

Estructura informativo-documental en los periódicos digitales; análisis y cambios estructurales.

Dra. María Olivera Zaldúa
molivera@pdi.ucm.es
Dr. Juan Carlos Marcos Recio
jmarcos@ccinf.ucm.es
Dr. Juan Miguel Sánchez Vigil
jmvigil@ccinf.ucm.es
Universidad Complutense de Madrid

Resumen:

Desde el comienzo de los periódicos digitales hasta la actualidad se han producido importantes cambios en los medios de comunicación desde el punto de vista estructural, derivados de los procesos de digitalización. El acceso inmediato a la información desde Internet y la participación del receptor ha transformado radicalmente la presentación de contenidos, al tiempo que su tratamiento y formas de difusión. Los periódicos se han adaptado a las necesidades, en un proceso rápido que ha tenido como resultado una participación activa de los lectores y/o espectadores. Se muestra la situación actual y las tendencias en la información en periódicos digitales. Se tratan los aspectos que han influido en la documentación, en especial los cambios obligados por la digitalización (equipos, recursos humanos, etc.), la aplicación de nuevas tecnologías y el tratamiento de la información.

Palabras clave:

Documentación, lectores activos, movimiento informacional, nueva comunicación, periódicos digitales.

ABSTRACT:

From the very beginning of the digital newspapers until the present day, important changes have taken place in the communications media from the structural point of view, as a result of the digitalization processes. The immediate access to the information on Internet and the receiver's participation have radically transformed the presentation of the contents, along with their processing and forms of diffusion. The newspapers have had to adapt to these needs in a rapid process, which has resulted in an active participation from the readers and/or spectators. The current situation is presented together with the latest informative trends in digital newspapers. The different aspects, which have proven influential in the documentation, are studied, in particular the changes made necessary by the digitalization (equipment, human resources, etc.), the application of new technologies and the processing of the information.

KEYWORDS:

Documentation, active readers, informational movement, new communication, digital newspapers.

Introducción

Se cumplen quince años de los primeros periódicos digitales en España, periodo corto y sin embargo suficiente para establecer que el crecimiento y desarrollo de la prensa en Internet ha experimentado cambios significativos. En otros tiempos un periodo tan corto no era significativo, porque las redacciones y talleres apenas sufrían transformaciones; en la actualidad, sin embargo, los medios de comunicación, y en especial los periódicos digitales, están sometidos a cambios constantes que obligan a precisar en qué fase se encuentran y hacia dónde se encaminan.

La revista valenciana *El Temps* fue el

primer medio de comunicación en la red en 1994. Así lo sostienen varios autores (Armañanzas, Díaz Noci, Meso Ayerdi, 1996; Salaverría, 2005). De entonces a hoy se ha recorrido un camino plagado de cambios constantes y radicales, con demasiados sobresaltos y escasa visión de futuro por parte de los editores de periódicos, acostumbrados al modelo de negocio impreso que venía funcionando con regularidad pero que ya mostraba signos de agotamiento a tenor del número de lectores, que sigue descendiendo considerablemente, y de la publicidad, que se estabiliza e incluso desciende.

El presente trabajo ofrece un estudio sobre las innovaciones más importantes en los cinco últimos años, ya que la primera década ha sido ampliamente estudiada (Masip 2008, Micó-Sanz 2008, Díaz Noci 2009, Salaverría, Marcos Recio, Sánchez Vigil, 2010), así como algunas de las tendencias y el asentamiento definitivo de conceptos como el hipertexto, la interactividad, los aspectos multimedia y la convergencia, expuestos recientemente en un trabajo publicado en el Profesional de la Información (Marcos Recio; Sánchez Vigil, Olivera Zaldúa, 2010: 602-609). Análisis y situación que atraviesan los medios y que se refleja en la manera de ofrecer y presentar la información, en su estructura, en cómo la perciben los lectores, al uso y presencia de blogs y sitios colaborativos de información. La aportación principal que se ofrece refleja la situación actual que experimentan los medios digitales, la estructura documental de las informaciones, las investigaciones que realizan los comunicadores y las propuestas de futuro para la información y la documentación digital.

El movimiento informacional en los medios digitales

Lo que hasta ahora se ha venido llamando información, noticia, acontecimientos informativos, hechos noticiosos, ha dejado paso a una nueva manera de entender y explicar la información por parte del comunicador. La estructura monolítica tradicional, con los periódicos impresos como referentes de la información y la opinión, junto a los libros de actualidad, apoyados en la comunicación más

dinámica de la radio y la televisión, se quebró para dar paso en gran medida a una información más ágil y dinámica, creada para usuarios que disponen de lo esencial. Este movimiento informacional en el que los usuarios toman parte se produce con el periodismo 2.0 y las redes sociales. La prioridad no es la información, sino todo lo que la rodea y como afecta al ciudadano que por eso participa. Nunca antes se dispuso de tanta y tan variada manera de acceder a la información, por lo que los medios digitales han de ofrecer elementos informativos que generan nuevas expectativas en el usuario.

¿Qué entendemos por movimiento informacional? Todos y cada uno de los procesos que se concretan en una actividad informativa (información, redacción, maquetación, diseño, fotografía, documentación, etc.). A saber, todas las acciones que ejecutan: informador/comunicador, redactor, analista, documentalista, productor y ejecutor de la información. Las noticias no son hechos que afectan solo a quien está presente en el momento en el que ocurren. Esa es la tarea del informador (cualquier persona) y/o periodista que acude al lugar de la información. Desde la redacción se apoya, se completa o se matiza, tareas que corresponden al redactor de mesa y al documentalista, que busca en su centro informaciones similares o de otro nivel, para ayudarnos a entender mejor los elementos noticiosos.

A estas aportaciones se añaden lo que el productor y ejecutor consideran relevante. Esta es la tarea del redactor jefe, quien valida la información. El proceso no acaba aquí. Cada una de las partes continúa en activo mientras esa información no pierda su valor. Esta cadena de actividades periodísticas repercute de manera directa en la creación, producción y difusión de las informaciones. Ya no hay noticia de portada. Hay muchas y cambiantes. La información de actualidad dura hasta que otra información le quita protagonismo, algo habitual en los tiempos que corren, cuando los medios disponen de varias opciones para mostrar su información: texto, imagen, video, elementos gráficos, etc. El movimiento informacional se aplica en todas y cada

una de las secciones de los periódicos digitales. A nuestro juicio, son tres los aspectos decisivos en este nuevo proceso de comunicar la información: los agentes, los contenidos y su presentación, y el lector frente a la información.

Los agentes: informador/comunicador/documentalista

Cada agente realiza una función en el proceso informativo. El primero toma parte en un hecho noticioso, lo graba en video, hace fotografías, escribe un texto y lo envía a una redacción. No es nuevo en el periodismo, ya que con anterioridad la televisión aceptaba videos, incluso con una calidad baja, cuando no contaba con producción propia. Así, el informador no sólo es un narrador sino que se convierte en un facilitador de datos, en un referente noticioso y en un conocedor de una realidad que le es próxima. Sus contenidos tienen más valor en función de la exclusividad; es decir que el redactor actúa cuando no tiene acceso a esa información.

El segundo agente es el redactor de campo, el que se sitúa frente a la noticia con su ordenador personal, su cámara digital y su grabadora de video. Este periodista debe mostrar de manera dinámica una realidad concreta. Su prioridad es la información y su mejor arma la velocidad. Su reto es ser el primero y su aportación final una noticia con los suficientes elementos para que el lector sea capaz de entender qué ha pasado en un determinado lugar. Los datos que recoge son parte esencial del movimiento informacional, cuando los envía a la redacción el resto del equipo ha de ir alimentando con apoyos documentales, informativos, de opinión y de producción para mejorar por ejemplo las imágenes y presentar la estructura final de la información. Por supuesto, ha de existir un perfecto engranaje entre todos y saber en qué medida son necesarios otros puntos de vista de la información. La diferencia clara entre ambos radica en que el redactor entrega su trabajo listo para ser publicado y luego complementado, mientras que en el caso del informador

se requiere una revisión del texto para que sea legible y entendible por el lector. El comunicador, frente al informador, usa procesos de redacción cuando se enfrenta a la información.

El tercero, el documentalista, es más que nunca un agente participador activo de la información. Rastrea en las bases de datos, consulta y filtra en Internet, saca información de las redes sociales y con todo ello aporta nuevos elementos informativos, de carácter retrospectivo (qué hay sobre ese tema, antecedentes, etc.) y de actualidad al obtener informaciones recientes de Internet. Sin entrar en matices sobre la redacción, el documentalista ofrece una visión que no siempre coincide con la del redactor. No se le piden tantas informaciones concretas, sino perfiles, fichas documentales sobre el tema principal de la información. En definitiva, es mucho más que una figura que acompaña a la información, puesto que ofrece otras versiones posibles, bien porque encontró apoyos similares o porque en las redes hay informaciones próxima al hecho noticioso.

Los contenidos y su presentación

La estructura de la noticia ha cambiado. Ya no se mide por número de líneas, ni por lo importante que pueda ser en el momento en que se produce. Ahora lo que cuenta es el número de lectores que ha tenido (como siempre) y sobre todo el grado de interactividad que ha producido. La información sigue siendo textual (en menor medida y directamente proporcional: cuanto más larga, menos posibilidades tiene de ser leída). La interactividad llevaba a su máxima expresión. La participación del lector abre otros frentes informativos.

El contenido del mensaje textual ha de ser más que nunca claro, breve y sencillo. ¿Por qué el texto perdió el privilegio de ser la parte fundamental de la información? La respuesta es obvia en los tiempos actuales. Somos deudores de la imagen, de la cultura audiovisual (fotografía, cine, vídeo y elementos sonoros). Cada vez se lee menos y se consumen más los soportes audiovisuales. A finales del 2010, en Estados Unidos,

los consumidores pasaban 13 horas semanales en Internet, frente a 12 de la televisión. Un dato es significativo. Internet es una herramienta audiovisual, más allá del texto. Si, además, añadimos fotografía digital y gráficos en movimiento que completan la información, el mensaje final permite al lector de un simple vistazo saber si la información es de su interés.

El lector frente a la información

No resulta fácil para el lector escoger entre tantas opciones. En los periódicos impresos, la mayoría de lectores tenían claro cuál era su medio y una minoría compraba y leía dos o tres periódicos. Ahora, la abundancia de medios plantea dudas a los lectores. Las que son totalmente gratuitas son sus preferidas, pero hay opciones mixtas y Premium por las que el lector está dispuesto a pagar. Ya no importa tanto la información, a la que se accede de forma rápida y sencilla con cualquiera de los dispositivos actuales. Lo que se valora es la interpretación, lo que la noticia esconde y lo que significan las declaraciones de los protagonistas. Hoy, más que nunca, las palabras de un presidente de un Gobierno suponen un cambio significativo en la economía. No es el dato, la noticia, la información de lo que ha dicho ese presidente, sino la trascendencia, el análisis, la valoración del experto, lo que el lector espera. Porque ese análisis servirá al lector para la toma de decisiones, personales y/o empresariales.

Estos tres elementos ensamblados ofrecen una información digital con muchas y variantes aristas con las que cada lector crea su mundo, no el que antes recibía de la lectura del periódico impreso. Es un nuevo mundo informativo, participativo, con varias opciones y toda ellas de la misma importancia que la que ofrece el redactor. Estos elementos conforman el movimiento informacional, ya que sin ese proceso que requiere de personas activas, la información no llegaría en tiempo y forma a los lectores. Es multimedia, interactiva y personalizada. Así, conviene recordar que la ruptura del periodismo tradicional se hizo por parte de los lectores, ávidos de más noticias y acostumbrados a disponer de conteni-

dos más dinámicos en la radio y la televisión. ¿Conviene mirar al pasado? Ya no importa tanto lo que la historia nos depara, sino lo que aportamos como lectores/ciudadanos a un medio a través de: chats, foros, cartas al director, fotografías, videos, contenidos noticiosos, etc.

El movimiento informacional se emplea por igual en todos los medios digitales: prensa, radio y/o televisión, lo que significa que el proceso informativo y documental es muy parecido en todos ellos. Muchos medios se nutren de noticias locales, wikis, blogs, plataformas de iNoticias, sin un planteamiento de lucro, pero empleando modelos de suscripción para vender contenidos a través de una línea digital. Es otra manera de mantener un negocio informativo, en el que se aporta una información de calidad que acompaña a la información que golpea las pantallas cada cinco minutos.

Se pretende llegar así al “discurso de la democracia” (Gráfico 1), a lugares donde compartir información en los medios para hacer que la sociedad avance. Así se constata, en el informe: “The future of journalism is not in the past. Reframing the debate over how to “save” journalism” (Cooper, 2009): “El apoyo público para la investigación, la presentación de informes, la agregación y el periodismo ciudadano de edición/blogs y la reunión a través de un centro de noticias para compartir, podría producir la mayor democracia y una fuerte “explosión para el dólar”, con el fin de abordar las carencias más apremiantes en los informes de noticias actuales. Por ejemplo, las entradas de noticias gratuitas en los periódicos, las emisoras y otros medios de comunicación debe aumentar el valor para los consumidores de información ya que las autoridades nacionales y los medios de comunicación globales no se preocupan por medios de comunicación locales”. Es un paso más hacia el valor que tienen las informaciones locales en una sociedad cada vez más global. Por encima del mundo como visión general, las naciones, los estados y/o las comunidades autónomas generan interesantes informaciones que han abierto un hueco importante en los medios digitales. Nunca antes, no al menos en las dos últimas décadas, el valor de lo local había cobrado tanta importancia, ya que tiene un gran reflejo en lo universal, traspasando

las fronteras de las noticias locales, provinciales o comunitarias, frente a la información del Estado.

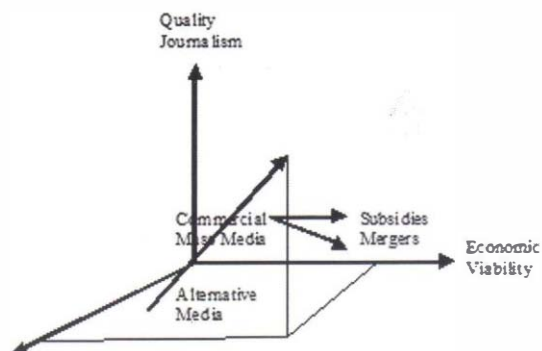


Gráfico 1
Fuente: Gannon Communication Research Center

Así, la investigación, las fuentes de información y la documentación son el sustento para generar contenidos en los medios digitales. Junto al documentalista, el ciudadano próximo a la información se convierte en el referente privilegiado que sustenta parte del contenido al que no ha llegado el redactor, bien por distancia física, bien porque no fue capaz de entender el hecho noticioso. Wikis, blogs, plataformas conjuntas de noticias y participación ciudadana hacen que la información local pase a tener importancia frente a una sociedad acostumbrada al predominio de los movimientos internacionales en la economía, la política o el deporte (Díaz Noci, 2010: 563). El periodismo digital abrió la puerta al periodismo local en el momento preciso, justo cuando se esperaba que la sociedad fuera más global por las posibilidades que ofrecía la tecnología. No es un planteamiento político, sino una información producida de manera compartida, no sólo para ahorrar costes sino para salvar al periodismo, ya que como se indica en el mencionado informe es preciso ahorrar costes, sobre todo en momentos de crisis como el actual en el que la publicidad se ha retraído y los medios ven reducidas sus ganancias, con el consiguiente despido de periodistas.

Blogs y plataformas conjuntas de noticias

La mayoría de los blogs nacieron como parte del periodismo ciudadano para compartir informaciones, hechos a los que no llegaban los periodistas y también para conquistar nuevos lectores. Autores como Pisani (2003) sostiene que ya existían blogs en 1994, pero fue a partir del año 2000 cuando este formato aparece dentro de una plataforma de noticias. Un reciente trabajo publicado en la Universidad de Texas, explica cla-

ramente la unión entre los blogs de noticias y los periodísticos, ya que ambos trabajan con cuatro premisas: recopilar, analizar, interpretar la información y permitir comentarios.

La primera fase, más participativa que informativa, ha evolucionado hacia este segundo campo, ya que los propios periódicos digitales y las webs de otros medios, radio y televisión, crean espacios para los blogs como elementos de participación. Y lo hacen porque las realidades informativas requieren ayuda de los bloggers. Con frecuencia se toma como ejemplo la información que circuló por las redes el 11 de septiembre tras los atentados de las Torres Gemelas en Nueva York, pero también los diferentes conflictos armados son un motivo para buscar informaciones a las que no llegan los propios periodistas, y por supuesto lo que acontece en países sometidos a censura.

Desde el origen hasta hoy, los blogs han experimentado una transformación que afecta a los medios de comunicación, a los propios periodistas y a los lectores y participantes que responden a muchas informaciones primero y luego crean su propio blog. ¿Qué modelos de blogs conviven en esta segunda década del siglo XXI? Según Gurleyen y Ogun Enre, que citan el trabajo de Domingo y Heinonen (2008), se pueden identificar cuatro tipos de blogs periodísticos que tienen relación con los medios de comunicación ya existentes: "1. Ciudadano blogs: producido por las empresas públicas y medios de comunicación; 2) Audiencia de los enlaces y textos producidos por el público en las plataformas proporcionada por los medios de comunicación; 3. Enlaces y texto producidos por periodistas profesionales fuera de sus empresas y, finalmente, 4. Los medios de comunicación con blogs publicados por redactores del medio".

Por último, el periódico Chicago Tribune (Figura 2) dispone de varios blogs que siguen las pautas de las secciones clásicas del periódico, por ejemplo noticias y/o entretenimiento y una relación de categorías que coinciden con otras secciones. Hay una parte extra, a la que no se puede acceder sin registro previo.

En definitiva, el contenido de la mayoría de los blogs instalados en los periódicos digitales es variado, casi idéntico



Figura 1. Blogs del periódico USA Today



Figura 2. Blogs del periódico Chicago Tribune

a las secciones clásicas de los medios. En el caso español, ha sucedido algo parecido. Así, en función del número de lectores y del interés del blog, algunos medios españoles han ido cambiando hacia contenidos más especializados en los que se incluyen blogs de arte, cine, música, toros, flamenco, literatura, además de los "clásicos" sobre información, sociedad, política, etc., (Marcos Recio; Sánchez Vigil, Olivera Zaldua, 2010: 602-609).

Por su parte, las plataformas conjuntas de noticias surgen como una necesidad dentro del periodismo 2.0 en el que la participación para la creación y distribución de contenidos informativos se hace de forma paralela a los grandes medios. Si bien en España apenas se está iniciando el camino, en Estados Unidos los avances son considerables. Se parte de una dualidad, empresas que gestionan sistemas informáticos capaces de hacer la concentración y distribución, y plataformas de noticias compartidas y generadas por grupos de usuarios de forma gratuita.

Empresas que gestionan sistemas informáticos.

En este primer caso, se trata de un soporte comercial: iNews de Noticias (NRCS) (Figura 3) un sistema informático que permite capturar más espectadores al tiempo que reduce los costes de la operación. Se trata de una solución integral de difusión de noticias, creadas con rapidez con el fin de ofrecer noticias de última hora. Para ello se puede unificar la información en una operación completa a través de una sala de prensa, de tal forma que se involucra al público en un amplio espectro desde la televisión, pasando por Internet, la radio y los diferentes canales móviles. En un mundo donde la concentración de empresas que ofrecen servicios multimedia es cada vez mayor, algunas funciones de los redactores se simplifican gracias al uso de estas herramientas. Así, su gran ventaja es que: "Unifica toda la operación de salas de redacción, lo que posibilita la creación de noticias. Los equipos de redacción pueden operar a su máxima eficiencia, ya que la captura de las infor-

maciones y otras conexiones de datos, la creación de contenidos, la gestión de escaletas de noticias de forma dinámica y la precisión de control de emisión se establece de forma sincronizada. Ya sea en el estudio o en el lugar donde se produce la noticia, los periodistas están completamente conectados, y una poderosa y nueva actualización del interfaz de iNEWS les permite controlar y usar de manera eficiente las fuentes de noticias, realizar búsquedas hacia adelante a través de sistemas iNEWS, vista previa de video, monitor de la estación de recorridos locales y remotos, y sus mensajes, lo que contribuye a plasmar mejor las historias".

Se trata de una manera de integrar la información, de manera eficaz, en la que los periodistas acceden a través de una conexión a otros elementos documentales para completar su información. Si bien, este sistema viene funcionando en las redacciones de las televisiones, en los periódicos se está implementando a través de redacciones integradas.

En estos tiempos de concentración/absorción de medios de comunicación, las redacciones de los medios digitales,

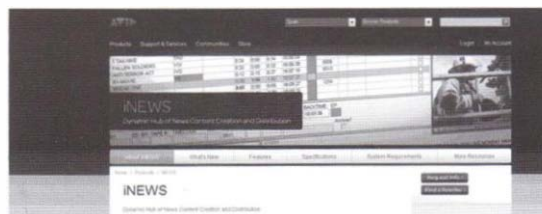


Figura 3. Portal de acceso al sistema iNews.

también las de los periódicos tienen un único fin: crear contenidos. El contenido es el rey, es ya un eslogan con el que algunos medios atraen a sus lectores o espectadores. Así, se demanda cada vez más que los redactores produzcan noticias para su plataforma de trabajo. Esa concentración ha creado redactores multimedia que elaboran contenidos para varios medios de su plataforma. Además de los redactores, centran su trabajo en los contenidos los productores y directores de información. Todos ellos necesitan tener un acceso rápido a

la información, a los fondos documentales y a las historias con el fin de completar una información. La rapidez y velocidad con que circula requiere de este tipo de ayudas documentales, pero además la información ha de ser precisa y fiable, pues la audiencia se gana con dificultad y se pierde con facilidad, de ahí la importancia de las audiencias, de cuidarlas y que apuesten por un medio que les ofrece información actualizada y con rigor.

Plataformas de noticias compartidas.

Modelo Independiente

Muy parecido al sistema anterior es AllVoices. Se trata de un periodismo ciudadano que usa una plataforma con redacciones en una treintena de ciudades en todo el mundo, donde los periodistas profesionales y los ciudadanos proporcionarán informes periódicos sobre lo que sucede. Cualquiera puede contribuir aportando informaciones de blogs, imágenes, vídeos y comentarios de noticias locales y mundiales. Este sitio de Internet cuenta con una comunidad de 300.000 ciudadanos reporteros y unos cinco millones de visitantes únicos al mes.

Modelo dependiente/colaborativo de otros medios.

De las mismas características, aunque imbricado en un medio profesional, CNN i-Report es un lugar de información en el que los contenidos parten de los espectadores (Figura 4). Cada recuadro de

la imagen se corresponde a una historia que tiene como protagonista a un ciudadano. Así lo explican en su sitio web: "Bienvenido a iReport, donde la gente participa en las noticias de CNN. Su voz, junto con otros iReporteros, ayuda crear la forma en la que CNN cubre todos los días su información. Así que ya sabes: iReport es la manera en la que gente como usted facilita el informe de la prensa. Las historias en esta sección no son editadas. Sólo los marcados iReport de CNN han sido controlados por la CNN". Así pues, este tipo de medios digitales abre la puerta a ciudadanos para que suban sus vídeos y sus "informes periódicos", dejando libertad para contar la historia.

Se pretende llegar más allá de la noticia, dar otra visión de la información, como señalan en su sitio web: "En CNN creemos que mirando las noticias desde ángulos diferentes nos da una comprensión más profunda de lo que está pasando. También sabemos que el mundo es un lugar maravilloso lleno de gente interesante, para hacer las cosas fascinantes que no siempre son noticia". En definitiva, maneras diferentes de participar colaborando con textos, imágenes y sonido por parte de los ciudadanos que se sienten protagonistas de la información.

El movimiento documental en los medios digitales

La manera en que se producen las informaciones ha variado, bien las que elabora un redactor, o bien las que aporta un ciudadano que está presente en el momento en que se producen los hechos noticiosos. El resultado final cambia porque el proceso de creación también lo hace. En el periodismo tradicional faltaba la figura del periodista ciudadano. El proceso para elaborar la información seguía una pauta concreta. A la información se le añadían elementos documentales, sin embargo ahora importa menos. Lo que interesa al lector, al espectador, a quien se conecta las 24 horas al día es la actualidad. No se busca tanto una profundización sino los aspectos que ni siquiera ha sabido plasmar un redactor. Apuntes, bocetos, ideas, planeamientos menos informativos son los



Figura 4. Ejemplos de participación ciudadana en iReport.

que tienen cabida en sitios como los citados anteriormente, que gracias a la colaboración de los ciudadanos toman los lectores con relativa confianza, pero con interés porque no tienen una intención previa como el medio de comunicación, dependiente de los acuerdos publicitarios o políticos, sociales, religiosos, etc. ¿Dónde queda la documentación? ¿Cuáles han de ser sus tareas? ¿Cómo se han de llevar a cabo? El proceso documental en los medios digitales coloca al documentalista como productor de contenidos. No se trata de competir con el redactor, sino de completar sus tareas, como había venido haciendo con anterioridad. Sin embargo, según el esquema del epígrafe anterior, habría que indicar una doble función documental entre quienes participan como documentalistas en un medio de comunicación, por ejemplo CNN, o los que apoyan la información que aportan los ciudadanos. En el primer caso, los medios tradicionales suelen contar con centro de documentación y sus documentalistas suman una información "Premium" a la que envían sus redactores. Pero también colaboran en aquellos reportajes que envían los ciudadanos, con datos, informes y reportes que vengan a sustentar y dar credibilidad a la información.

Así pues, las tareas principales de un documentalista se estructuran en dos frentes. Por un lado rastrear las redes, analizarlas y evaluarlas para preparar informes y dossieres sobre temas importantes para su medio; por otro formar parte del equipo que elabora los contenidos, de tal forma que algunos aspectos de la noticia son aportados sin que el redactor intervenga. Se trata de ofrecer una alternativa informativa a lo que el redactor ha enviado desde el lugar de los hechos. Si bien la tarea de análisis y evaluación de lo que se publica aporta un valor documental, al que pueden acceder los redactores desde el mismo sitio en que componen su información, es preciso indicar que tiene más valor lo que sirve como apoyo informativo. Ambos polos se aproximan cuando redactor y documentalista encuentran los datos precisos para elaborar la información.

Por último no hay una metodología clara que indique como se han de realizar estas tareas. En España, algunos

medios han pasado a integrar el centro de documentación en la redacción para facilitar el flujo informativo, como es el caso de La Sexta Noticias. En otros medios el sistema sigue funcionando de manera tradicional. Los dos extremos convergerán en un único modelo, ya que la información se encuentra en línea y ya no es tan importante la proximidad física, sino que las informaciones, las noticias y los reportajes hayan sido analizados documentalmente, lo que permitirá una manera dinámica en su recuperación. Esta es una fase de experimentación, de adaptación del centro de documentación a una nueva realidad. Apostar por una u otra versión, mejorar las herramientas documentales y seguir aportando documentos de calidad son la mejor opción para garantizar que en un medio digital la documentación es rápida, ágil, dinámica y sobre todo interesante para redactores y lectores (Marcos Recio; Sánchez Vigil; Serrada Gutiérrez 2009: 43-65).

Conclusiones

La información en el ámbito digital sigue en fase de cambio. En un momento decisivo para los medios impresos ya que el poder ha pasado a manos de los digitales. El movimiento informacional se genera por una amplia participación, no solo del redactor, (como ha venido sucediendo) sino de todo un equipo más amplio: comunicador, documentalistas, productor, ejecutor de la información, etc.

En este proceso el rey es el contenido. Hay que informar, pero aportar elementos que sugieran al lector nuevos horizontes. La información se consigue de manera tan sencilla, que lo que ahora importa es lo que hay detrás de ella; de ahí la importancia que tienen los contenidos y su presentación. En este grupo de actuantes, el ciudadano que maneja las redes toma parte activa en la información, ya que dispone de herramientas que le permiten participar en los blogs o, directamente, subir una información cuando ningún redactor acudió al lugar donde se produjeron los hechos noticiosos.

Por último, al documentalista se le abre el campo de actuación. Si el ciudadano puede participar, con más razón aquel, ya que conoce la información y viene trabajando con ella de forma colaborativa con el redactor. Entre sus tareas, el análisis documental pierde valor frente a las nuevas tareas de colaborar activamente con la información, aportando informes, documentos, datos, que harán al lector ver la información desde muchas aristas. Ese es su reto. El camino ya se ha iniciado.

Bibliografía

- AllVoices [sitio web]. 2011. Estados Unidos: AllVoice. <http://www.allvoices.com/> (Consulta: 4 enero 2011)
- Armañanzas, Emy; Díaz-Noci, Javier, Meso-Ayerdi, Koldo (1996). El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona: Ariel, 1996.
- Chicago Tribune [sitio web]. 2011. Estados Unidos: Chicago Tribune. <http://www.chicagotribune.com/chi-g3blogpage-htmistory,0,6573226.htmistory> (Consulta: 4 enero 2011).
- CNN i-Report [sitio web]. 2011. Estados Unidos: CNN. <http://ireport.cnn.com/> (Consulta: 4 enero 2011).
- Cooper, Mark. 2009. The future of journalism is not in the past. Reframing the debate over how to "save" journalism [en línea]. Fouldham: Communication Research Center, Universit. <http://www.fordham.edu/images/undergraduate/communications/the%20future%20of%20journalism-huff.pdf> (consulta: 10 de enero de 2011).
- Díaz-Noci, Javier (2009). Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estadio de la cuestión. *Comunicar*, 17 (33), pp. 213-219, 2009.
- Domingo, D.; Heinonen, A. (2008). Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries. *Nordicom Review*. 29(1), pp.3-15, 2008.
- INews [sitio web]. 2011. Estados Unidos: Inews. <http://www.avid.com/us/products/inews> (Consulta: 4 enero 2011).
- Marcos Recio, Juan Carlos, Sánchez Vigil, Juan Miguel; Serrada Gutiérrez, María (2009). Nuevos paradigmas periodísticos y documentales en los periódicos digitales: estudio de casos en España. *Investigación Bibliotecológica, Archivonomía, Bibliotecología e Información*. 23(49), pp. 43-65.
- Masip, Pere (2008). Una aproximación a la investigación sobre ciberperiodismo en Catalunya: una asignatura pendiente. En Congreso Fundacional de la AE-IC i+C Investigar la Comunicación: Santiago de Compostela 30,31 de enero y 1 de febrero. Santiago de Compostela: Secretaría del congreso, pp. 47-58.
- Mico-Sanz, Josep-Lluís; Masip, Pere (2008). Recursos multimedia en los cibermedios españoles. *Tripodos*, 23, pp.180-185, 2008.
- Pisani, F. (2003). Internet saisi par la folie des « eblogs » [en línea]. Francia : Le Monde Diplomatique. <http://www.monde-diplomatique.fr/2003/08/PISANI/10301> (7 de enero de 2011).
- Salaverría, Ramón (2005). Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
- Sánchez Vigil, Juan Miguel; Marcos Recio, Juan Carlos; Olivera Zaldúa, María (2010). Presencia y contenidos de los blogs en los principales diarios españoles. *El Profesional de la Información*, 19(6), pp.602-609, 2010.
- The New York Times [sitio web]. 2011. Estados Unidos. New York Times. <http://www.nytimes.com/interactive/blogs/directory.html> (Consulta: 4 enero 2011).
- UsaToday [sitio web]. 2011. Estados Unidos: Usa Today. <http://www.usatoday.com/blog-index.htm> (Consulta: 4 enero 2011).