

# Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas

*Por Pere Masip Masip*

Profesor de la Facultad de Comunicación Universidad Ramon Llull

Artículo Resumen

Resumen:

*Se pretende observar el grado de penetración de internet en las redacciones de los medios catalanes y analizar hasta que punto la red está modificando las rutinas profesionales. Para ello se dispone de los resultados obtenidos de una encuesta realizada entre los miembros del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Los resultados sugieren que internet está absolutamente integrada en las rutinas profesionales. A pesar de ello, internet no se muestra todavía como un medio indispensable para la práctica periodística, existiendo poca confianza en él como origen de un hecho noticiable.*

Palabras clave: Internet, periodismo, rutinas periodísticas, uso de internet, fuentes de información

Abstract:

The aim of this article is to examine the degree of spread of Internet in Catalan newsrooms and how it's changing professional routines. The study is based on a mail survey. The data was collected from questionnaires mailed to journalists on working associated to Col·legi de Periodistes de Catalunya. The results suggest that Internet use is absolutely integrated into the professional routines. In spite of this, Internet is not an indispensable media for journalistic practice yet and as origin of story topics, journalists still have low confidence on the net.

Key words: Internet, journalism, journalistic routines, use of internet, information sources

## 1. Internet en las redacciones

El fin del milenio ha sido testigo de una de las revoluciones más espectaculares en la historia de la comunicación. El desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación, y en especial de internet, ha incidido en la comunicación de manera comparable exclusivamente con lo que supuso la invención de la imprenta por Gutenberg en 1455.

A pesar del retraso en el uso de internet en España, véase por ejemplo los recientes datos proporcionados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y el Instituto Nacional de Estadística (CMT-INE, 2002), los medios de comunicación se volcaron desde el primer momento en la red. Así, el año 1994 el semanario en catalán El Temps puso en marcha su edición digital. Al año siguiente se le añadirían los tres principales periódicos catalanes: El Periódico de Catalunya, La Vanguardia y el Avui, y de forma paralela aparecían poco más tarde dos de los periódicos publicados en Madrid: Abc y El Mundo del Siglo XXI, y en San Sebastián El Diario Vasco. Actualmente la mayor parte de los diarios editados en España tienen versión electrónica y 48 de ellos están controlados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

Probablemente como fiel reflejo del dinamismo de la prensa española en internet, muy pronto aparecieron los primeros trabajos que intentaban describir y analizar el nuevo fenómeno comunicativo. Cabe destacar, por ejemplo, el trabajo pionero de Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996) sobre la prensa digital; que abriría una senda seguida por numerosos trabajos, entre los cuales podemos mencionar los de Díaz Noci y Meso (1999), Armentia y colaboradores (1999, 2000a) o Canga y colaboradores (1999). Poco después aparecerían los primeros trabajos que abordaban el análisis de la prensa digital desde nuevas perspectivas. Entre ellos merece mención especial el trabajo sobre legibilidad de José Ignacio Armentia (2000b).

El otro gran bloque de literatura generado en torno a la prensa e internet es el referido al estudio del periodismo digital y a las reflexiones sobre la irrupción de esta cuarta forma de periodismo. En este apartado destacan las aportaciones de uno de los pioneros del periodismo en la red, Luis Ángel Fernández Hermana (1996; 1998), pero también las de Peiró (1998; 1999), Borrat (2000) o más recientemente Díaz Noci (2001) y Meso (2002).

Contrastando con la abundante literatura que aborda el estudio de la prensa digital y del periodismo digital, mucho más limitado es el número de trabajos que centran su mirada en el análisis de la incidencia de internet en la práctica profesional del periodismo, las características de su proceso de difusión e incorporación en las redacciones o las expectativas que el nuevo medio crea entre los profesionales. Esta situación no es exclusiva del caso español y, en mayor o menor grado, se puede hacer extensible a la mayoría de países, a excepción de los Estados Unidos, que cuentan con interesantes estudios longitudinales (Ross y Middleberg, 1999; 2000, Garrison, 2000a; 2000b ).

Los estudios que analizan la presencia de internet en las redacciones españolas y su incidencia en las rutinas periodísticas son, en general, escasos y fragmentarios. Los primeros trabajos que abordaron el tema formaban parte de estudios de carácter más amplio, habitualmente sobre las condiciones laborales de los periodistas. En esta línea se sitúan las encuestas que el Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) viene realizando desde 1992 con el fin de analizar el perfil de los profesionales de la información en Catalunya , el programa de trabajo que puso en marcha el Consello da Cultura Galega el año 2000 y que tenía como objetivo obtener un mejor conocimiento de las condiciones en que los periodistas de Galicia realizaban su trabajo (Ponencia de Comunicación, 2000), o la aproximación que realizaron Cantalapiedra, Coca y Bezunartea (2000) sobre la situación de los profesionales de los medios en Euskadi.

Posteriormente, completando esos estudios de carácter más general, han salido a la luz pública otros trabajos que abordan específicamente el análisis del uso de internet. Se trata de estudios basados en encuestas realizadas directamente a los responsables de los medios, habitualmente prensa escrita. Nos referimos al Primer estudio Carat sobre la prensa española en internet, realizado entre marzo y mayo de 2001 por Steven Ross y Andrés López (Rubio, 2001), la investigación elaborada por María Bella Palomo (Palomo, 2001) a partir de la información obtenida de 52 cabeceras y, el más reciente, el informe llevado a cabo por Hopscotch en un total de 14 países, incluido España (Internet es ya..., 2002).

## 2. Metodología y objetivos

El objeto de este artículo es presentar los resultados, parciales, obtenidos en el marco de un proyecto de investigación que se propone examinar el grado de penetración de internet en la práctica profesional y analizar cómo están cambiando

las rutinas periodísticas. Con la colaboración del CPC se remitió a los 3320 periodistas colegiados un cuestionario formado por 43 preguntas. En total se recibieron 216 encuestas válidas, es decir un porcentaje de respuesta del 6.3%. Este porcentaje –no así el número absoluto de respuestas– es inferior al de la mayoría de estudios con objetivos similares, como los de Bastos (1998: 60%, n=16), Garrison (2000b: 34,9%, n=176), UK Media in Cyberspace (2000: 20%, n=61), Palomo (2000: 37,9% n=52) y prácticamente idéntico al de Ross & Middleberg (2000: 6%, n=530). Sin embargo, en la mayoría de los estudios publicados la unidad de análisis son los periódicos, mientras que en el presente trabajo la atención recae en los propios periodistas. La distinción no es trivial. En los estudios que tienen el periódico como unidad de análisis las encuestas se envían a los editores o directores de los periódicos, y se les solicita que respondan de acuerdo a sus propias percepciones del uso de internet que hacen sus subordinados. Hay que tener en cuenta que son precisamente los editores y en general los directivos de los periódicos los que tienen mejores condiciones de acceso a la red y por tanto susceptibles a tener una mejor consideración de internet y de sus posibilidades.

### 3. Resultados

Cómo cabía esperar, el acceso a la red está totalmente generalizado entre los periodistas. Según los datos recogidos, el 98,61% (n=213) de los periodistas que respondieron la encuesta tienen acceso a la red, la mayoría desde hace más de 4 años. En poco menos de diez años internet se ha convertido en un medio de uso habitual, más del 85 % lo utilizan diariamente, únicamente superado por el teléfono (92,02%) y los periódicos (86,38%).

El correo electrónico es el servicio de internet más extendido entre los periodistas (Tabla I). Se ha convertido en una herramienta ideal por su agilidad, su rapidez, su bajo coste y su carácter no intrusivo. El uso más común del correo electrónico es el contacto con fuentes, más de 3/4 partes lo usan con esa finalidad. Otras aplicaciones del e-mail son enviar los artículos a las redacciones y contactar con compañeros. Bastante menos frecuente es su aplicación para realizar entrevistas. Los periodistas prefieren como primera opción la entrevista en persona, tanto si la fuente a entrevistar es conocida como si no lo es, a continuación se sitúa el teléfono y en tercera posición el correo electrónico. El correo electrónico es la opción prioritaria para poco menos del 2,5%. Los resultados obtenidos coinciden con los ofrecidos por otros trabajos de características similares como el realizado recientemente por Garrison (Garrison, 2002).

Las otras dos principales aplicaciones de internet son la lectura de periódicos y la búsqueda de información concreta para completar noticias. En esta línea, no sorprende observar como seis de los diez webs preferidos por los periodistas son medios de comunicación (El País, La Vanguardia, Vilaweb, El Periódico, El Mundo y EFE). Los otros cuatro puestos prioritarios los copan dos buscadores: Google y Yahoo; y dos webs institucionales: [www.gencat.es](http://www.gencat.es) de la Generalitat de Catalunya y [www.bcn.es](http://www.bcn.es) del Ayuntamiento de Barcelona.

Este papel prominente de los medios de comunicación en la red coincide plenamente con los resultados obtenidos en otros trabajos. En la última edición de la investigación de Ross y Middleberg, por ejemplo, las 10 sedes web favoritas entre los periodistas entrevistados pertenecían a medios de comunicación, encabezadas por la CNN, el New York Times y la MSNBC (Ross y Middleberg, 2001: p. 28). En el caso español, El País figura como el medio preferido, seguido de El Mundo (Palomo, 2001:160), y en sus conclusiones Ross y López afirman que los periodistas confían poco en la información proporcionada por la red, a excepción de

la obtenida en páginas corporativas o en las de los medios de prestigio en el mundo de los átomos, léase El País o El Mundo (Rubio 2001).

De forma general, se observa como internet se ha convertido en un gran recurso de información al cual los periodistas acuden frecuentemente atraídos por el gran volumen de información disponible, facilidad y velocidad de acceso. En realidad, sin embargo, internet no supone la aparición de nuevos usos, sino la migración a nuevas formas de realizar viejas tareas.

Tabla 1: Usos más frecuentes (%)  
n=213

Los principales beneficios que internet aporta a la labor periodística son la velocidad en la obtención de información, defendido por casi el 50% de los encuestados, seguido por el ahorro económico (38,83%). También se destaca la posibilidad de localizar fuentes y la facultad de rastrear pistas de temas noticiables. Por el contrario, se identifican pocos problemas, siendo los más mencionados que en internet hay demasiada información de mala calidad y los relacionados con la credibilidad, identificación y independencia de las fuentes de información (Tabla II).

Tabla II: Beneficios y problemas atribuidos a internet (%)  
1 mínimo beneficio/problema - 5 máximo beneficio/problema  
n=213

A pesar del papel que internet está alcanzando en el quehacer diario de los periodistas, como origen de un hecho noticiable la red les ofrece todavía poca confianza. Así, entre once posibles orígenes de noticias, el cara a cara es el que merece mayor confianza, seguido del teléfono y de la prensa. En el extremo opuesto encontramos que las informaciones que llegan a manos del periodista provenientes de la web, de gabinetes de prensa y a través del correo electrónico son las que les ofrecen menos garantías (Tabla III).

Inciendiando en la misma línea argumental, y a pesar de la plena incorporación del uso de internet en las rutinas periodísticas, se observa que la red todavía ocupa un lugar secundario respecto a las fuentes y sistemas que podríamos calificar de tradicionales. Así, vemos como poco más del 5% de los periodistas tienen en la red su primera fuente de información, y la mayoría acuden a ella cuando tiene la seguridad de que encontrarán la información que precisan. El resultado es muy similar al obtenido por Luzón, que observó como internet tampoco era la primera fuente para los periodistas de Televisió de Catalunya y que únicamente el 4,7% de las noticias analizadas no se habrían podido realizar sin el uso de la red (Luzón, 2001).

#### 4. Conclusiones

El propósito de este trabajo era determinar el nivel de penetración de internet en las redacciones de los medios catalanes y, muy especialmente, analizar las características de su uso. De los resultados obtenidos se puede afirmar que el uso de internet es habitual y generalizado entre los periodistas.

Tabla III: Confianza como origen de un hecho noticiable  
n=213. Se pedía que valorasen del 1 al 11 según les proporcionase mayor (1) o menor confianza (11)

Más allá de la penetración de internet en las redacciones, mucho más interesante es analizar el uso que de la red hacen los periodistas. Observamos como el correo

electrónico y el world wide web, junto a los periódicos y el teléfono son los medios más usados por los periodistas para desarrollar su labor periodística. De hecho, nos encontramos ante dos medios usados tradicionalmente por los periodistas, el teléfono y la prensa, que ahora se ven complementados por el correo electrónico y los periódicos digitales.

El correo electrónico se ha convertido en una herramienta ideal para los periodistas por su agilidad, su rapidez, su bajo coste y su carácter no intrusivo. En él, los periodistas no sólo encuentran un eficaz medio de comunicación interpersonal con el que contactar con sus fuentes, sino que también pueden utilizarlo para mandar sus contribuciones a las empresas u obtener información valiosa a través de la participación en listas de distribución y newsgroups.

El world wide web, por su parte, abre las puertas a la mayor base de datos del mundo. En ella encuentran de forma rápida y a menudo gratuita el background que precisan para contextualizar las informaciones recibidas y encuentran información actualizada y en tiempo real sobre cualquier hecho que esté sucediendo a lo largo y ancho del planeta. En definitiva, les ofrece la herramienta de recuperación de la información más potente que jamás un periodista haya podido disponer. Como hemos visto, el uso más frecuente de la web es la consulta de periódicos online y la búsqueda de información concreta para completar informaciones. El uso extensivo de internet para la lectura de periódicos es una constante en todos los estudios realizados hasta el momento. La red ofrece la posibilidad de acceder a periódicos de cualquier rincón del mundo, superando las limitaciones geográficas o temporales que impone la prensa en papel y permitiendo estar al corriente de los hechos que allí suceden. Para Nicholas, Williams, Martin y Cole esto es una muestra del carácter incestuoso y competitivo de las industrias de la prensa (1998: 69 y sig.).

Para los periodistas las principales ventajas que les proporciona internet están claramente identificadas con la búsqueda de información. La red les permite localizar información rápidamente, les ofrece la posibilidad de identificar nuevas fuentes para sus artículos y reportajes y les abre las puertas a nuevos hechos noticiables. Los periodistas encuentran en la red todo tipo de fuentes, de hecho tienen a su disposición las mismas tipologías que las disponibles fuera de la red, con la excepción, como recuerda Borrat (Borrat, 2001), de las exclusivas, ya que todas las webs están abiertas a todos los profesionales y al resto de usuarios de internet. Ante esta realidad, el desarrollo de las habilidades relacionadas con el uso de las tecnologías, navegación por internet, técnicas de búsqueda y recuperación de la información se convierten en un distintivo de competitividad para los periodistas. También está demostrado que la accesibilidad determina el uso de ciertos recursos de información, una accesibilidad que no se debe entender exclusivamente en términos de accesibilidad física, sino también en disponibilidad de actualizaciones de software, fácil conectividad a redes, uso exclusivo o compartido de los terminales de acceso, etc. Como consecuencia de lo anterior, la satisfacción individual tiene una incidencia directa en la aceptación de los recursos que ofrece internet.

Por lo que se refiere a los principales problemas asociados al uso de red, los periodistas entrevistados los identifican fundamentalmente con la calidad de la información disponible, dificultad de verificación de la autoría y falta de credibilidad. Todo ello les obliga a dedicar más tiempo al proceso de autenticación de las fuentes y a duplicar el proceso de verificación cuando la información original procede de una fuente digital. Ante ello, y para superar los problemas de calidad de la información, se opta por la consulta de sitios bien conocidos, merecedores de confianza y de prestigio, un prestigio construido habitualmente fuera de la red. De este modo, los webs más consultados corresponden a los de los medios de comunicación tradicionales (El País, La Vanguardia, El Periódico...) o de instituciones públicas (Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona...). Así

mismo, los periodistas van construyendo su propio universo informacional de la red, formado por sedes, habitualmente especializadas, que les ofrecen las máximas garantías y que van incorporando a sus bookmarks. Este papel prominente de los medios de comunicación en la red coincide plenamente con los resultados obtenidos en otros trabajos similares (Ross y Middleberg, 2001: p. 28, Palomo, 2001:160, Luzón, 2001).

A modo de conclusión podemos afirmar que el uso de internet está absolutamente integrado en las rutinas profesionales de las redacciones de los medios catalanes. Con todo, internet no es aún un medio indispensable para la práctica periodística. Escasos serían los ejemplos de informaciones que no se hubiesen podido realizar sin el uso de internet. Como origen de un hecho noticiable el correo electrónico y el world wide web merecen poca confianza, prefiriendo el contacto cara a cara o el teléfono. Si nos centramos estrictamente en el uso del correo electrónico, únicamente una minoría realiza entrevistas usando este sistema de comunicación, tanto si la fuente es conocida como si no lo es; el resultado es muy similar al obtenido por Garrison (Garrison, 2002). Sin duda la falta de espontaneidad, de flexibilidad y de posibilidad de diálogo del correo electrónico con respecto al cara a cara o al teléfono son algunos de los problemas que inciden en su escaso uso para la realización de entrevistas. Los periodistas siguen teniendo en los sistemas tradicionales como el teléfono, la prensa o las agencias de noticias sus principales aliados, si bien la red les ofrece unos incentivos que agilizan su labor cotidiana. En realidad, y al menos de momento, internet no supone la aparición de nuevas tipologías o nuevas prácticas, sino que provoca de forma progresiva un traslado de las actividades tradicionales al entorno digital. Los motivos de ese traslado se pueden identificar con cierta facilidad. internet presenta ventajas sobre las formas tradicionales, y además su uso es completamente compatible con los valores y necesidades existentes. La migración al nuevo entorno tampoco implica una complejidad de uso excesiva que pueda condicionar su adopción, especialmente en un colectivo habituado al uso del ordenador.

#### Referencias Bibliográficas

- Armañanzas, E., Díaz Noci, J., Meso, K. (1996): El periodismo electrónico. Madrid: Ariel.
- Armentia, J.I., Caminos Marcet, J.M., Elexgaray, J., et al. (2000a): El diario digital. Barcelona: Bosch.
- Armentia, J.I., Caminos Marcet, J.M., Elexgaray, J., et al. (2000b): "La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura", en Zer, nº 9, 2000, pp. 183-212.
- Armentia, J.I., Elexgaray, J., Pérez Fuentes, J.C. (1999): Diseño y periodismo electrónico. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Bastos, H. (2000): "Do jornalismo online ao ciberjornalismo. Emergência de novas práticas nos media portugueses", en Revista de Comunicação e linguagens, nº 27, 2000. pp. 297-322.
- Borrat, H. (2000): "La xarxa a la premsa, la premsa a la xarxa", pp. 275-92. en Corominas, M., De Moragas (Ed.), Informe de la Comunicació a Catalunya 2000. Barcelona: Incom. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Canga, J. Coca García, C., Martínez Rivera, E., et Al (1999): Diarios digitales: apuntes sobre un nuevo medio. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Cantalapiedra, M.J., Coca, C., Bezunartea, O. (2000): "La situación profesional y laboral de los periodistas vascos", en Zer, nº 9, pp. 335-355.
- Col.legi de Periodistes de Catalunya (2000): El perfil de la professió (online; disponible en <http://www.periodistes.org>; acceso 15/4/01).
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones e Instituto Nacional de Estadística (2002): Encuesta a hogares españoles sobre tecnología de la información y la

comunicación: informe preliminar (online; disponible en <http://www.ine.es/daco/daco42/cmt/cmt2002.pdf>; acceso 9/12/02).

Díaz Noci, J. (2001): La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Díaz Noci, J; Meso Ayerdi, K. (1999): Periodismo en internet: modelos de prensa digital. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Fernández Hermana, L.A. (1998): En.red.ando. Barcelona: Ediciones B.

\_(1996): "En busca del periodista digital", pp. 13-27 en III Congrés de Periodistes Catalans. Periodisme digital. Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya.

Garrison, B. (2002): "The use of electronic mail as a newsgathering resource", paper presented to the Newspaper Division, Southeast Colloquium, Association for Education in Journalism and Mass Communication. Gulfport (Mississippi) (online; <http://www.miami.edu/com/car/gulfport02.pdf>; consulta 1/6/02).

\_(2000a): "Journalists' Perceptions of Online Information-Gathering Problems", en Journalism & Mass Communication Quarterly, nº 77 (3): 500-14.

\_(2000b): Online Information Use in Newsroom. A longitudinal diffusion study, paper presented to the Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication. Phoenix (online; disponible en <http://www.miami.edu/com/car/phoenix1.pdf>; acceso 12/7/02).

"Internet es ya la primera fuente de investigación para siete de cada diez periodistas, según un estudio" (2002), ABC, 30/4/02.

Luzón, V. (2001): "La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya". Tesis doctoral. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Meso Ayerdi, K.: "Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del periodismo: el periodista digital", en Revista Latina de Comunicación Social, nº 51, (2002), (online; disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/mesojunio5130.htm>; consulta 3/10/02).

Nicholas, D., et Al. (1998) The Media and the Internet. London: ASLIB.

Palomo, M.B. (2001) "El uso de internet en las redacciones de los diarios españoles", pp. 159-63 en B. Díaz Nosty (Ed.), Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España. Madrid: Ediciones Zeta.

Pavlik, J. (2000): "The Impact of Technology on Journalism". Journalism Studies Vol. 1, nº 2, pp.229-237.

Peiró, C. (1999): "Las preguntas del periodismo en la sociedad de la información", En.red.ados (1/6/99) (online; disponible en <http://enredando.com/cas/cgibin.enredados/plantilla.pl?ident=88>; acceso 14/5/02).

\_(1998): "Els diaris electrònics inventen el periodisme digital. El cas Lewinsky concedeix als mitjans de la Xarxa el valor que fa temps que reclamaven", Capçalera nº 87: 17-22.

Ponencia de comunicación (2000): Condicions laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicacónnforme de la Comunicació a Catalunya 2000. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

Ross, S.; Middleberg, D. (2000): The Seventh Annual Middleberg/Ross Survey of media in the Wired World. 2000 (online; disponible en <http://www.middleberg.com/toolsforsuccess/fulloverview.cfm>; consulta 14/5/02).

Ross, S; Middleberg, D. (1999): The Media in Cyberspace Study. 1998 fifth annual national survey (online; disponible en <http://www.middleberg.com/toolsforsuccess/cyberstudy98.pdf>; acceso 14/5/02).

Rubio, N. (2001): "Los periodistas usan internet, aunque les parece poco fiable", El País (Cyberp@is), 28/6/01, p. 11

UK Media in Cyberspace. Survey 2000 (online; disponible en <http://www.net-media.co.uk/survey>; acceso 27/8/01).

Weaver, D. (1998): *The Global Journalist: news from people around the world*.  
Cresskill; Hampton Press.