

# Rutinas periodísticas e internet en la información diaria

**Pere Masip**

Universitat Ramon Llull

*This study is a follow-up to a previous quantitative research, conducted in 2002, devoted to examining the degree of spread of Internet in Catalan newsroom. Now, this paper presents the results obtained from the observation carried out in three catalan newsrooms (a newspaper, a radio station and a TV station) about how the net is changing the professional routines and the impact of the information gathered on the net in journalists' works.*

*The results suggest that the presence of internet in the newsrooms of traditional Catalan mass media is unquestionable and the its use is absolutely integrated into the professional routines, nevertheless professional routines have not been substantially modified. The Net only plays a secondary role, Internet is not an indispensable resource for journalists. Nowadays, the impact of internet in journalistic practices should be considered such an evolution and not a revolution.*

## 1. Introducción

**A** finales del año 2001 Alfons Cornella<sup>1</sup> exponía el doble mensaje del que era objeto internet. Mientras que a corto plazo, sin la perspectiva necesaria, se contemplaba como la herramienta que cambiaría el mundo; a largo plazo, y con la visión que da el transcurso del tiempo, se tiende a subestimarla.

El carácter revolucionario atribuido a internet se ha situado durante años en la base de la mayor parte de las investigaciones que han abordado el estudio de la relación entre el periodismo y la red. En el curso de prácticamente una década no han dejado de aparecer voces que anunciaban la desaparición de la profesión periodística o, en el mejor de los casos, su redefinición. Para los lectores de este texto no resultará excesivamente laborioso encontrar ejemplos en este sentido, por nuestra parte, reproducimos a modo ilustrativo las palabras que Nicholas Negroponte escribía a mediados de los noventa: "Instead of reading what other people think is news and what other people justify as worthy of the space it takes, being digital will change the economic model of news selections, make your interessts play a bigger role".<sup>2</sup> Internet representaba la revolución del

periodismo, el ciudadano podía acudir directamente al origen del hecho noticioso, se rompía el esquema tradicional fuente/periodista/audiencia, cualquier persona se convertía en emisor, en periodista hasta cierto punto.

El tiempo parece haber dejado a cada cual en su sitio y la revolución parece no haber llegado todavía. Ciertamente, existen ejemplos y experiencias que van en la línea indicada anteriormente, pero no dejan de ser, hoy por hoy, testimoniales; el periodista como *gatekeeper* es percibido aún como una de las características primordiales de la profesión; la concepción del periodista como recopilador i difusor de la información, como intermediario, como mecanismo regulador de la calidad de la información, se mantiene.

Esta constatación no debe, sin embargo, hacernos perder de vista el papel fundamental que las tecnologías de la información, y muy particularmente internet, desempeñan en este inicio de milenio. A estas alturas no se puede negar la influencia de la red en la práctica periodística. Los avances de la sociedad condicionan las características del periodismo, que ha ido evolucionando de forma constante inducido por factores diversos, entre ellos, obviamente, los tecnológicos. Internet se ha de entender como un engranaje más en ese proceso evolutivo.

El objeto de esta comunicación es, precisamente, ofrecer algo más de luz al estudio de la relación existente entre periodismo e internet. Esta relación ha sido ampliamente analizada en la literatura tanto nacional como internacional, especialmente desde el punto de vista del periodismo digital. Menos frecuentes han sido, sin embargo, los trabajos que han centrado su interés en el análisis de la incidencia de la red en la práctica del periodismo “tradicional”.

## 2. Diseño de la investigación

La introducción de internet en las redacciones catalanas fue relativamente rápida, aunque improvisada y fragmentada. La primeras conexiones fueron fruto de iniciativas individuales de periodistas, habitualmente especializados en tecnología y con relaciones fluidas con Estados Unidos, y no de políticas de conectividad proyectadas desde las empresas. Ello no supuso, sin embargo, que esas mismas empresas dieran la espalda a la red, sino todo lo contrario. Los medios de comunicación catalanes, y especialmente los periódicos, pronto hicieron una apuesta decidida por la red, aunque no para ver qué podía ofrecer la red al periódico y a los periodistas, sino qué podría aportar el periódico a la red. Así, los primeros medios de comunicación españoles en desembarcar en la red fueron el semanario en catalán *El Temps*, en 1994, y los periódicos *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* y el *Avui*, al año siguiente.

En ese contexto se enmarca el proyecto de investigación que venimos realizando sobre la presencia y uso de internet en las redacciones catalanas y la incidencia de la red en la práctica profesional de los periodistas catalanes. Para abordar el estudio se optó por una doble vía de aproximación al objeto de análisis: cuantitativa, a través de una encuesta, y cualitativa, mediante observación de campo.

Los resultados del estudio cuantitativo permitieron confirmar la generalización del acceso a internet en las redacciones catalanas,<sup>3</sup> observar las principales características de su uso e identificar los problemas asociados a él.<sup>4</sup> Así, se constató que internet estaba absolutamente integrada en las rutinas, aunque todavía no se la consideraba un medio indispensable para la práctica periodística. Del mismo modo, a pesar de que se resaltaban las ventajas que la red había aportado a la profesión, se expresaban inquietudes derivadas de su uso, fundamentalmente problemas de credibilidad y calidad de la información disponible.

Para profundizar en el análisis de las características del uso de la red por parte de los periodistas y observar hasta qué punto tal uso está modificando las rutinas productivas y los contenidos informativos; el enfoque cuantitativo se completó con una observación de campo.

La observación de campo, realizada entre la segunda mitad del año 2004 y principios de febrero de 2005, consistió en una estancia de tres días en las redacciones de tres medios de comunicación. A diferencia de lo que ha sido más habitual en la literatura académica, que ha centrado su interés fundamentalmente en los periodistas de prensa,<sup>5</sup> se optó por visitar las redacciones de una televisión, una emisora de radio y un periódico. Los medios seleccionados fueron los tres que en su tipología son líderes en Catalunya, es decir: Televisió de Catalunya (TV3), Catalunya Ràdio y *La Vanguardia*.

Siguiendo los planteamientos de Jankowski y Wester, se aplicaron las tres técnicas que para estos autores configuran la observación de campo, a saber: entrevistas en profundidad, análisis de contenido y observaciones no estructuradas.

Durante las estancias se observó de forma continuada a los periodistas mientras trabajaban en la redacción; para ello se intentó adoptar una posición distante, evitando interrupciones mientras realizaban las labores asignadas. La observación se centró en analizar las prácticas en el uso de internet y del correo electrónico, la utilización de internet como fuente de información y el estudio de las estrategias de búsqueda de información. En momentos de descanso y en un entorno más relajado se realizaron diversas entrevistas con redactores, jefes de sección, editores, redactores jefe, responsables de tecnología y responsables del centro de documentación. En total se realizaron 43 entrevistas.

Finalmente, se analizó el uso de internet como fuente de información o documentación y la aplicación de la información recuperada en la redacción de la noticia. Para ello, se examinó una muestra constituida por todas las noticias que abrían cada una de las secciones en que se estructuran el periódico y los informativos de mediodía de Catalunya Ràdio y TV3. La metodología seguida consistió en: identificación del redactor/a al que se le asignaba la primera noticia de cada sección, breve entrevista exploratoria para conocer si tenía previsto usar la red como fuente de información, análisis de las fuentes utilizadas en el caso de recurrir a internet y, finalmente, identificación de la información obtenida a través de la red en el texto de la noticia. Con posterioridad se conversaba con el redactor para valorar el uso de internet en cada caso.

### 3. Introducción de internet en las redacciones

De la observación y las entrevistas realizadas se desprende que prácticamente todos los miembros de las redacciones, ya sea por convicción o por obligación, han incorporado el uso de internet, y especialmente el correo electrónico, en sus rutinas. Esta incorporación se ha realizado de forma progresiva, y a pesar del reconocimiento, en las tres redacciones, de la existencia de periodistas todavía tecnófobos, hemos observado que incluso éstos han tenido que claudicar ante la red. Con frecuencia esta cesión ha sido forzada por la misma realidad, al observar que los faxes dejaban de recibir convocatorias y que estas empezaban a llegar a través del correo electrónico.

La actitud del periodista ante la red no siempre ha sido la misma. En este sentido, se han podido identificar tres fases distintas en relación con la actitud del periodista ante internet:

\* Fase inicial: Tan solo unos pocos usan internet, habitualmente periodistas especialistas en ciencia y tecnología, y, en general, amantes de las innovaciones tecnológicas. Internet es una gran desconocida para la mayoría de periodistas, quienes, como suele suceder, recelan de todo aquello que desconocen. Con todo, tras observar a los compañeros que navegan por la red, la novedad genera un cierto grado de curiosidad, aunque todavía no perciben que represente una ventaja importante para su trabajo. Aunque resulta difícil establecer unos límites cronológicos para esta fase, el límite superior se situaría en el cambio de siglo.

\* Fase de descubrimiento: El inicio de esta segunda fase se podría situar hacia el año 2000. Es en ese momento cuando los medios visitados generalizan el acceso a la red desde todos los ordenadores de la redacción. De forma progresiva los periodistas empiezan a utilizar la red, con frecuencia por motivos estrictamente privados. A pesar de que el uso de internet no tiene, en general, ninguna incidencia directa en los productos informativos, estas primeras incursiones permiten una rápida familiarización con el uso de los navegadores, recursos de información, estructura de la red...

Paulatinamente los periodistas se dejan seducir por internet y se vuelcan decididamente a usarlo, se produce un proceso de enamoramiento; es entonces cuando descubren lo que internet les puede llegar a deparar. La gran cantidad de información, la facilidad de acceso y la rapidez son algunas de las características que cautivan a los recién llegados. En esta fase, sin embargo, el uso de internet puede llevar asociadas algunas prácticas no deseables. Entre las más repetidas por los periodistas entrevistados destaca el uso de información obtenida de internet sin el pertinente contraste. Virginia Luzón observó conductas similares entre los periodistas de informativos de TV3.<sup>6</sup>

Resulta complicado conocer los motivos de esta conducta: actitud del periodista, presión temporal para la entrega de las noticias..., pero probablemente la novedad del medio y la inexperiencia de los periodistas en este entorno tengan un peso importante. En la actualidad es inconcebible que una organización, organismo público, estrella del cine o de la música, club deportivo o deportista

no tengan presencia propia “oficial” en la red, pero hace poco menos de un lustro la realidad era sustancialmente distinta. En ese momento, una parte muy importante de la información disponible en la red era producida por particulares, fans, profesores universitarios, especialistas..., que, con mayor visión de futuro que muchas organizaciones, volcaban en la red ingente cantidad de información susceptible de ser utilizada por los periodistas y suplían de este modo la miopía de las citadas organizaciones. Entre esa información, sin embargo, también había un mundo de propaganda, rumores y medias verdades.

La inexperiencia y la falta de rutinas vinculadas al uso de internet, y, en particular, a la comprobación de la información obtenida de la red, podrían explicar el uso abusivo e indiscriminado de información extraída de internet sin haber pasado previamente los filtros exigibles a cualquier información susceptible de ser utilizada en la redacción de una noticia.

\* Fase de pragmatismo. En la actualidad nos hallamos en una fase caracterizada por el pragmatismo. Superada la fase de enamoramiento y descubiertos los aspectos menos atractivos de internet, los periodistas valoran la red en su justa medida. Se trata de una herramienta importante en su labor, a la que acuden primordialmente cuando las fuentes que les son más próximas y de confianza no pueden satisfacer sus necesidades. Como veremos, el uso de Internet es ahora mucho más selectivo, se tiende a utilizar de forma exclusiva información procedente de fuentes contrastadas y de confianza, fundamentalmente de organismos públicos y de otros medios de comunicación. A medida que los periodistas se familiarizan con la red crean su propio universo de referencia, de forma similar a como lo tienen entre las fuentes tradicionales. Con algunas excepciones, este universo de referencia, sin embargo, no presenta excesivas divergencias respecto al sistema de fuentes del “mundo de los átomos”.

#### **4. Internet y rutinas productivas**

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el año 2002 y la observación de campo que presentamos aquí no divergen significativamente. Sin embargo, esta segunda fase de la investigación nos ha permitido enfocar con más nitidez la imagen que los métodos cuantitativos presentaban ligeramente movida.

En líneas generales, tanto a través de las encuestas como de las entrevistas se observa que los periodistas suelen elaborar un discurso elogioso al hablar del uso de la red en su quehacer diario, sin embargo, la observación de las prácticas cotidianas pone en evidencia que la incidencia directa de la información obtenida de la red en la redacción del producto final es relativamente poco importante, en especial en piezas sobre noticias del día.

##### **4.1. Correo electrónico**

Según la encuesta que realizamos en el año 2002 el correo electrónico era la aplicación más usada por los periodistas, en concreto el 90,14% de los entrevistados confesaba consultarlo diariamente.<sup>7</sup> La observación realizada en las redac-

ciones de *La Vanguardia*, Catalunya Ràdio y Televisió de Catalunya corroboran plenamente estos resultados.

La principal actividad vinculada al uso del correo electrónico es el contacto con las fuentes. Hoy en día, la práctica totalidad de las previsiones, los comunicados y las convocatorias llegan a manos de los redactores a través del correo electrónico, de modo que la consulta del buzón del correo electrónico se ha convertido en la primera actividad que realizan los periodistas cuando llegan a la redacción.

La generalización del uso de internet ha permitido que, al menos sobre el papel, fuentes que hasta ese momento eran marginadas por las grandes agencias o no disponían de los recursos necesarios para difundir la información que generaban tengan ahora la posibilidad de llegar a los medios de forma habitual. Son numerosos los ejemplos citados por los entrevistados para ilustrar estas nuevas fuentes: pequeños y medianos ayuntamientos, asociaciones, etc. Incluso sectores que tradicionalmente han dado la espalda a los medios de comunicación han modificado su actitud gracias a internet. Nos estamos refiriendo, por ejemplo, al movimiento okupa, que, según indicaba el jefe de la sección de sociedad de uno de los medios visitados, a diferencia de lo que ocurría anteriormente, les remite de forma periódica información sobre sus reivindicaciones y movilizaciones a través del correo electrónico. Con todo, la agenda informativa sigue marcada por las fuentes tradicionales, las agencias y los gabinetes de comunicación, mientras que las “nuevas” fuentes son descartadas de forma prácticamente sistemática por los jefes de sección y redactores.

A pesar de la introducción de una nueva tecnología, en este caso el correo electrónico, no siempre se produce un cambio en la forma de trabajar. Así, hemos observado cómo un número relativamente importante de redactores se imprime los mensajes recibidos, tras una primera selección, para continuar trabajando con ellos en soporte papel.

Potencialmente, el correo electrónico permite nuevas formas de interacción entre periodistas y fuentes, aunque observamos que los periodistas prefieren usar el teléfono para contactar con las fuentes, sean estas las habituales, como los jefes de prensa o los gabinetes de prensa, o de carácter más esporádico. La mayoría reconoce que antes de enviar un correo electrónico prefiere hacer una llamada, ya que saben que “[nos] responderán más rápidamente” y porque “hoy por hoy la relación personal con los jefes de prensa es muy importante”. Con todo, no faltan los que, como una redactora de TV3, consideran que “esta manera de actuar tiene los días contados” y que “en poco tiempo la relación con los jefes de prensa será únicamente a través del correo electrónico”.

A pesar de la importancia que los periodistas otorgan al contacto personal, buena parte de los profesionales entrevistados se lamentan de que los gabinetes de comunicación todavía no hayan tomado conciencia de la importancia que internet puede tener, ya sea a través del correo electrónico o del web, en su relación con los medios. Por lo que se refiere al correo electrónico, los gabinetes de comunicación suelen tardar demasiado en responder los mensajes “y si necesi-

tas una información de forma rápida, sabes que te será más útil coger el teléfono y llamar”.

Otro mecanismo de relación entre periodistas y fuentes vinculado al correo electrónico es el de los boletines o *newsletters* que periódicamente distribuyen ciertas organizaciones. Este servicio es especialmente útil en secciones en que la relación con las fuentes oficiales es dificultosa, habitualmente por razones de distancia geográfica, y para los periodistas con un alto grado de especialización.

La generalización del correo electrónico ha traído consigo nuevos problemas para los periodistas, en especial los relacionados con el volumen de mensajes recibidos y el *spam*. A pesar de reconocer la utilidad del correo-e, la práctica totalidad de los periodistas entrevistados afirman que se “ha convertido en un problema serio”, “nos pasamos el tiempo borrando mensajes que no nos interesan y *spam*”, y llegan al extremo de afirmar, en más de una ocasión, que “si las cosas siguen así, tendremos que dejar de utilizar el correo electrónico”.

La sobreabundancia de mensajes puede ser atribuida parcialmente al *spam*, pero también a un uso deficiente por parte de los propios gabinetes de prensa. “A menudo recibimos la misma convocatoria en tres mensajes diferentes”, afirmaba una redactora de la sección de cultura de Catalunya Ràdio.

La relación entre periodistas y audiencia también se ha visto ligeramente modificada con la introducción del correo electrónico. En términos generales, el número de contactos con la audiencia ha aumentado gracias al correo electrónico, que ha sustituido a las cartas. Con todo, el teléfono sigue siendo el sistema preferido por los lectores y espectadores para contactar con los medios. La excepción a esta norma son los mensajes dirigidos a la sección de cartas al director, en ese caso el correo electrónico se ha convertido en el medio preferido.

Los motivos que impulsan las comunicaciones de los espectadores o lectores son diversos. Los más frecuentes son los mensajes que demandan información sobre una noticia emitida o publicada, tampoco faltan los mensajes de queja y mucho menos frecuentes son los que ponen sobre la pista de un hecho noticiable. La dirección de correo electrónico de muchos de los periodistas de los tres medios visitados no suele ser pública, por lo que con frecuencia esos mensajes son recibidos en el buzón general de la sección y es el jefe de sección el encargado de darles respuesta.

La popularización de tecnologías como el teléfono móvil con cámara fotográfica o las cámaras digitales ha convertido a los ciudadanos en proveedores de imágenes para los medios de comunicación. Con frecuencia el correo electrónico es el medio elegido para remitir esas imágenes, que suelen estar asociadas a hechos singulares como accidentes, incendios... o fenómenos meteorológicos. En este sentido, la sección dedicada a la información del tiempo en TV3 recibe diariamente una media 10 imágenes por *e-mail*.

Finalmente, el correo electrónico también se ha convertido en una herramienta habitual de comunicación entre los periodistas del propio medio, para contactar con compañeros de turnos diferentes o para intercambiar información. En las secciones de internacional, por ejemplo, es el sistema más frecuen-

te para establecer contacto con los corresponsales, que lo pueden utilizar para mandar material, cortes de sonido para que sean traducidos, fragmentos de reportajes, etc. En el caso de *La Vanguardia*, los colaboradores utilizan el correo electrónico para remitir sus contribuciones al periódico.

## **4.2. Internet como fuente de información y documentación**

Si recuperamos los resultados obtenidos en la encuesta del año 2002, observamos que las dos principales aplicaciones de internet, al margen del correo electrónico, son la lectura de los periódicos y la búsqueda de información concreta para completar las noticias. Nuestras observaciones han permitido corroborar, una vez más, esos resultados, aunque con matizaciones interesantes.

### **4.2.1. Consulta de la prensa digital**

La principal aplicación de la web entre los periodistas de las redacciones visitadas es la consulta de las versiones electrónicas de los medios tradicionales; sin embargo, a diferencia de lo que se podría considerar en un primer momento, la consulta de la prensa digital no sustituye a la tradicional lectura diaria de la prensa en papel. La observación de campo ha permitido advertir que la versión electrónica de los periódicos, de algunos periódicos, se ha convertido fundamentalmente en un servicio paralelo al de las agencias de noticias. En esta función la versión de *El Mundo* y, en menor medida, las de *El País* y *La Vanguardia* son referentes.

Estos periódicos digitales no aportan casi nunca información exclusiva, reservada para las versiones en papel, por lo tanto disponen de la misma información que el resto de los medios, la que proviene de las principales agencias de noticias. Sin embargo, las versiones electrónicas de estos medios aportan dos características que las hacen especialmente interesantes para los periodistas: las noticias ya han sido filtradas y jerarquizadas. El interés en estas ediciones es tan particular que muchos profesionales entrevistados reconocen que con frecuencia únicamente les interesa consultar los titulares y que casi nunca necesitan acceder al cuerpo de la noticia.

En definitiva, los periodistas consultan las versiones electrónicas de estos periódicos para:

Hacer un seguimiento de las noticias. Les permite seguir los acontecimientos de forma más cómoda, sin tener que estar pendientes de los teletipos de agencia.

Ver el tratamiento que están dando a las noticias, observar si coincide con el del propio medio y analizar enfoques alternativos.

Tener la seguridad de que no han pasado por alto ningún hecho relevante.

Si bien no podemos afirmar que las versiones electrónicas de los periódicos marquen las agendas de los demás medios, sí que es evidente que han adquirido un papel ciertamente relevante en las redacciones. Algunos de los periodistas entrevistados reconocen que la importancia otorgada a una noticia o el enfoque que se le ha dado ha podido variar en función del planteamiento adop-

tado por esos medios, lo que en ocasiones ha conducido a cometer errores.

A pesar de reconocer tal práctica, de la mayoría de las entrevistas se desprende un cierto sentimiento de desazón entre los periodistas. Se lamentan de que se deposite excesiva confianza en terceros medios, a los cuales se les otorga un rol relevante sin aparentemente tener en cuenta que estos tienen una línea editorial, una implantación geográfica o una estrategia comercial propias que inciden en los criterios de selección de las noticias, la jerarquización de las mismas y el punto de vista adoptado.

Algunos trabajos recientes que han abordado el estudio de las prácticas profesionales en los medios digitales añaden un componente más de preocupación a la costumbre que acabamos de describir. Nos referimos, por ejemplo, a las investigaciones de David Domingo <sup>8</sup> o de Ramón Salaverría, <sup>9</sup> quienes coinciden en afirmar que los medios digitales ofrecen importantes problemas de credibilidad y exactitud, derivados del carácter evanescente del medio y de la falta de control editorial sobre las noticias publicadas.

Acabamos de observar que la consulta de la prensa digital tiene como finalidad principal facilitar el seguimiento de las noticias y facilitar la toma de decisiones. La consulta de los medios electrónicos, sin embargo, también se ha incorporado a las rutinas periodísticas en su versión más “tradicional”, la lectura diaria de los principales periódicos del planeta, en sustitución de la lectura de los ejemplares en papel. Esta práctica es especialmente destacable en las secciones de internacional. Cabe destacar, sin embargo, que, en contadas ocasiones la información obtenida de la consulta de esos periódicos tiene una incidencia directa en la redacción de las noticias del día. Éstas siguen alimentándose fundamentalmente de las informaciones de agencia. Uno de los redactores entrevistados manifestaba que “internet es un complemento ideal, pero no deja de ser un complemento”.

#### **4.2.2. La web como fuente de información**

Los periodistas reconocen la utilidad de internet como fuente de información, aunque recalcan que “no sustituye a ningún otro medio anterior, sino que se añade a los ya existentes”.

Internet se usa fundamentalmente para comprobar informaciones puntuales u obtener datos concretos; para realizar búsquedas en profundidad, por el contrario, se tiende a complementar con otros recursos de información, fundamentalmente el centro de documentación del medio.

En líneas generales, en el proceso de elaboración de una noticia del día, los periodistas toman como punto de partida las informaciones obtenidas a través de las convocatorias recibidas por correo electrónico, material de ruedas de prensa, presentaciones... o de las agencias de noticias. Si es necesaria alguna información adicional se tiende a recurrir al teléfono para contactar con las fuentes de confianza. Únicamente si mediante estas vías no se obtiene la información suficiente o se precisa algún dato puntual se acude a la red. Así pues, internet siempre es una segunda opción en la búsqueda de información.

La velocidad con la que internet permite acceder a la información ha provocado que, especialmente en el caso de la prensa escrita, los periodistas no renuncien a la red para recopilar información adicional que complemente la noticia. Esta información casi nunca es parte sustancial del artículo; de hecho, con frecuencia, ni tan solo forma parte del cuerpo principal de la noticia, sino que se presenta en forma de despiece o, principalmente, de gráfico o cuadro diseñado por la sección de infografía. El carácter complementario que tienen estas piezas provoca que se pueda fácilmente prescindir de ellas.

Los periodistas destacan el problema de la fiabilidad de las fuentes, por ello la gran mayoría de los periodistas tienden a usar información obtenida de webs oficiales, que les garantizan información contrastada y de confianza. Cuando la información no proviene de este tipo de fuentes suelen descartarla, si bien algunos entrevistados no se muestran tan escrupulosos en este aspecto.

El uso de la red no es uniforme en toda la redacción, los periodistas de las secciones de política, sociedad y economía son los que más acuden a internet para consultar webs corporativas o institucionales. Diversos periodistas entrevistados consideran que en la mayor parte de los casos esas webs son exclusivamente herramientas de márketing y no están pensadas para los periodistas. Señalan que las principales carencias son la falta de calidad y relevancia de la información disponible, la irregularidad en la actualización de la misma, problemas de accesibilidad y usabilidad y en el caso de los periodistas audiovisuales excesiva dependencia del texto escrito. Una redactora de la Televisió de Catalunya afirmaba: “los gabinetes de comunicación no están en absoluto interesados en internet, las webs no aportan, generalmente, ninguna información sustancialmente diferente de la que podamos obtener por otras vías.”

Acabamos de ver que internet juega todavía un rol secundario en la producción de noticias corrientes, sin embargo, la situación es ligeramente diferente si nos referimos a noticias de más largo recorrido. Cuando los reporteros están ante noticias ya previstas -conmemoraciones, efemérides..., - y disponen de más tiempo para su elaboración o deben realizar trabajos que precisen una mayor contextualización y profundidad, la web se convierte en una herramienta de primera magnitud. Todos los periodistas entrevistados han afirmado que en trabajos de estas características la web es un recurso de consulta muy frecuente, que en ocasiones llega a sustituir la consulta del centro de documentación del propio medio. La web es utilizada de diversas maneras, consulta directa de webs institucionales o corporativas, o mediante la búsqueda en los buscadores, en especial Google.

Como hemos indicado más arriba, tras un periodo de descubrimiento y enamoramiento, los periodistas empezaron a tomar conciencia de algunos de los problemas asociados a la red, por eso, también en este contexto, la tendencia es acudir a fuentes contrastadas y de reconocido prestigio. En este sentido destacan los organismos oficiales (Ministerios, Conselleries, Cruz Roja, AGNUR...) y los medios de comunicación.

### 4.3. Internet como hecho noticiable

Hemos dejado para el final de este repaso el estudio del papel de internet como hecho noticiable y como origen de una noticia. Lo que es relativamente frecuente en los medios de comunicación. La mayor parte de los periódicos editan algún tipo de suplemento especializado en tecnologías, donde la red juega un papel protagonista. Cuando internet abandona las páginas especializadas, con frecuencia aparece relacionada con hechos delictivos y tiene evidentes connotaciones negativas: piratería, pornografía infantil, usos fraudulentos, problemas con las operadoras...

Últimamente se ha extendido en algunas redacciones televisivas el uso de imágenes capturadas de la red para ilustrar alguna noticia. Lo hemos podido comprobar ampliamente en el caso de Televisió de Catalunya y también en menor medida en las de los periódicos. En ocasiones la web se convierte en la única fuente disponible, y, en un medio como el televisivo, la captura de las pantallas deviene una solución eficaz. Sirvan como ejemplos ilustrativos dos casos relacionados con la polémica suscitada por del intento de reconocimiento internacional de la selección catalana de hockey. En el primer caso, Televisió de Catalunya, para ilustrar unas declaraciones del presidente de la Federación Española de Patinaje al *Diário de Macau*,<sup>10</sup> llamando al boicot de la selección catalana en el Campeonato del Mundo B de hockey patines, capturó la pantalla del periódico asiático en que se recogían las declaraciones. Se adoptó una solución similar para mostrar las manifestaciones que el presidente de la Federación Italiana de Patinaje y diputado de Forza Italia realizó a través de la web de su partido,<sup>11</sup> en las que reconocía la intervención directa del primer ministro Silvio Berlusconi a favor de la postura española de impedir el reconocimiento de la Federación Catalana de Hockey en la asamblea de la FIRS celebrada en la ciudad norteamericana de Fresno.

En los dos ejemplos que acabamos de mostrar, la captura de la página web se justifica porque es prácticamente la única imagen con que cuentan los periodistas para ilustrar la noticia. En otras circunstancias, especialmente ante noticias de última hora (*breaking news*), el uso de este recurso es tan sólo una solución de urgencia, una manera de “parar el golpe” –decía un periodista– mientras llegan imágenes de la noticia. Lo utilizaron, por ejemplo, los servicios informativos de Televisió de Catalunya el 3 de diciembre de 2004 para ilustrar el flash de urgencia en el que se informaba de la colocación de cinco artefactos explosivos en sendas gasolineras de Madrid, según había anunciado en nombre de ETA un comunicante anónimo en una llamada telefónica realizada al diario *Gara*.<sup>12</sup> Ante la falta de imágenes, en un primer momento se optó por mostrar una imagen capturada de la página web del periódico vasco en el que se daba a conocer el comunicado de ETA.

El uso de esta solución y en estas circunstancias es poco frecuente en los telenoticias, pero es más habitual en el Canal 3/24,<sup>13</sup> puesto que en el momento en que se conocen los hechos todavía no se suele disponer de imágenes; entonces recurrir a la web permite salvar la situación. Habitualmente, cuando llegan a la redacción las primeras imágenes, las capturas de internet dan paso a las imágenes del lugar del suceso.

El mismo recurso se suele utilizar cuando algún periódico, especialmente norteamericano, publica alguna exclusiva y todavía no han llegado imágenes de agencia o reacciones a la noticia.

Las capturas de pantallas d'internet ha sido usado con cierta frecuencia, en especial a raíz de la guerra de Irak. También la emisión de vídeos descargados de la red ha sido un recurso adoptado por las televisiones y cuyo protagonista es internet. Los grupos de resistencia a la ocupación norteamericana han encontrado en la red, gracias a su carácter global, un vehículo altamente eficaz para dar a conocer sus reivindicaciones y divulgar sus acciones. Estas organizaciones colocan en sus webs vídeos de ataques a convoyes norteamericanos o de la policía iraquí, conmovedoras secuencias, que muestran secuestrados implorando clemencia o dramáticas imágenes de ejecuciones. Desde un punto de vista estrictamente técnico, los vídeos descargados de internet presentan el problema de su baja calidad, por lo cual, según indican fuentes de TV3, su uso se limita a los que ofrecen una gran carga informativa. En el caso de la prensa escrita, también se utilizan fotogramas de esos vídeos con cierta asiduidad.

El recurso a esta práctica, y en general, el uso de la información obtenida de internet pone sobre la mesa algunos de los principales problemas de internet como fuente de información. Tradicionalmente, los periodistas han tenido que afrontar conflictos éticos relacionados con la exactitud de la información, la credibilidad, la falta de objetividad, el contraste y la verificación de la información, o bien con la relación con las fuentes. El nuevo entorno digital introduce nuevos dilemas éticos que no siempre parecen tener soluciones satisfactorias: presión comercial, uso de enlaces, credibilidad de las fuentes digitales, uso de esas fuentes, privacidad...<sup>14</sup>

En los últimos meses hemos sido testigos de diversos ejemplos de un uso deficiente de la información, en concreto de imágenes, obtenida de internet. Durante el mes de agosto del pasado 2004, los principales medios del planeta informaron sobre el secuestro y la posterior decapitación de un ciudadano norteamericano en Irak a manos del grupo terrorista encabezado por Abu Musab al-Zarqawi. Días más tarde se conocía que tal ejecución nunca existió y que en realidad nos encontrábamos ante unas imágenes trucadas por un joven californiano de veintidós años, Benjamin Vanderford.<sup>15</sup> Más recientemente, diversos medios recogían la noticia del secuestro en Irak del *marine* John Adam, ilustrada con una fotografía del soldado, sentado en el suelo, con las manos en la espalda, y una ametralladora apuntándolo a la cabeza. La imagen había sido descargada de la página islamista Baghdadalrashid.<sup>16</sup> Horas más tarde se supo que el *marine* secuestrado resultó no ser más que un muñeco Cody, similar a los apreciados Madelman de nuestra infancia.

Ejemplos como estos ponen de manifiesto la vulnerabilidad de los periodistas ante las posibilidades que ofrece la tecnología. A raíz del caso del Madelman, Santiago Lyon, director de fotografía de Associated Press, manifestaba:

“No es la primera vez que gente desconocida intenta engañarnos a través de internet. Hay que ser extremadamente cautelosos con las imágenes que no tie-

nen garantías. Lo mismo paso con algunas fotos del *tsunami* que publicaron algunos medios. Internet tiene mucho peligro y estas cosas animan a otros a hacer lo mismo”.<sup>17</sup>

La mayoría de los periodistas entrevistados reconocen que muy esporádicamente la red es el punto de partida de una noticia. En la mayor parte de los casos, el descubrimiento de un hecho noticiable en la red es fruto del azar; muy pocos afirman rastrear internet en busca de posibles temas para artículos o reportajes. Fue fruto del azar, por ejemplo, que un redactor de la sección de deportes de Televisió de Catalunya hallase las declaraciones mencionadas anteriormente del presidente de la Federación Española de Patinaje en un periódico de Macao.

## 5. Valoraciones finales

De las entrevistas mantenidas con periodistas de Catalunya Ràdio, *La Vanguardia* y Televisió de Catalunya se deriva un conjunto de rasgos característicos comunes.

Internet está plenamente integrada en las rutinas periodísticas, aunque esa integración no siempre ha sido bien vista el periodista. Probablemente en algunos casos tenga mucho de imposición, imposición producida por el propio peso de las circunstancias, pero nunca forzada a raíz de una decisión estratégica de la organización. En la actualidad resulta prácticamente imposible para un periodista prescindir del uso de la red o, cuando menos, prescindir del correo electrónico. Con todo, y probablemente por lo que acabamos de mencionar, no se detecta un optimismo desaforado en relación con las posibilidades que ofrece internet, y los periodistas no depositan en ella expectativas especialmente relevantes.

Son conscientes de que la red es un instrumento importante que potencialmente les brinda una oportunidad para hacer mejor periodismo, pero también afirman que no necesariamente se está haciendo mejor periodismo gracias al acceso a la red. Son escasos los ejemplos de noticias que no se habrían podido publicar sin el concurso de internet.

Internet permite encontrar datos más exactos y actualizados que antes y con mayor rapidez; datos que el periodista probablemente no se habría molestado en intentar localizar si no dispusiese de la red. Desde este punto de vista, gracias a internet se ofrece información más elaborada y completa, pero, en líneas generales, los entrevistados no consideran que eso permita hablar de mejor periodismo, puesto que la esencia de la noticia no se ve modificada por la obtención de información de la red.

De las conversaciones mantenidas se desprende -algunas personas llegaron a verbalizarlo- que internet ha permitido la aparición de un “periodismo de datos”. Este periodismo se caracterizaría por beber de las mismas fuentes que el periodismo anterior a la irrupción de la red, pero la facilidad de acceso a bases de datos, hemerotecas digitales y otros sistemas de información le per-

mite completar las noticias con informaciones adicionales o datos que las enriquezcan. Una periodista ponía el ejemplo siguiente para ilustrar el cambio: “Antes, si tenía que cubrir una noticia sobre el pueblo X decía que el pueblo tenía aproximadamente unos mil habitantes, ahora busco en internet y redacto la noticia indicando el número exacto de habitantes que”. Con todo, la incidencia directa de internet en el producto final es relativamente poco importante.

El periodismo que más se puede aprovechar de las ventajas que ofrece internet, de hecho ya lo está haciendo, es el periodismo de más largo recorrido, el periodismo que no está tan directamente ligado a la actualidad más inmediata, que no está supeditado a la emisión del telediario de turno o al cierre de una edición. Al final, comentaba un periodista, “lo que hace que se haga mejor o peor periodismo depende de la actitud del periodista, no de la tecnología disponible”.

A pesar de que la observación se ha realizado en tres medios de características distintas -una emisora de radio, una televisión y un periódico- no se han detectado diferencias importantes en cuanto a la actitud ante internet y su incidencia en las rutinas productivas. Ello cabe atribuirlo básicamente a que las estancias en los medios se centraron en la observación de las rutinas vinculadas a la producción de tres productos informativos diarios ligados a la actualidad, un periódico y sendos informativos de mediodía en los casos de Catalunya Ràdio y Televisió de Catalunya. Como ya hemos comentado, la actitud de los periodistas ante internet no es la misma si su labor está vinculada a informativos no diarios.

A priori cabría esperar un mayor apoyo en internet por parte de los periodistas del periódico, puesto que disponen de más espacio para sus informaciones y, en principio, de más tiempo para su elaboración. La observación ha permitido constatar que en la redacción del cuerpo de la noticia los reporteros de *La Vanguardia* no acuden con más frecuencia a la red que los colegas de los otros medios. Si bien es cierto que disponen de más espacio, no lo es menos que la cantidad de información que reciben por los canales tradicionales habitualmente es más que suficiente para cubrir la noticia.

Los periodistas del periódico, sin embargo, sí han encontrado en la red un aliado que les proporciona una cantidad ingente de información, habitualmente dispersa, y de forma muy rápida, que les permite completar y enriquecer las informaciones. Ya hemos visto que con frecuencia se trata de informaciones complementarias que llegan al lector en forma de gráfico o de infograma.

## Notas

1. Cornella, Alfons. "De sobreestimar Internet a subestimarla". [Documento electrónico] *Ke! Knowledge Energy* (05/12/01), núm. 610. <<http://www.infonomia.com/extranet>> [Consulta: 10/12/01].

2. Negroponte, Nicholas. *Being Digital*. London: Hodder and Stoughton, 1995, p. 153.

3. Masip, Pere. *Role of online information on news reporting in Catalan newsrooms*. Comunicación presentada a la 23rd Conference and General Assembly IAMCR. Barcelona, 2002.; Masip, Pere. "Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas". *ZER* (2003), núm. 14, p. 29-42.

4. Masip, Pere. "Journalists' problems with the use of internet in newsrooms: some hints about new training needs for journalists". En: Salaverría, Ramón; Sábada, Charo, eds. *Towards New Media Paradigms: Contents, Producers, Organisations and Audiences. II COST A20. International Conference Proceedings*. Pamplona: Eunat, 2004, p. 271-282.

5. En el contexto internacional destacan las aportaciones de los norteamericanos Bruce Garrison, Steven R. Ross y Don Middleberg; a nivel español, véase la investigación de Bella Palomo.

6. Luzón Fernández, Virginia. *La irrupción de internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001. Tesis doctoral.

7. Masip. "Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas". p. 35.

8. Domingo, David. *Professional routines and values in Catalan online newsrooms: online journalism in real contexts*. [Documento electrónico] Comunicación presentada a: II Congrés Online Observatori de la Cibersocietat. 2004. <<http://www.cibersociedad.net/congres2004>> [Consulta:02/11/04].

9. Salaverría, Ramón. "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11". *Gazette* vol. 67 (2005), núm. 1, p. 69-86.

10. *Ponto final: Portal do Diário de Macau* [Documento electrónico] <http://www.pontofinalmacau.com> [Consulta: 01/02/05].

11. Forza Italia [Documento electrónico] <http://www.forzaitalia.org> [Consulta: 01/02/05].

12. *Gara* [Documento electrónico] <http://www.gara.net> [Consulta: 01/02/05].

13. Canal informativo de 24 horas de Televisió de Catalunya.

14. Deuze, Mark; Yeshua, Daphna. "Online Journalists Face new Ethical Dilemmas. Lessons from the Netherlands". *Journal of Mass Media Ethics* vol. 16 (2001), núm. 4, p. 273-292.

15. "La falsa decapitación de un californiano." *La Vanguardia*. [Barcelona] (08/08/04), p. 3.

16. *Baghdadalrashid* [Documento electrónico] <http://www.baghdadalrashid.com> [Consulta: 3/2/05]

17. Echevarría, Borja "El director de fotografía de AP hace autocrítica y explica el error con la foto del soldado" [Documento electrónico] *El Mundo.es* (2/2/05) <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/02/02/comunicación/1107369515.html> [Consulta: 8/2/05].

## Bibliografía

CORNELLA, Alfons. "De sobreestimar Internet a subestimarla". [Documento electrónico] *Ke! Knowledge Energy* (05/12/01), núm. 610. <<http://www.infonomia.com/extranet>> [Consulta: 10/12/01]

DOMINGO, David. *Professional routines and values in Catalan online newsrooms: online journalism in real contexts*. [Documento electrónico] Comunicación presentada a: II Congrés Online Observatori de la Cibersocietat. 2004. <<http://www.cibersociedad.net/congres2004>> [Consulta:02/11/04].

GARRISON, Bruce. "Journalists' Perceptions of Online Information-Gathering Problems". *Journalism & Mass Communication Quarterly* Vol. 77 (2000), núm. 3, p. 500-514.

GARRISON, Bruce. *Online Information Use in Newsrooms. A longitudinal diffusion study*. [Documento electrónico] Comunicación presentada en la: Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication. Phoenix, 2000. <<http://www.miami.edu/com/car/phoenix1.pdf>> [Consulta:12/02/01].

JANKOWSKI, Nicholas, W.; WESTER, Fred. "La tradición cualitativa en la investigación sobre las

ciencias sociales: contribuciones a la investigación sobre comunicación de masas" En: N.W. JANKOWSKI; Klaus B. JENSEN (eds.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993, p. 57-97.

LUZÓN, Virginia. *La irrupción de internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2001. Tesis doctoral.

MASIP, Pere. "Journalists' problems with the use of internet in newsrooms: some hints about new training needs for journalists". A: Salaverría, Ramón; Sábada, Charo, eds. *Towards New Media Paradigms: Contents, Producers, Organisations and Audiences. II COST A20. International Conference Proceedings*. Pamplona: Eunote, 2004, p. 271-282.

MASIP, Pere. "Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas". *ZER* (2003), núm. 14, p. 29-42.

MASIP, Pere. *Role of online information on news reporting in Catalan newsrooms*. Comunicació presentada a la 23rd Conference and General

Assembly IAMCR. Barcelona, 2002.

NEGROPONTE, Nicholas. *Being Digital*. London: Hodder and Stoughton, 1995.

PALOMO, Bella. *El periodista online: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación social, 2004.

PALOMO, Bella. *El uso redaccional de internet en la prensa diaria española*. Málaga: Universidad de Málaga, 2002. Tesis doctoral.

PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

PAVLIK, John. "The Impact of Technology on Journalism". *Journalism Studies* Vol. 1 (2000), núm. 2, p. 229-237.

ROSS, Steven S.; MIDDLEBERG, Don. *The Eighth Annual Middleberg/Ross Media Survey. Change and its impact on communication* [Document electrònic]. 2002. <<http://www.middleberg.com/tools-forsuccess>> [Consulta: 23/02/02].

SALAVERRÍA, Ramón. "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11". *Gazette* Vol. 67 (2005), núm. 1, p. 69-86.