

# **Nuevos paradigmas periodísticos y documentales en los periódicos digitales: estudio de casos en España**

Juan Carlos Marcos Recio

Juan Miguel Sánchez Vigil

María Serrada Gutiérrez \*

*Artículo recibido:  
27 de abril de 2009.*

*Artículo aceptado:  
21 de octubre de 2009.*

## **RESUMEN**

Se observa la evolución, desarrollo y expansión del periodismo y la documentación digital a partir de los orígenes de las redacciones digitales y la aparición y surgimiento de documentalistas digitales al servicio de esos medios. La llegada de Internet ha colocado a los medios (grandes, medianos y pequeños) en una posición difícil de entender para editores, redactores, documentalistas, gestores y también para los usuarios/lectores que tienen una nueva percepción de la realidad informativa. En menos de una década este modelo se quebró. Ante esto, los documentalistas han modelado una forma nueva de enfrentarse a la información,

\* Los tres autores pertenecen a la Universidad Complutense de Madrid, España. (J. Carlos: jmarcos@ccinf.ucm.es); (J. Miguel: jmsvigil@telefonica.net); (María: mary\_sg84@hotmail.com).

de atender las peticiones de la redacción y de gestionar su propio trabajo. Se propone un seguimiento, un estudio y un desarrollo de los medios digitales y de su información basados en la óptica de la documentación y el estudio de casos en cuatro de los grandes periódicos nacionales.

**Palabras clave:** Información digital; Documentación digital; Medios de comunicación; Periódicos nacionales.

#### ABSTRACT

#### New journalistic and documentary paradigms in digital newspapers: study of specific cases in Spain

*Juan Carlos Marcos Recio; Juan Miguel Sánchez Vigil and María Serrada Gutiérrez*

Evolution, development and expansion of journalism and digital documentation are observed with basis on the origin of digital writing and the surging of digital documentalists who serve these media. The arrival of Internet has put big, medium and little media in a difficult position to understand for editors, writers (proof-readers) documentalists and administrators to understand, and also users/readers that now have a new perception of informative reality. In less than a decade, the previous model has broken down. In order to face this situation specialists have modeled a new way of confronting information, attending proof-reader's questions and confronting their own work. A research and follow-up of digital media and its information is proposed, under the perspective of documentation and the case study of four of the big national newspapers.

**Keywords:** Digital information; Digital documentation; Communications media; National newspapers.

#### INTRODUCCIÓN

En apenas una década, los periódicos impresos han experimentado un gran cambio tecnológico, informativo y, en menor medida, documental. Después de casi tres siglos de dominio impreso, el nuevo paradigma se llama

edición digital con contenidos en línea, los cuales son actualizados de manera constante (Siebert, *et al.*, 1956; Chalaby, 1998; Bezunartea, 2000; Canga, 2001). Aunque en los últimos tiempos se ha sumado otro factor importante: el recorte en inversión publicitaria (Bodewyn, 1998; Ocaña, 2003; Medina, 2004), no es menos cierto que son otros los motivos por los que la versión impresa ha perdido fuerza, interés, motivación y valoración para el lector. Se trata de la competencia que tiene la edición impresa frente a la digital: libro/libro electrónico, periódico impreso/digital, radio analógica/digital, televisión analógica/digital y, por encima de todos ellos, Internet. (Dayan, Katz, 1992; Oriella, 2008).

A esta situación se ha llegado sin saber exactamente cuáles serían las consecuencias. De forma tímida la mayoría de las empresas editoras de periódicos presentaron un periódico digital sin estar convencidas de que se trataba de un producto que les aportaría un gran negocio como lo había sido el de papel. Primer error importante: desconfianza empresarial en el producto final (Fidler, 1995; Armentia, 2000). La presencia de medios meramente digitales hizo que se plantearan nuevos retos, con una redacción mínima para el producto digital y con la ayuda, en algún caso, de un documentalista. El posicionamiento definitivo se produce cuando la competencia empieza a valorar y creer que un periódico digital es algo diferente a uno impreso, que tiene otra manera de presentar la información, que requiere personal más especializado y que en la actualidad exige un mejor funcionamiento del centro de documentación, puesto que la información es más ágil, dinámica y contiene datos abundantes y contrastados (Bell, 1996).

Si bien los editores desconocían las ventajas e inconvenientes de Internet, los periodistas y los documentalistas estaban en igual o peor situación. El último cambio tecnológico se dio en la década de los ochenta del siglo pasado. Se le dijo, entonces, adiós a la tipografía. Ese proceso supone la primera de las revoluciones tecnológicas en la prensa escrita que ya usa recursos digitales. Y con ella viene la reconversión de muchos periodistas apegados a su vieja máquina de escribir. Pero, ni siquiera quienes entonces entraron a formar parte de las nuevas tecnologías esperaban que veinte años después tendrían que adaptarse a otra nueva forma de trabajar (Rosentiel, 2007, 2008; Parra, *et al.*, 2008).

Con estos antecedentes, esta investigación realizada mediante una encuesta a los responsables de documentación (redacción) de cuatro de los periódicos nacionales más importantes de España, así como una revisión de la bibliografía actualizada en medios digitales, ha permitido descubrir un nuevo paradigma de los periódicos digitales desde el enfoque de la documentación. Se toma aquí en cuenta el modelo de negocio que se está imponiendo, fruto del descenso de las inversiones publicitarias, la caída de ingresos y beneficios

en general y las consecuencias que supone esta nueva situación que constata el camino hacia un nuevo paradigma informativo y documental. Un dato importante ha sido el número de lectores, ya que mientras en las ediciones impresas éste ha disminuido considerablemente; en que están en línea, el aumento ha sido exponencial.

Peor situación atravesaba la documentación (Marcos Recio, 1999): la mayoría de los periódicos carecían de un centro de documentación y a lo más que se podía aspirar era a contar con una serie de carpetas con recortes de otros periódicos de la competencia y algún artículo de opinión que pudiera servir para luego escribir el editorial. Al mismo nivel que el texto, se encontraba la fotografía, si bien una parte de los periódicos hacía un seguimiento de las imágenes personales más importantes y comunes en cada una de sus ediciones (léase gobernador, alcalde, presidente y/o entrenador del equipo de fútbol, alguna celebridad, e imágenes de los recursos de las diferentes instituciones) (Marcos Recio, *et al.*, 1999, 2004, 2008).



*Fig.1. The State of the News Media 2008*

Ante esta situación, los periódicos impresos percibieron al resto de medios (revistas, radio y televisión) como un enemigo en potencia al que había que combatir (Klapper, 1969; Merrill, 1991; Dahlgren, Sparks, 1991; Bell, 1996). Así, estudios como “The State of the news media (2008)”, reflejan cada año la situación de cambio que experimentan los medios en Estados Unidos. Los medios impresos tardaron en darse cuenta de la inmediatez de

la radio y de la fuerza de las imágenes de la televisión; aunque muchas de las cabeceras de éxito impresas terminaron por aceptar el valor de otros medios y acabaron constituyendo un grupo de comunicación audiovisual. Pero todo ello cambió con la llegada de Internet y la aceptación y el cambio de miles de ciudadanos respecto de las versiones digitales.

Es necesario conocer, estudiar y analizar la situación por la que atraviesan los periódicos digitales en Estados Unidos, Europa y España, para poder establecer los nuevos paradigmas y las funciones documentales que se están aplicando en la actualidad, así como, saber la manera en que enfrentan a los nuevos tiempos con la presencia de Internet. Una parte de este trabajo ha sido posible gracias a la colaboración de los responsables de los departamentos de documentación (redacción) de cuatro de los grandes periódicos españoles: Juan Carlos Blanco (*El País*), Federico Ayala (*Abc*), Carles Salmurri (*La Vanguardia*) y Ana García de Viedma Alonso (*El Mundo*).

#### DE LA COPIA DEL PERIÓDICO IMPRESO AL PERIODISMO 3.0

En los primeros tiempos de Internet se fraguó lo que hoy se conoce como “periodismo 1.0”. Se trataba de copiar y volcar el contenido de la edición en papel en la versión digital presentando la misma información en los dos medios y sin aportar ninguna información adicional. Las páginas mostraban un aspecto sencillo e incluían pocas imágenes. La estructura del periódico impreso se respetaba y se reproducían las mismas secciones aunque podían incluirse otras, como álbumes fotográficos. Recordamos a continuación algunos de los avances más significativos.

#### *Modelo de periódicos digitales en Estados Unidos*

Estados Unidos es uno de los países que mejor supo aprovechar el tirón de las nuevas tecnologías, y donde la aceptación de los periódicos digitales ha ido también en aumento. Mientras que las ediciones en papel pierden lectores —*Christian Science Monitor* pasó de vender 220.000 ejemplares en 1970, a dar salida en la actualidad a tan sólo 52.000. Por otra parte, los editores observan que el número de lectores de las ediciones digitales no hace más que crecer.

En los orígenes de este cambio hacia lo digital, el *San José Mercury News* fue uno de los pioneros. Si bien, otros medios se sumaron rápidamente a esa opción como señala Partal:

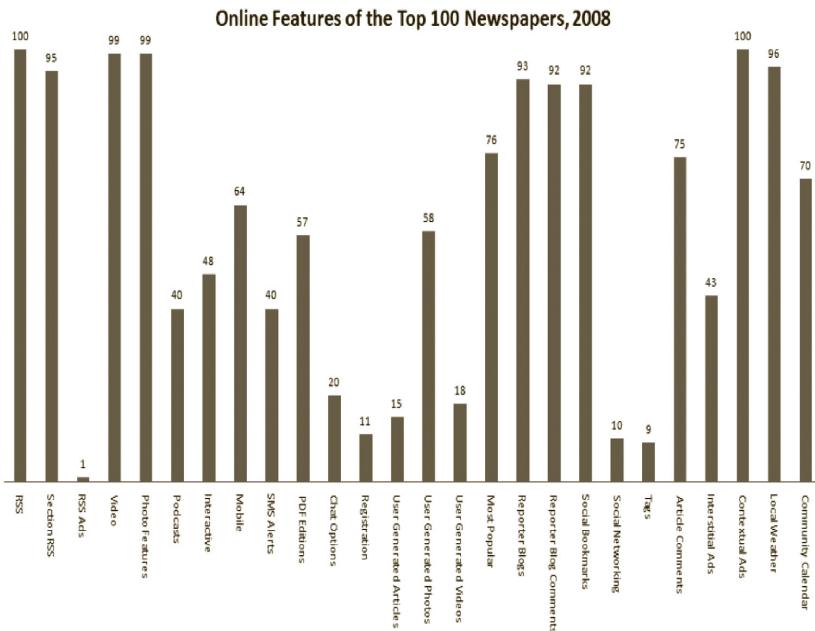
Entre ellos destacó el conocido periódico electrónico *The Electric Telegraph*, que ha conseguido un éxito notable y es, junto al *San José Mercury News*, el más importante periódico instalado en un servidor World Wide Web. El proyecto del *San José Mercury News* es una empresa común de *Knight Ridder* y *NetScape Communications Inc.* (Partal, 1995, IWE, n. 36).

Los principales periódicos nacionales de Estados Unidos han optado —según el estudio anual realizado por *The Bivings Group* (*The Bivings Group*, 2008) acerca del uso de Internet en los 100 periódicos más importantes del país—, por evolucionar y transformar sus páginas web: “de simples mecanismos de entrega de noticias” en verdaderas “comunidades en línea”. Pero algunos, como es el caso de *Christian Science Monitor*, han ido más allá. Este periódico de gran tiraje ha decidido terminar con su edición diaria en papel para publicar sólo en Internet a partir del próximo mes de abril, exceptuando dos números en papel que editará el fin de semana. Esto les permitirá ahorrar en costos de producción y distribución, capital que podrán destinar a mantener sus principales recursos periodísticos, según explican los responsables del citado periódico.

Pero no sólo es el precio, he aquí otros factores que juegan a favor de la edición digital: a) la rapidez de acceso a la información; b) la actualización constante de los contenidos; c) la posibilidad de buscar sólo lo que uno necesita o más le interesa; d) las grandes posibilidades de navegación que ofrece el hipertexto y e) la inclusión de imágenes y elementos multimedia que ofrecen una información más completa y atractiva. Además, un lector puede visitar varios periódicos a la vez, y comparar y contrastar información de manera más sencilla y eficaz.

En Estados Unidos los medios han adaptado sus páginas web a las necesidades y peticiones de los usuarios. Según indica el citado estudio, cada vez son más las aplicaciones incluidas en las páginas de los periódicos, además de las facilidades para acceder a ellas y compartir su información. Algunos datos significativos: a) disminuye el número de periódicos que requieren registrarse —se pasa del 29% en 2007 a tan sólo el 11% en 2008; b) aumentan las aplicaciones tipo RSS (Ver *Figura 2*, página derecha), chat, blogs, etc., que les permiten a los usuarios estar informados y a la vez poder comunicarse y c) se incluyen otros servicios como calendarios de eventos, redes sociales o la previsión meteorológica.

Sin embargo el avance más significativo es la participación de los lectores. El estudio afirma que en 2008, el 58% de los periódicos digitales estadounidenses les permitía a los usuarios generar algún tipo de información (ya fueran fotografías, artículos, videos...), frente al 23% que lo hacía en 2007.



*Fig. 2.* The Use of the Internet by America's Largest Newspapers (2008 Edition)

También, la cantidad de páginas que les permiten a los lectores comentar los artículos se ha duplicado en el último año: el 75 % en 2008, frente al 33% en el 2007. Los internautas se han convertido en editores de blogs, muchas veces de contenidos informativos que en ocasiones alcanzan elevadas cotas de popularidad. Mientras tanto, otros, como *The New York Times* siguen perdiendo audiencia. Como señala Cristina Abad: en 2008 este periódico tuvo un descenso en su audiencia de un 3,9%, y bajaron sus acciones en un 33%. “Los especialistas vaticinan que su actual circulación, de 1.077.000 ejemplares por día, descenderá a menos de un millón en algún momento de 2009” (Abad, 2008). Y no es el único, otros periódicos como *The Washington Post*, *The Boston Globe* o *USA Today* están recortando su plantilla de trabajadores por encima de un 10%.

Esta situación ha llevado a la mayoría de los periódicos de Estados Unidos a redefinir sus contenidos en función de las posibilidades que ofrece la técnica. Y no sólo los contenidos, sino también la estructura de las páginas, ya que empiezan a diferenciarse notablemente en las ediciones digitales respecto a las de papel. Nuevas secciones, nueva disposición en las páginas, galerías fotográficas... Por otro lado, algunos periódicos –como *The New York Times*– han comenzado a incluir publicidad en sitios como la portada de la

edición web, algo impensable en la edición en papel. Y se puede llegar más allá: el 100 por ciento de las páginas analizadas contenían algún tipo de publicidad porque sostienen muchas de estas ediciones –como en el caso de la prensa gratuita en papel–, que son puestas a disposición de los lectores sin costo alguno.

### *Modelo de periódicos digitales en Europa*

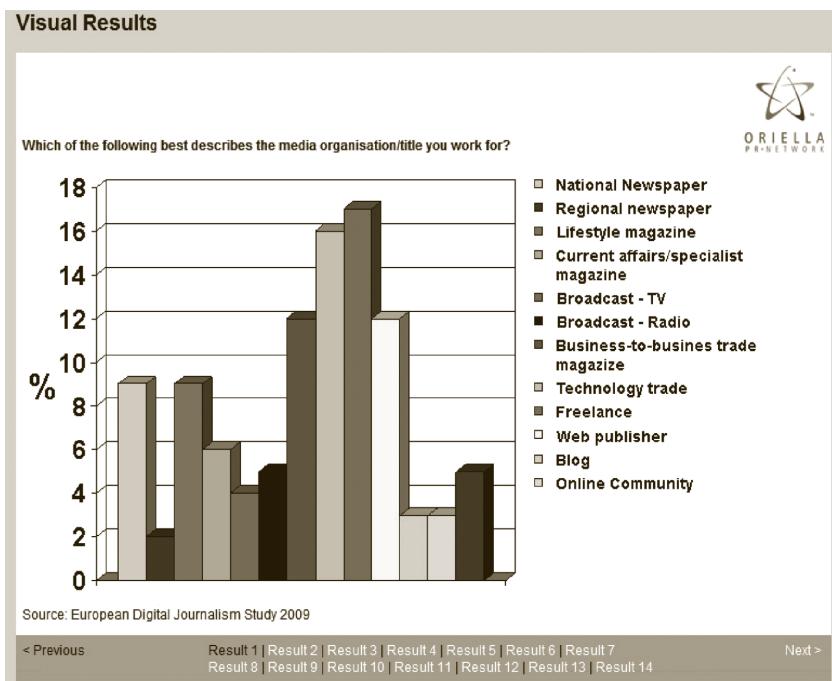
En 1994, el periódico británico *The Daily Telegraph* se convierte en el primero que ofrece una edición digital: *Electronic Telegraph*, en el cual la información recibe un tratamiento específico acorde con el nuevo medio. Otras ediciones a nivel europeo —como *Le Monde Diplomatique*, en Francia; o el británico *The Guardian*— también contaban a finales de los noventa con sus propias y sencillas, ediciones digitales. Este último (*The Guardian*) es el diario digital que tiene más audiencia en Gran Bretaña y que llegó a Internet en el 1999. ¿Qué aportaban estos periódicos europeos de vanguardia? Por lo general, texto, y de forma tímida, algunas fotografías.

El denominado “periodismo 2.0” significó un paso hacia delante en el periodismo digital. Los editores comenzaron a darse cuenta de las posibilidades que ofrecía Internet y a tener en cuenta los siguientes factores: a) los hábitos de lectura habían cambiado gracias a estos diarios; b) la información podía actualizarse y ser inmediata —a diferencia que en los medios impresos— con lo que empezaran a explotar las posibilidades que ofrecía la técnica; c) ya no era necesario hacer un periódico exacto en los dos soportes, y copiar de manera precisa la información contenida en la edición impresa y plasmarla en la edición digital, y d) se empezaron a elaborar contenidos distintos para cada una de las ediciones, lo que implicó informaciones propias y ajustadas a la red. Algunos autores como Ramón Salaverría señalan las características esenciales que posee el discurso periodístico en estos medios: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, instantaneidad y universalidad (Salaverría, 2003; Díaz Noci, 2003).

En la actualidad, se acepta como propuesta el modelo de periodismo 3.0, también llamado periodismo participativo o periodismo ciudadano (Oriella, 2008; Rosentiel, 2008). Se trata de un nuevo concepto de prensa; una nueva forma de trabajar. Su principal característica es que la producción periodística se convierte “en una conversación entre periodistas, profesionales y ciudadanos”. Un estudio realizado en 2008 por Oriella PR Network: “European Digital Journalism Study” muestra cómo ha cambiado el papel de los periodistas europeos y su rutina diaria de trabajo. Este estudio fue realizado entre 347 periodistas de periódicos regionales y nacionales en Alemania, Benelux,

Francia, España, Italia, Reino Unido y Suecia. Las principales características son: a) los periodistas han tenido que cambiar su forma de trabajo y adaptarse a las nuevas tecnologías y b) han tenido que adquirir nuevas capacidades que les permitieran, por ejemplo, crear contenidos multimedia, editar blogs, o escribir para la web.

Preguntados los periodistas en el estudio realizado en 2008 por Oriella PR Network sobre los cambios en su trabajo diario, el 46'25% asegura que ahora produce más contenido; el 36'04% que actualmente da mayor importancia a las exclusivas y el 26'73% afirma que ahora trabaja más horas. Otros datos significativos de cómo está funcionando el periodismo europeo, y de las opciones que mejor describen la organización de medios de comunicación o el título en el que trabajan, indican que el 41'28% de los medios encuestados integra video en sus páginas; el 43'73% blogs y el 37'31% incluye algún tipo de herramienta de debate, transformando así los diarios de simples mecanismos de información en verdaderos lugares de encuentro donde crear y compartir contenidos. En todo caso, el periodismo *freelance* sigue ocupando un espacio importante (*Figura 3*).



*Fig. 3.* Los blogs ocupan aún un espacio mínimo frente a otros medios.

Algunos datos significativos se recogen en una información de Cristina Abad sobre la disyuntiva que tienen los periódicos entre reinventarse o morir. Se trata de la *Audit Bureau of Circulations* que se encarga de facilitar los datos de la difusión en los medios británicos. En lo relativo a Inglaterra, esta autora sostiene que todos los medios británicos han disminuido su circulación:

*The Financial Times*, con una caída del 2,17% fue el medio que menos descendió; y el que más, *The Guardian*, con un 6,51%; *The Independent* tuvo un descenso del 4,09%; *The Times*, de un 4,08% y *The Daily Telegraph*, de un 3,08% (Abad, 2008).

### ***Modelo de periódicos digitales en España***

En España, en 1995, los tres principales diarios de Barcelona —*La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui*— fueron puestos a disposición de los usuarios vía Internet. Un año más tarde, en 1996, los tres diarios madrileños más importantes —*El País*, *ABC* y *El Mundo*— también aparecían ya en la Red. A principios de 1999, el número de diarios españoles presentes en la Red se situaba en torno a 60, aunque otros autores afirman que el número era mucho mayor (Codina, 1996; Díaz Noci, Meso, 1997; Armentia, 2000; Canga 2001, Marcos Recio, 2005).

En los comienzos se discutía sobre las herramientas que debían utilizar los periodistas y sobre cuáles serían las funciones o qué tipo de redacciones deberían crearse:

la redacción electrónica se refiere al proceso productivo del periódico, a la forma material de hacer el periódico y el uso de procedimientos basados en la electrónica (Canga, 1988: 109).

Luego, aparecieron denominaciones como Documentalista de Información Electrónica (DIE) y/o Periodista de Información Electrónica (PIE) (Marcos Recio, 1999), como figuras claves de las nuevas redacciones. En este sentido, el DIE tendrá que hacer una

autoevaluación de los resultados que va obteniendo el centro de documentación, tanto de los servicios que le son propios, como de los que tienen como fin usuarios externos a la empresa.

Por otra parte, el PIE

estará atento a buscar en cada momento nuevos detalles de la información sobre la que trabaja: detalles que tienen que ver con los aspectos concretos de la propia noticia (Marcos Recio, 1999: 71-79).

Hasta finales del siglo XX, la mayoría de los periódicos españoles apenas le dieron valor a su edición digital. Tuvieron que aparecer medios totalmente en línea para que las empresas editoras de periódicos digitales actuaran. La publicidad en Internet era escasa, pero quien se posicionaba primero tenía más opciones de conquistar el mercado. Luego, fueron descubriendo otras funciones: la interactividad, el hipertexto, la virtualidad de la información digital que según Codina es

tan elevada que los editores de todo el mundo comienzan a preocuparse seriamente: ¿qué pasará el día que los autores puedan tener su propio servidor web y distribuir directamente a sus lectores las copias de sus novelas? (Codina, 1996, IWE 43).

Cuando de verdad puede hablarse de despegue es a raíz de la competencia entre medios, primero frente a los digitales y, luego, entre las empresas que tienen un medio impreso para hacerse con el mercado y no perder influencia y posicionamiento. Ese fue el empuje definitivo.

No es extraño, por otro lado, que los periódicos le dediquen tanta atención y empeño a sus ediciones digitales, si se observan los datos de lectores únicos. En España, el diario *El Mundo* —por ejemplo— tiene, según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), una difusión de 333.000 mil ejemplares diarios, lo que supondría algo más de 10 millones de ejemplares al mes de la edición impresa. Pero, si se observan los datos de la edición digital <http://www.elmundo.es>, se puede comprobar cómo la cantidad de usuarios únicos llega incluso a alcanzar los 12 millones mensuales (y cerca de los 60 millones de visitas). Lo mismo ocurre con otros periódicos nacionales, como *ABC*, *El País* o *La Vanguardia* entre los cuales, pese a que la edición impresa es mayor que la digital, ésta alcanza una cifra bastante considerable, según los datos de la OJD. De igual manera los cambios en los hábitos de la sociedad han ayudado al crecimiento y expansión de estos medios de comunicación en continuo desarrollo, pues según señala el informe “Mediascope Europe Study”, el tiempo que los ciudadanos pasan a diario frente a un ordenador ya supera al que pasan viendo la televisión.

La situación actual no ha mejorado, la percepción que los lectores tienen de los periódicos impresos es que siguen perdiendo lectores, especialmente los medios catalanes (6% de *La Vanguardia*, 12% de *El Periódico de Cataluña*). Según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) en el periodo

que va de agosto de 2007 a la misma fecha de 2008, *El País* perdería un 5,2%, *El Mundo* un 2,5%, *La Razón* un 8,7%. De todos ellos, “el único que se salva es el *ABC* que gana un 20,3% en el mismo periodo, pero después de sufrir descensos notables en otros meses” (Abad, 2008).

### PROCESO DIGITAL DE LA DOCUMENTACIÓN EN ALGUNOS MEDIOS NACIONALES

Tras presentar la situación por la que atraviesan los periódicos impresos y sus cabeceras digitales, en los siguientes epígrafes se hace un estudio de la situación actual que experimentan cuatro de los grandes periódicos que tienen versión impresa y digital, y el funcionamiento del centro de documentación, a través de sus declaraciones: *El País*, *ABC*, *El Mundo* y *La Vanguardia*. Se envió una encuesta a los responsables de los centros de documentación en enero de 2009, cuyos resultados reflejan el estado en que se encuentra el periodismo y la documentación digital.

#### *Características del periodismo y la documentación digital*

Preguntados, los responsables de los centros de documentación, sobre las características del periodismo y la documentación digital, señalaron como principales características la inmediatez, la interactividad y el uso de los multimedia. En el caso de *El País*:

El periodismo se concibe independientemente del medio o el soporte en que se ejerce, aunque tipológicamente se diferencie por sus soportes, con lógicas y grandes consecuencias sobre su ejercicio en el caso digital: inmediatez, frescura, interacción, participación, dinamismo, vinculación. La documentación digital exige capacidad de adaptación a ese periodismo descrito sin perder señas de identidad como análisis, investigación, selección, comprobación.

Por su parte, desde *ABC* se le da valor a:

La inmediatez y la interactividad, pero también, cada vez más, la falta de rigor y el olvido de los principios del periodismo. La documentación digital nos permite el almacenamiento de cantidades de información inimaginables hace algunos años. Además permite el acceso de gran cantidad de usuarios desde cualquier lugar del planeta y casi desde cualquier plataforma. Pero tiene una cara negativa: falta de rigor en la selección y descuido de la cadena documental.

La respuesta de *El Mundo* fue muy similar a las anteriores:

Periodismo Digital: inmediatamente, multimedia, interactivo. Documentación Digital: poner a disposición de la web información y bases de datos en formato electrónico. Discernir, evaluar, escoger, las mejores fuentes de información disponibles en la red. Elaboración de contenidos, dosiers, links. Ser más rápidos, eficientes y fiables que Google.

Ése será el reto de los documentalistas, competir con sistemas como Google u otros que vendrán en el futuro.

Uno de los grandes retos de los medios digitales y también de sus centros de documentación ha sido el recorrido hacia lo digital, que en los periódicos analizados se constata en diversos niveles. Sería, para *La Vanguardia*:

Acceso a la información por parte de los usuarios finales quienes realizan sus propias búsquedas. El servicio de documentación se especializa en búsqueda de información para reportajes, información histórica, etc. Las tareas manuales de archivo de la documentación son sustituidas por tareas de filtrado y segmentación de la información así como en elaborar documentos de soporte a noticias informativas como efemérides y biografías.

Para *El País*:

El soporte físico ha dejado de ser referente único y la virtualidad del soporte electrónico permite trabajar en escenarios enriquecidos multisoporte, sin perderse la existencia de un medio físico como el papel, referente de los periódicos. La exigencia de calidad se percibe más en la selección y hallazgo de la documentación exclusiva que en acumulación de información y documentación. Otras diferencias importantes se refieren a la capacidad de procesamiento, la accesibilidad y la fiabilidad de la información y la documentación.

Y para *El Mundo*:

Hay más fuentes disponibles 24 horas al día. Es más rápida la respuesta: inmediata. Como consecuencia se exige al documentalista una respuesta a cualquier hora. Hay mucho ruido. Hay más información disponible en más soportes diferentes.

### ***Exceso de información: multitud de fuentes***

El gran reto de los documentalistas, en general, pero también del resto de los ciudadanos es la gran cantidad de información que se genera cada día, su

control, su análisis y sobre todo su recuperación. Resultó necesario conocer para este estudio, cómo resuelve la documentación ese gran volumen de información. En el caso de *La Vanguardia*:

Estableciendo filtros en la entrada de la información que permitan establecer la prioridad en el tratamiento de la misma de acuerdo a criterios de copyright, origen, temática, etc. Priorizando siempre la documentación de contenidos propios.

De forma parecida, se expresó el responsable de *El País*:

La seña de identidad para tratar de ‘controlar’ documentalmente la información publicada no la hemos perdido, pero trasladarla al entorno digital conlleva aplicar otro grado de intensidad. Respecto al resto de la información, aplicamos los principios de vigilancia y selección, tratando de anticipar la información relevante que pueda hallarse.

En el caso de *El Mundo*, se circunscribe al “buen uso de las fuentes, suscripción a fuentes de calidad” y, por último, *ABC* vuelve a insistir en el tema de la actualidad:

En el caso de un periódico, el volumen no es un problema hoy en día, es sólo problema de almacenamiento. Pero la selección sí que lo es. Con una media de 5.000 imágenes diarias es muy difícil poder elegir. Es necesario un buen conocimiento de la actualidad y de las necesidades de nuestros usuarios para poder adaptarnos a ellos.

El elemento recurrente en cualquier medio digital, también en los periódicos, es la cantidad de veces que hay que actualizar los contenidos. Esto les plantea un problema a los documentalistas quienes precisan una respuesta inmediata en la entrega de documentos. Los documentalistas consultados creen que la rapidez es importante, pero la seguridad de haber entregado los documentos correctos, es mayor. En el caso de *La Vanguardia*:

El periodista y el documentalista disponen de las mismas herramientas para acceder a la información de actualidad. Cuando la actualidad necesita de un *background* adicional, el documentalista puede acceder a bases de datos tanto de imágenes como textuales para complementar y aportar nuevas fuentes a la información.

En *El País* se ha producido un cambio, pero no se ha cerrado aún el ciclo:

La tarea de intermediación entre el periodista y la documentación ha mutado en los últimos 15 años, y la transición no ha terminado. Las consultas se resuelven –se trata de hacerlo– con rapidez, pero aportando un valor añadido siempre en términos de análisis, selección y fiabilidad.

Algo diferente fue la propuesta de *ABC*, en la que su valor principal es adelantarse a los hechos:

En primer lugar trabajando muy cerca de nuestros usuarios. Intentamos anticiparnos a los hechos (sabemos cuándo se entregan Los Goya, cuando son las elecciones generales, etc.,) y preparar la documentación. Intentamos llevar al día nuestro trabajo (cada vez más difícil).

Por último, *El Mundo* ofrece varias razones en las que el documentalista es también protagonista de la acción informativa:

Contamos con bases de datos propias, actualizadas diariamente. Acudiendo a fuentes en Internet, localizadas previamente. Consultado webs corporativas e institucionales. Mayor flexibilidad de horarios en el departamento de documentación (24 horas) y mayor capacidad lingüística (debe conocer varios idiomas). Por supuesto, más formación del documentalista. No sólo debe tener conocimientos de clasificación, sino que debe tener formación para el manejo de los formatos, herramientas de edición, etc.

### *Cambios de lo impreso hacia lo digital en la documentación*

Los procesos técnicos en la documentación son más lentos que en la redacción. Sin embargo los centros de documentación analizados han considerado que los sistemas clásicos de documentación, el manejo de fichas y dossiers, aún siendo importantes, son secundarios frente a las bases de datos. Por este motivo, se requiere saber qué ofrece un documentalista digital frente al documentalista de medios impresos. Para el responsable del periódico catalán *La Vanguardia*, parte de esos trabajos ya han desaparecido:

El tipo de servicio del documentalista de siempre: filtrado, selección, tratamiento y documentación de la información. El principal cambio se ha producido en el porcentaje de tiempo dedicado a cada una de las fases del ciclo de vida de la información. La importancia de los dossiers o fichas que se utilizaron hasta mediados de los 90 radica en que en ese momento no existían otras herramientas a

disposición de los periodistas mientras que actualmente, la información nace ya en formato digital y es accesible de forma prácticamente inmediata. El periodista ya no pide la confección de un dossier ya que este tipo de consulta la ha realizado él mismo previamente. La consulta al servicio de documentación es para resolver cuestiones puntuales y concretas, obtener información no disponible en línea o acceso a bases de datos de pago.

Por su parte, *El País* apuesta por:

La Difusión Selectiva de Información que ha cambiado de apariencia, de modo de resolverla, pero no su funcionalidad ni la forma de conseguir que sea efectiva. Además se ofrece control de la publicación.

Más precisas fueron las respuestas de *ABC* y *El Mundo*, respectivamente:

La única ventaja es la facilidad en el acceso al documento y la posibilidad de múltiples formatos. Pero los dossiers y fichas tradicionales eran mucho más precisos y aportaban más valor añadido.

No se preparan contenidos específicos para las webs. Son los documentos que ya tenemos en formato digital los que aprovechan, vinculándolos en su información. En este sentido, son muy importantes los contenidos multimedia, videos, o documentos, más que la redacción de papel, que no puede incorporarlos, lógicamente.

### *El uso de fuentes y bases de datos*

La principal ventaja para los documentalistas actuales es disponer de bases de datos, aunque tengan que actualizarlas y dotarlas de contenido. Es en este punto donde más de acuerdo están todos los responsables de los centros de documentación: todos confían en su base de datos propia. En el caso de *La Vanguardia*, los periodistas disponen de: “Dow Jones Factiva, Bloomberg, EfeData, Getty images y bases de datos de imágenes de las principales agencias”. *El País*: “Base de datos propia, bases de datos periodísticas (Factiva, Mynews, Efedata) y direcciones de internet de fuentes oficiales y primarias de información”. *ABC*: “La principal fuente es nuestra propia Base de Datos. Utilizamos también bases de datos especializadas: EFEdat, Mynewsonline, etc. Las enciclopedias, atlas, diccionarios son, todavía imprescindibles” y, por último, *El Mundo*:

Bases de datos de producción propia de papel (textos, páginas) y de fotos y gráficos. Externas. Informa, myNews, Factiva, Efedata, Share Evoluticon, Ceca Sport,

Británica online, La Ley, BOE, Webs corporativas, institucionales nacionales y europeas, otros Diarios. Documentos propios de efemérides, autoridades, etc.

Todas ellas, similares, ya que son bases de datos especializadas en contenidos informativos para cada una de las áreas o secciones de un periódico: nacional, internacional, deportes, etcétera.

El periodismo participativo, tan de actualidad, les permite a los documentalistas tener más opciones informativas, aunque también más dispersas. Por este motivo, se formularon varias preguntas con el fin de determinar qué valor se le da a la participación a través de blogs, foros, mandar una información, el lector informador y otras maneras de participar que antes aportaban los documentalistas. Para *La Vanguardia* este aspecto es muy importante, ya que valoran de forma prioritaria este tipo de acciones:

En el entorno digital (*Vanguardia Digital*, *Mundo Deportivo*, etc.) se ha dado un fuerte impulso a estas iniciativas: comentarios abiertos en todas las noticias, lectores correspondientes, blogs del lector, consejo asesor de lectores. La documentación en este entorno 2.0 es a base de *tags*. En algunas iniciativas el documentalista interviene especialmente normalizando nombres de autores, por ejemplo, pero la intervención es mínima.

De manera más escéptica se mostraba el responsable de *ABC*:

Está muy bien la posibilidad de aportar opiniones, pero en periodismo, la información debe ser contrastada. Prefiero la aportación de un documentalista a la de un 'lector informador'. La opinión, incluida la de los lectores, debe ser tenida como tal y no confundirla con la información.

Y, por último, *El Mundo* también apuesta por estas formas de colaboración, aunque en menor medida que en *La Vanguardia*:

se les proporciona la información que piden vía teléfono o correo electrónico. Recogemos los errores o información que nos mandan con gran interés. Suele ser vía correo electrónico.

En definitiva, la mayoría de los centros analizados tienen claras las características de la información y la documentación digital; así como el uso de bases de datos, frente a dossiers, pero las discrepancias son mayores cuando se trata el tema de la evolución de lo impreso hacia lo digital y del periodismo ciudadano.

Lo que proponen los responsables de los centros de documentación es un nuevo concepto de acercarse a la información, en la que las bases de datos son tan sólo una parte del análisis documental. Otros documentos se han de seleccionar y analizar pensando en la inmediatez de la información. Ésta le llega al periodista desde varios frentes y los documentalistas se convierten en asesores, filtradores, mensajeros de la información para los periodistas, de forma tal que parte de los contenidos ya sirven para publicar. Ese sí es un avance significativo frente a la documentación para los medios impresos, un nuevo paradigma en el que la documentación se convierte en parte directa de la información.

### *El funcionamiento del centro de documentación en algunos medios nacionales*

Desde que se incorporó el uso del ordenador al trabajo diario de los periódicos –a finales de los 80 y principios de los 90– toda la información está digitalizada, puesto que se crea directamente en este formato. Los periódicos analizados cuentan en la actualidad con una base de datos o gestor de contenidos propios, donde se almacena la producción generada diariamente, para más tarde poder ser recuperada. Existe una clara integración del sistema editorial, pues todo lo producido digitalmente en la redacción para las ediciones en papel, se exporta a las bases de datos de gestión de contenidos propios. Los centros de documentación actúan como responsables de estos gestores.

Una de las aplicaciones más útiles de esta convergencia tecnológica es la digitalización de colecciones. Este servicio beneficia por igual, según los responsables de los centros, tanto a los propios periodistas como a los usuarios externos que acceden a ellas en busca de información. Aunque en el caso de *El País* y *La Vanguardia*, esta posibilidad de consulta de la hemeroteca favorece en mayor medida a los usuarios externos, consultados los datos de acceso a la misma. Por otro lado, gracias a la aplicación de un sistema informático, se han modificado las tareas manuales de archivo de la documentación, que han sido sustituidas en estos centros documentales por tareas de filtrado y segmentación de la información, ahora en formato digital.

En cuanto a la distribución del espacio, no todos los medios tienen las dos redacciones –digital y tradicional– integradas. *La Vanguardia*, por ejemplo, trabaja de forma separada a la hora de crear las distintas ediciones. En el caso de *ABC*, el propio centro de documentación está integrado en la redacción la cual trabaja de manera indistinta para ambas ediciones. Este hecho es cada vez menos importante, puesto que los propios periodistas tienen acceso –en los cuatro medios analizados– a una base de datos propia. Aunque no todos

acceden a las mismas fuentes que los documentalistas, como es el caso de *El País*, que cuenta con bases de datos de pago a las que no acceden los periodistas, pues éstos solicitan la información que precisan a través del correo electrónico o por teléfono. El hecho es que se han creado sistemas integrales con acceso simultáneo a distintas fuentes, cosa que no sucedía en los centros de documentación tradicionales.

Por las características de la información que precisan, por lo general, los periodistas son dossiers o información más amplia. El documentalista que trabaja para la edición impresa tiene más tiempo para analizar y preparar la información antes de presentársela al periodista, pero la inmediatez con la que ésta es requerida en los medios digitales hace que ese tiempo se reduzca notablemente. Por eso los responsables de estos centros de documentación coinciden en afirmar que el trabajo principal de los documentalistas digitales es resolver consultas y datos concretos, verificaciones puntuales:

- A) Para llevar a cabo esta tarea es fundamental: a) tener localizadas las mejores fuentes y estar suscrito a ellas; b) integrar contenidos de distintos orígenes en un mismo repositorio de consulta; c) contrastar las fuentes y d) gestionar la previsión, característica fundamental de la documentación informativa.
- B) La tendencia que se desprende del estudio de estos medios es que optan cada vez más por una mayor integración periodista-documentalista: a) por trabajar conjuntamente para poder ajustarse a las necesidades de información de los redactores y b) para conocer perfectamente cuál es la información que necesitan o van a necesitar y anticiparse a ella, en la medida de lo posible.

Cabe destacar que por lo general estos medios no tienen una concepción diferenciada entre el periodismo digital y el tradicional. En ellos, el trabajo de inmediatez, recopilación, verificación, fiabilidad de las fuentes, etc., es el mismo. Sólo cambia el soporte, si bien es verdad que la característica fundamental de los periódicos digitales frente a los impresos es la inmediatez con la que se necesita la información, puesto que ésta se actualiza constantemente. Respecto al trabajo puramente documental, no existe diferencia en el tratamiento y gestión de la información para ambas ediciones. Los sistemas de clasificación y los lenguajes documentales que se utilizan para tratar la información, son idénticos para las dos versiones. Estos lenguajes han sido en su mayoría creados específicamente para cada periódico, están adaptados a sus necesidades y se han ido ampliando y modificando con el tiempo. En lo relativo al software, todos cuentan con uno específico y diseñado a medida, o lo han ido adaptando a sus necesidades.

## CONCLUSIONES

El paso del periodismo que va del 1.0 al 3.0 ha significado que las redacciones y los centros de documentación hayan tenido que cambiar su estrategia de trabajo. Los periodistas utilizan cada vez más fuentes directas, sobre todo las procedentes de Internet. Sin embargo los documentalistas participan en ese proceso aportando sitios de Internet que tienen una trayectoria informativa y documental.

Cuatro son los frentes que más están cambiando para los documentalistas, dos de ellos, de manera más activa. El primero es la manera en que se han adaptado a la información digital; en el segundo el exceso de información se resuelve mediante filtros ya empleados en la documentación tradicional a la hora de seleccionar; el tercero aborda los modelos que se presentan para pasar de la información tradicional a la digital, y el cuarto es el que apunta hacia el uso y consumo de bases de datos basándose en la documentación, de forma mayoritaria en los periódicos digitales.

Las propuestas de varios autores y el desarrollo de una pequeña encuesta aportan algunos de los nuevos paradigmas que enfrenta la información y la documentación digital: mayor participación de los lectores; editores de blogs y contenidos informativos; interactividad creciente y mayores contenidos multimedia. En la documentación se requiere de más capacidad de adaptación al medio escrito; de almacenar grandes cantidades de información; de filtrar la entrada de información y de tener un control de lo publicado.

El proceso documental ha experimentado un giro importante. Si bien en los centros de documentación de medios impresos (revistas y periódicos, fundamentalmente) la selección y el análisis eran parte importante de su trabajo, en la actualidad el nuevo paradigma le ofrece al documentalista la posibilidad de participar de forma directa en la creación de contenidos. Para ello ha de aportar elementos informativos y documentales de reciente publicación y que sirvan para complementar la información que propone el periodista.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Abad Cadenas, C., Ante la crisis de la prensa: mediamorfosis, en *Aceprensa*, 5-11 noviembre 2008, núm. 115/08, consultado en: 5-10-2009, <http://www.aceprensa.com/articulos/2008/nov/05/ante-la-crisis-de-la-prensa-mediamorfosis/>

\* Nota: Algunas de las preguntas no fueron contestadas por los cuatro documentalistas; de ahí que sólo aparecen tres medios en las respuestas.

- Armentia, J. I., et al, *El diario digital*, Barcelona: Editorial Bosch, 2000.
- Bell, H.K., "The Learned Society, Journals and the Internet", en *Learned Publishing*, July 1996, pp. 163-166.
- Bezunartea, O., *La prensa ante el cambio de siglo*, Bilbao: Editorial Deusto, 1988, pp. 40-90.
- Boddewyn, J. J., Global Perspectives on Advertising Self-Regulation: Principles and Practice in Thirty-eight Countries, *Quorum*, Westport, CT, 1992, pp.1-17.
- Canga, J., *La prensa y las nuevas tecnologías*, Bilbao: Deusto, 1988, pp. 109-110.
- \_\_\_\_\_, "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, Madrid: Universidad Complutense, 2001, pp. 33-48.
- Chalaby, J., *The Invention of Journalism*, Macmillan, New York, 1998, pp. 112-156.
- Codina, Lluís, "La prensa electrónica en internet y el futuro de los medios de comunicación", en *IWE-43*, abril 1996, pp. 1-9, consultado en: 28-01-2009. [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1996/abril/la\\_prensa\\_electrnica\\_en\\_internet\\_y\\_el\\_futuro\\_de\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacin.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1996/abril/la_prensa_electrnica_en_internet_y_el_futuro_de_los_medios_de_comunicacin.html).
- Dahlgren, P.; Sparks, C., *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, Routledge, London, 1991, pp. 135-153.
- Dayan, D.; Katz, E., *Media Events*, Harvard University Press, Cambridge MA, 1992, pp. 148-190.
- Díaz Noci, J., "Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet", Universidad del País Vasco, en *Revista de Estudios de Comunicación*, ZER, mayo, 1997, pp. 33-54.
- Díaz Noci, J.; Meso Ayerdi, K., Desarrollo del Periodismo electrónico, en *IWE*, v.7, núm. 12, 1998, consultado en: 30-01-2009, [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo\\_del\\_periodismo\\_electronico.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1998/diciembre/desarrollo_del_periodismo_electronico.html).
- Fidler, R., "La desaparición de los medios de impresión digital", en *Comunicación Social 1995/Tendencias, Informes Anuales de Fundesco*, Madrid, 1995, pp. 238-240.
- Internet Now Major Source of Campaign News, News Interest Index, Oct. 31, 2008, consultado en: 30-01-2009, <http://pewresearch.org/pubs/1017/internet-now-major-source-of-campaign-news>.
- Klapper, J. T., *The Effects of Mass Communications*. Free Press, New York, 1960, 279-280.
- Kohut, A., "Internet Overtakes Newspapers As News Outlet", en *Pew Research Center for the People & the Press*, 2008, consultado en: 14-01-2009, <http://pewresearch.org/pubs/1066/internet-overtakes-newspapers-as-news-source>.

- Marcos Recio, J.C., *La documentación electrónica en los medios de comunicación*, Madrid: Fragua, 1999.
- \_\_\_\_\_, (a) “Una nueva concepción de la documentación en los medios electrónicos: retos y nuevas tareas profesionales”, en *Documentación de las Ciencias de la Información*, Vol. 21/ Editorial Complutense, 1999, pp. 113-130.
- \_\_\_\_\_, (b) “Desarrollo de aplicaciones documentales: ¿para qué sirve la información en una sociedad global?”, en *Documentación de las Ciencias de la Información*, Vol. 22, Editorial Complutense, 1999, pp. 13-25.
- \* Marcos Recio, J.C., “La importancia de los archivos en los medios digitales: gestión de los contenidos documentales de los periódicos en Internet”, en *I Congreso Internacional sobre Tecnología Documental y del Conocimiento*, 2004, pp. 1-23.
- \_\_\_\_\_, “Una década de periódicos en Internet: Estrategias documentales”, en *SCIRE. Representación y Organización del Conocimiento*, Vol. 11, núm. 2, septiembre-diciembre de 2005, pp. 63-77.
- Marcos Recio, J.C., et al., “Estrategias y perspectivas documentales en la información digital”, en *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*. Núm. 17 Año 2008, pp. 9-23.
- Medina, A., *Apuntes para un cambio de siglo publicitario*, Madrid: Ediciones Cinca, S.A., 2004, pp. 35-92.
- Merrill, J. C., *Global Journalism: Survey of international communication*, New York: Longman, 1991, pp. 311-357..
- Ocaña, F., *20 claves para hacer equipo: cómo trabajar con éxito en publicidad*. Barcelona: Ediciones B, 2003, pp. 42-86.
- Oriella PR Network, “European Digital Journalism Study” Abril-Mayo, 2008, consultado en 14-01-2009,  
[http://www.europeandigitaljournalism.com/downloads/EDJS\\_June08\\_27.pdf](http://www.europeandigitaljournalism.com/downloads/EDJS_June08_27.pdf).
- Partal, v., “El trasvase de lectores del periódico de papel al electrónico ya ha comenzado”, en *IWE*, n. 36, 1995, consultado en: 29-12-2008, [http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1995/julio/el\\_trasvase\\_de\\_lectores\\_del\\_peridico\\_de\\_papel\\_al\\_electrico\\_ya\\_ha\\_comenzado.html](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1995/julio/el_trasvase_de_lectores_del_peridico_de_papel_al_electrico_ya_ha_comenzado.html).
- Parra Valcárcel, D., et al. “Proceso de transformación de los cibermedios: los retos de las empresas periodísticas”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm. 63, 2008, pp. 63-70.
- Rosenstiel, T., *State of the News Media 2008 was published March 17th, 2008*, consultado en: 29-12-2008, <http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/>.
- Salaverría, R., *Redacción periodística en Internet*, Pamplona: EUNSA, 2005, pp. 184-185.
- Siebert, F.S.; Patterson, T.; Schramm, W., *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, Urbana, IL, 1956, pp. 9-39.

- The Bivings Group, consultado en: 20-1-2009, <http://www.bivingsreport.com/2008/the-use-of-the-internet-by-americas-largest-newspapers-2008-edition/>.
- The Use of the Internet by America's Largest Newspapers (2008 Edition), consultado en: 20/1/2009, <http://www.bivings.com/thelab/presentations/2008study.pdf>.
- The Christian Science Monitor, consultado en: 20-12-2008, <http://www.csmonitor.com/2008/1029/p25s01-usgn.html>.
- Thompson, J. B., *The Media and Modernity*, Polity Press, Oxford, UK, 1995, pp. 82-171.

