca la sección de cultura, con un tercio de las informaciones emitidas en la semana de nuestra observación en las que hay información procedente de Internet. El festival del Grec, el último disco de Daniela Mercury, la reapertura del Coliseo, son algunas de las noticias en las que se aplicó esta herramienta. Siguen las secciones de economía, con noticias como la evolución de la economía catalana, la caída del Euro, la información de la bolsa, y sociedad, con la inmigración, los programas de protección animal, las notas de selectividad, etc. Con un 12% está la sección de internacional, cubriendo aquellas informaciones en las que no hay proyección en agencias, como la huelga de los trabajadores franceses, o la visita de la niña de Mozambique a Estados Unidos. Finalmente y como un elemento muy residual está la sección de política, que la utiliza exclusivamente en la proyección del Congreso del PSOE, dado que la página web del partido político fue una de las más completas tanto a nivel de información como de imágenes. La sección de Cataluña fue la única en la que no se aplicó la herramienta Internet en la confección de ninguna de sus noticias en nuestro periodo de observación, aunque recibió convocatorias de prensa vía mail, y sus redactores consultaron habitualmente la red, sobretodo la prensa local digital. No creemos que la no incidencia de Internet en esta sección durante nuestra observación se deba a la desidia o desconocimiento de sus redactores, sino a la misma dinámica de un tipo de información muy ligado al rodaje de calle, dado que las noticias que cubrieron precisaron siempre a un redactor desplazado al lugar de la información.

El hecho de que sean las secciones de Cultura, Economía, Sociedad e Internacional en las que mayor incidencia tiene Internet se debe a razones diferentes en cada caso

particular. Por lo que respecta a la cultura Internet se ha convertido en el vehículo idóneo para la proyección de jóvenes artistas, además de una valiosa herramienta de difusión publicitaria que utilizan constantemente galerías de arte, teatros, etc., es por ello que el redactor encuentra en la red un aliado en el momento de la documentación informativa. También es el mundo del arte uno de los más dinámicos en relación al uso de las nuevas tecnologías, en especial respecto al desarrollo de herramientas para que el espectador pueda expresar su opinión y convertirse en crítico, por lo que resulta un elemento fundamental para conocer en la fuente primaria las reacciones del público. Respecto a la sección de Economía, es indiscutible que Internet es el vehículo perfecto para la transmisión de grandes volúmenes de información y cifras sin riesgo a que éstas se desvirtúen, como pasaba con el fax cuando el papel o la tinta estaban en mal estado; además la gran mayoría de las fuentes de origen de las noticias económicas corresponden a organismos e instituciones o a sectores empresariales con gran repercusión informativa, por lo que el desarrollo del sistema de comunicación telemático en sus gabinetes de comunicación suele ser prioritario. Para las empresas este sistema de transmisión de datos es más barato, instantáneo y de gran fiabilidad, posibilitando la actualización de datos puestos al servicio del periodista cuando éste los precisa.

Las noticias referentes a la sección de sociedad no siguen ningún patrón estandar, dado que en este apartado informativo se han congregado múltiples acepciones temáticas, lo que hace que un redactor de esta sección pueda cubrir un suceso o seguir una campaña de imagen de Cataluña en Madrid. Aún así, y al igual que en otras secciones se aplica Internet en especial en aquellas noticias cuyo origen son fuentes institucionales. Curiosamente son en las noticias de sociedad, en especial las relacionadas con ciencia y tecnología, donde mayor incidencia a tenido la red para localizar fuentes temporales, sobretodo expertos en alguna materia, que hasta entonces era de muy difícil acceso. Respecto a Internacional encontramos que los redactores de esta sección son bastantes reticentes a la aplicación de las nuevas tecnologías, cuando son precisamente en sus noticias donde mayor repercusión podría tener Internet al eliminar las fronteras físicas y geográficas que separan al redactor de la fuente; por ello, es importante reseñar que prácticamente sólo aplican esta herramienta cuando la localización de datos por medios tradicionales es más difícil y el esfuerzo que supone es superior al de la navegación. Finalmente, y en relación a la sección de política, donde en menor número de ocasiones se aplicó Internet, encontramos que casi toda la información que durante la semana de nuestra observación cubría esta sección se trató de sucesos muy puntuales del conflicto en

el País Vasco, tanto en relación a un atentado como en el siguiente enfrentamiento político que hubo entre el PP y el PNV, lo que reducen consecuentemente la posibilidad de localizar datos de interés relacionados con esta temática, o de realizar búsquedas de información y preparación de temas en la red.