

Documentalistas y periodistas en cibermedios

News researchers and journalists in online journalism

María Rubio Lacoba

Universidad Pontificia de Salamanca

mrubiola@upsa.es

Resumen

Esta ponencia se pregunta por los hábitos documentales que poseen los periodistas tras la incorporación de Internet a sus rutinas profesionales. Para ello, 40 periodistas han participado en una encuesta en donde se les pregunta por su manejo de internet, las redes sociales y el archivo de su medio. A partir de sus respuestas, se deducen las tareas (algunas nuevas y otras no tanto) que desempeñan los documentalistas de medios. Finalmente, se reivindica la cooperación entre empresas, periodistas y documentalistas, dirigida a la elaboración del mejor Periodismo posible.

Palabras clave: Periodismo, Periodistas, Documentalistas, Roles, Internet, Redes Sociales, Archivos

Abstract

This paper examines how journalists are managing documentation now that Internet has become an integral part of their profession (part of their professional routines). Forty journalists completed a survey focussing on how they use the Internet, social networks and news libraries. From these responses, the tasks that news librarians actually perform (some new, others not so new) are described. Finally, it calls for cooperation between companies, journalists and news librarians in an endeavour to provide the best possible journalism.

Keywords: *Journalism, Journalists, News Librarians, Roles, Internet, Social Media, Archives*

1. Introducción

El periodismo y el mundo de la comunicación están experimentando unos cambios tan vertiginosos y estructurales que al gurú más profético que hubiera osado anticiparlos le hubieran lapidado por agorero. En un esfuerzo por entender, podríamos hacer un somero repaso de los hitos que han marcado el devenir del periodismo de las últimas décadas: la digitalización ha roto los diques que encorsetaban la información en sus soportes y ubicaciones geográficas para, transformadas en 0 y 1, inundar informativamente la sociedad; la portabilidad de los equipos ha simplificado las rutinas profesionales; la aparición de internet, la eclosión de las redes sociales, la ubicuidad propiciada por los *smartphones* permiten una conexión permanente; los receptores dejan de ser anónimos, dispersos y pasivos y se convierten en productivos y movilizados; los periodistas trabajan bajo una *radiación informativa* tal que la ventaja que suponía el acceso a la información propiciado por internet se está convirtiendo, paradójicamente, en un handicap; la celeridad con que llegan los datos a las redacciones ha sido asumida por las rutinas periodísticas, priorizando lo urgente sobre lo importante; la globalización da pie a que lo anecdótico, lo grotesco, lo intrascendente adquiera porte informativo.

No es la primera vez que la sociedad vive cambios tecnológicos, y por experiencias pasadas, sabemos que del proceso convulso inicial, pasaremos a una fase de readaptación de los medios vigentes con los recién llegados, hasta llegar a una convivencia más o menos armónica. Pero es evidente que la tecnología ha alterado los roles que desempeñaban tradicionalmente los agentes de la comunicación (esto es, emisor, receptor, mensaje y canal), sin que ello sea, a priori, ni mejor ni peor, siempre y cuando el periodismo, los medios y la sociedad salgan ganando.

Continuando con este esfuerzo por entender, al tsunami de internet y todas sus múltiples vertebraciones, hay que sumar la triple crisis que asfixia los medios de comunicación: la crisis financiera global, la crisis empresarial del sector y la propia crisis profesional. Los ERE's, las externalizaciones, las huelgas, los cierres de medios, la falta de definición de la unidad de negocio del ciberperiodismo muestran un panorama desolador para la industria periodística.

Y, aunque pueda sonar a sarcasmo, en este ecosistema de sobresaturación informativa, bajo una crisis al cubo, los pensadores de la comunicación auguran que sobrevivirán aquellos medios que mejor periodismo hagan, que pongan toda su historia acumulada, todo su conocimiento, habilidad y actitud en contar buenas historias. Esta aparente vuelta a los orígenes no solo se está produciendo en los medios de comunicación, y bien puede extrapolarse a otros estadios sociales: la reivindicación de la comida tradicional frente al *fastfood*; la toma de las calles de las bicis frente a los coches; la aparición de editoriales preciosistas que apuestan por el *bestbook* y el *bestreader* antes que el *bestseller*... Es posible que, en tiempos de crisis, se busquen asideros reconocibles, reconfortantes y que reporten intangibles universales a los que aferrarse mientras escampa la tormenta. Dickens ya lo dejó escrito: “Era el mejor de los tiempos, era el peor de los tiempos”.

Volviendo al terreno periodístico, puede que algo así esté sucediendo, con un matiz: las potencialidades que brindan las tecnologías al periodismo son de tal valor que deberían estar permitiendo hacer el periodismo de siempre, pero mejor. Las posibilidades de *Twitter*, *Facebook*, *Google+*; las facilidades que ofrece *Vimeo*, *Youtube*; la accesibilidad a archivos documentales de inmenso valor patrimonial... deberían ser entendidas como privilegios para los periodistas que ejercen en este momento. Son, ciertamente, herramientas para sumarlas a las rutinas profesionales, y con ellas, hacer un periodismo mucho mejor.

Y sin embargo... Sin embargo, algo no va bien cuando se emiten *pseudonoticias*; cuando la información se actualiza muy rápidamente, y muy rápidamente ha de ser corregida; cuando se destapan las indignas rutinas de *News of the World*... Algo no va bien cuando los periodistas reciben recomendaciones que podrían considerarse innecesarias por obvias, relativas al uso que han de hacer de sus redes sociales (recientemente, ha sido la agencia *Associated Press* quien ha regulado el uso de las redes sociales por parte de sus periodistas), o a lo criterios que han de balancear para emplearlas como fuentes de información. En este sentido, para valorar adecuadamente la información que procede de la web 2.0, Jeff Sonderman propone tres preguntas que, formuladas previamente, pueden servir al periodista para reconocer si se encuentra ante una auténtica fuente de información: “¿Es una información creíble? ¿Es importante para la audiencia? ¿Qué grado de urgencia tiene la situación?” (Sonderman, 2011).

Si de lo que se trata es de hacer buen periodismo, el manejo de buena documentación resulta un elemento medular. Las palabras del profesor Desantes (1978 en López Yepes, 1995: 22) así lo anuncian desde hace décadas:

“El buen informador, para cumplir el acto de justicia en que consiste la información, ha de cultivar su sentido común y ha de estudiar cómo se documenta la noticia para darle actualidad e interés, para dar la noticia que más demanda o necesita el público y en la forma que la espera y la demanda; y para darla rodeada de todos los antecedentes, datos y circunstancias que rodean el acontecimiento.”

Pues buen: la digitalización de archivos por un lado, la llegada de internet por otro, y la aparición de las redes sociales multiplican las posibilidades documentales para los periodistas, quienes pueden plantearse sus trabajos accediendo a un caudal de fuentes variadas, diversas y alternativas. Es precisamente la accesibilidad una de las grandes bazas de la documentación, pues hasta ahora los archivos estaban físicamente en un espacio al que había que desplazarse: ahora, los archivos se alojan en su ordenador. Esto ha permitido que los periodistas alcancen ciertas cotas de autonomía documental, haciendo por sí solos búsquedas documentales, pese a su falta de formación y de tiempo (Rubio, 2007).

Dicho déficit es subsanable en aquellos casos en los que consultan el archivo propio, pues allí siguen (de momento) los documentalistas para ayudarles a afinar sus búsquedas y recuperar únicamente información pertinente. Sin embargo, los problemas se acrecientan cuando trasladan esa falta de habilidades documentales a internet y a las redes sociales. No deja de resultar sorprendente que muchos profesionales hayan relajado sus criterios de valoración y selección de fuentes, empleando un rasero mucho más distendido en el caso de los recursos hallados en internet, cuando tendría que ser justo al contrario, por tratarse de unos recursos que no han pasado por el tamiz de los

documentalistas del medio. Ciertamente, como apuntan Micó, Masip y Avilés (2009: 289) “tener más autonomía no equivale necesariamente a la mejora de las informaciones.” Y del mismo modo que las hermosas fotografías no las encuentran las cámaras sino los fotógrafos, las buenas historias las cuentan los periodistas.

Veamos cómo se documentan los periodistas, y a continuación, qué papel les queda reservado a los documentalistas, con la esperanza de que ambas figuras sigan siendo necesarias si se quiere pasar la crisis volviendo al periodismo.

2. Los periodistas y sus habilidades documentales en la red

Un reciente estudio, elaborado conjuntamente por Servimedia y Estudio de Comunicación, analizaba el uso de internet y de las herramientas 2.0 de los medios de comunicación. Entre sus principales hallazgos se advierte cómo de los 47 medios analizados, todos cuentan con página web corporativa y con entrada oficial en *Wikipedia*, una amplia mayoría mantiene blogs (89,3%), y son muchos los que participan en redes sociales (65,3%) así como en otros canales (63,9%). (Estudio Comunicación; Servimedia, 2011: 4). El mismo estudio aprecia cómo algunos perfiles de *Twitter* de ciertos periodistas cuentan con más seguidores que los de sus medios (caso de Ana Pastor y TVE).

Aunque aún haya visionarios que siga diciendo que internet es el futuro, es evidente que internet es el presente. Y para los medios de comunicación y sus profesionales, su hábitat natural. La tecnología simplifica el trabajo, alivia las rutinas, mejora las coberturas, extiende, en fin, las posibilidades para hacer mejor periodismo. Los periodistas encuentran en sus teclados un caudal de fuentes que pueden consultar por sí mismos, en muchos casos sin la habitual mediación de los documentalistas. Resulta muy gratificante bucear en los archivos y encontrar información, aunque también puede ser desesperante hacerlo cuando el tiempo apremia o la información valiosa se esconde.

Con la intención de conocer mejor hasta dónde llegan las habilidades documentales de los periodistas en la red, hemos elaborado un cuestionario en el que han participado 40 periodistas. Conscientes de que los resultados no pretenden ser representativos, sí al menos pueden ser ilustrativos de los modos y rutinas seguidos por distintos periodistas a la hora de buscar y usar documentación a través de internet.

La encuesta se envía por correo electrónico a 54 periodistas el 9 de julio de 2011. De estos 54 profesionales, acaban por responder 40. Se ha puesto especial cuidado en confeccionar una muestra lo más poliédrica posible, incluyendo así a periodistas de medios locales, nacionales, internacionales; de prensa, radio, televisión, revistas, agencias y cibermedios.

La encuesta desea conocer las habilidades documentales que poseen los periodistas a la hora de localizar información en la red. Para ello, pregunta sobre el uso del archivo online, de las páginas web y de las redes sociales. Asimismo, el cuestionario se inicia y

se concluye con una serie de preguntas que valoran de forma genérica el papel que juegan estas fuentes en el trabajo periodístico.

De forma unánime, todos los periodistas consultados se consideran capaces de encontrar cualquier tipo de información, una buena parte por sí solos (71,9%) y en menor medida (28,21%) con la ayuda de algún documentalista. Para un 67,5%, Internet ha hecho que las informaciones sean mejores; para un 22,5% la calidad de las noticias no se ha visto afectada; un 10% de periodistas reconoce que ha bajado la calidad de su trabajo. Si se pudiera establecer un ranking con los principales recursos documentales a los que recurren asiduamente los periodistas, en primer lugar están los buscadores (94,88% los consultan casi siempre o frecuentemente). Le siguen otros medios de comunicación (82,06%), las fuentes institucionales (80%), las fuentes estadísticas (61,54%), el archivo propio (56,41%), las redes sociales, (51,28%), y los blogs (38,47%).

2. 1. El archivo como fuente de información

En lo que se refiere al archivo propio, un 77,5% de los periodistas lo consulta, frente a un 22,5% que asegura no hacerlo. De los primeros, casi un 60% lo hace por su cuenta, mientras que un 25% solicita la ayuda de un documentalista y un 12% opta por un buscador. En buena medida, acuden al archivo para verificar datos (70,97%), para conocer los antecedentes de una noticia (70,97%); en menor medida, para ampliar información (67,74%) y recordar lo publicado/emitado por su medio (58,06%); de forma residual, para buscar inspiración (12,9%) o buscar imágenes (3,23%).

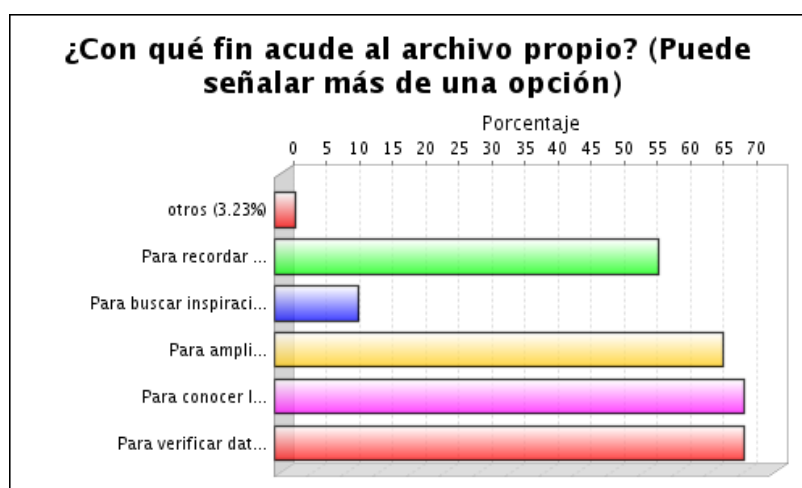


GRÁFICO 1

Finalmente, los principales motivos que mueven a los periodistas a consultar el archivo son la autoridad y la rapidez, frente a la accesibilidad y la variedad de fuentes, que son motivos secundarios.

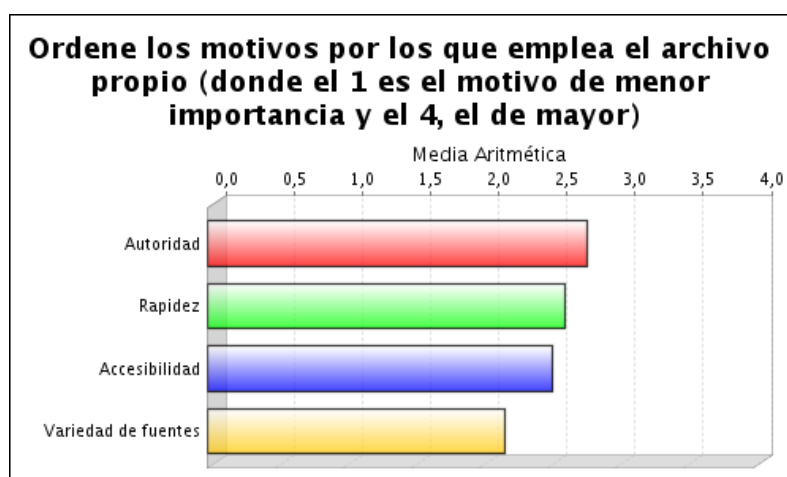


GRÁFICO 2

2. 2. La web como fuente de información

No nos causa sorpresa comprobar cómo la web es consultada unánimemente por todos los periodistas. Y tampoco nos sorprende demasiado constatar que la puerta de acceso a la red es por medio de los buscadores (75%); son pocos los que acuden directamente a la web deseada (20%) y apenas quienes que solicitan colaboración del documentalista (2,5%). Cuando se localiza una fuente útil en la red, el periodista aún no la archiva de forma natural, pero da la impresión de que tiende a ello: un 40% guarda la documentación bastantes veces; un 32,5% la guarda de vez en cuando; un 20% no guarda casi nunca la información.

Llama la atención los motivos por los que el periodista acude a internet, pues difieren de las razones por las que acude al archivo: el 90% de los periodistas consultan la red para ampliar información. A más distancia, para verificar datos (77,5%) y para conocer los antecedentes de una noticia (60%). Caen los porcentajes cuando se trata de recordar lo publicado o emitido (25%), de buscar inspiración (22,5%) o de buscar opiniones publicadas en blogs u otros cibermedios (2,5%).

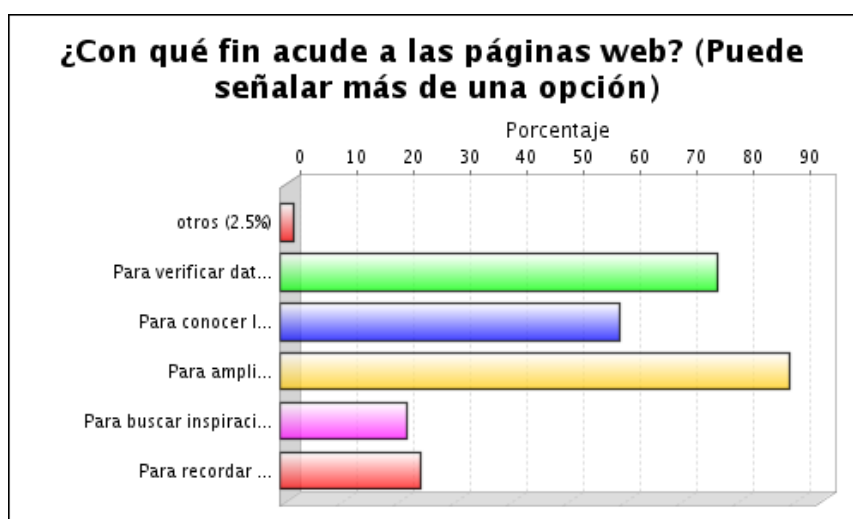


GRÁFICO 3

También difieren los criterios por los que se usa internet como fuente: se valora fundamentalmente la rapidez, la variedad de fuentes, y la accesibilidad. Llama la atención que la autoridad no sea tenida como un valor fundamental de internet, siendo como es una fuente a la que recurren de forma mayoritaria.

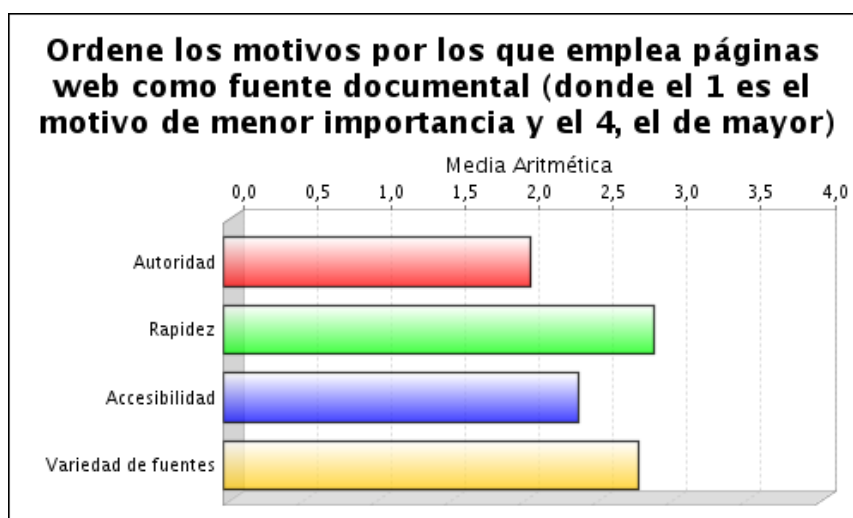


GRÁFICO 4

2.3. Las redes sociales como fuentes de información

Las redes sociales más populares (*Twitter*¹ y *Facebook*²) reconocen en los periodistas unos usuarios preferentes, y por ello han ideado recursos específicos para los informadores, con la intención de ofrecer pautas de búsqueda, criterios de publicación y

1 <<http://media.twitter.com/newsrooms>> (consulta 05/09/2011)

2 <http://www.facebook.com/journalists?sk=app_190322544333196> (consulta 05/09/2011)

herramientas con las que extraigan el máximo rendimiento a la información que se genera en la red 2.0.

Aunque en último término el periodismo lo hacen los periodistas, las redes sociales facilitan su trabajo y le descubren nuevas posibilidades que siempre son bienvenidas en tanto que sumen calidad a las historias. Algunas de estas ventajas las ha sistematizado Orihuela (2011):

- Facilita el acceso a fuentes y expertos
- Permite escuchar y conversar con la audiencia
- Contribuye a detectar tendencias y *breaking news*
- Exige afinar el uso del lenguaje
- Aumenta la visibilidad de los contenidos

De los datos que se desprenden de la encuesta, un 65% de los periodistas consultados afirma usar las redes sociales, frente a un 35% que no las emplea. De sus usuarios, es *Facebook* la herramienta 2.0 más utilizada (96,15%), seguida de *Twitter* (76,92%) y *Youtube* (61,54%). En menor medida recurren a *Linkedin*, *Meneame*, *Vimeo*, *Myspace*, *Eskup* o *Flirck*.

Quienes las consultan, lo hacen sobre todo para ampliar información (73,08%), ya que conocer los antecedentes de una noticia (30,77%), buscar inspiración (23,08%), verificar datos (19,23%) o recordar lo publicado por el medio (15,38%) son rutinas secundarias. Son los mismos periodistas quienes, por su parte, añaden a este respecto que usan las redes sociales para “conocer otras informaciones, para tener información de otras fuentes, por su rapidez, para localizar personas, contactos a los que entrevistar”.

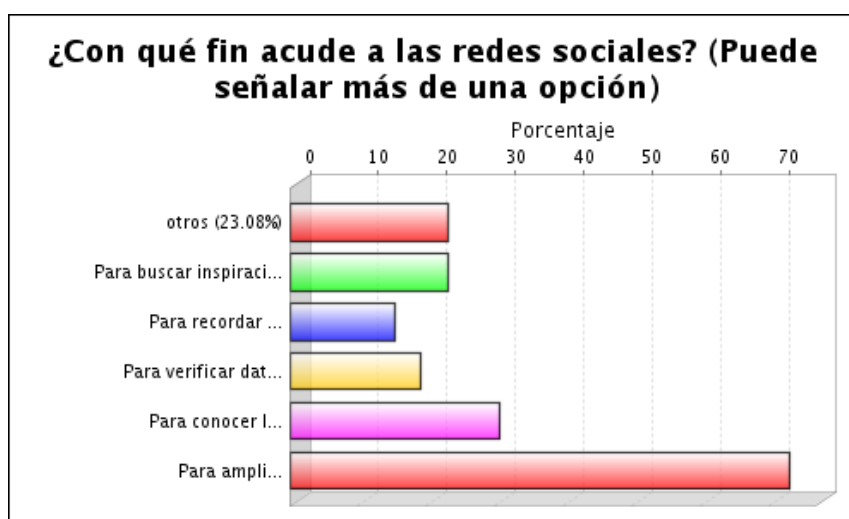


GRÁFICO 5

No aparece un motivo bien identificado sobre el empleo de las redes sociales como fuentes: la rapidez es el criterio más valorado, frente a la autoridad, que es el que menos se reconoce. Pero accesibilidad y variedad de fuentes también son razones de cierta relevancia.

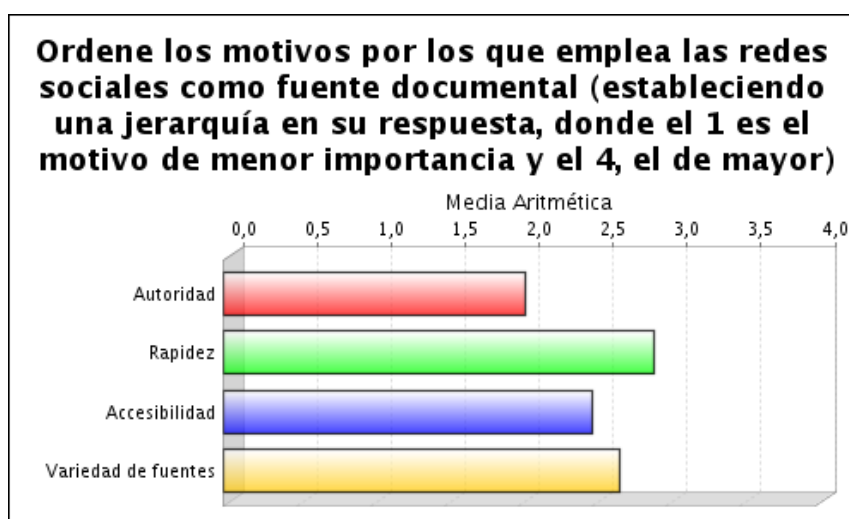


GRÁFICO 6

En tanto que estas fuentes se consolidan, puede ser interesante recordar algunas pautas que ayuden al periodista a meditar sobre la pertinencia de la fuente social. El informador ha preguntarse si la fuente lleva tiempo suficiente en la red o es una recién llegada; si la fuente se encuentra en una posición de saber lo que dice saber; ponderar el grado de relevancia que el dato tiene para la cobertura informativa; pensar si es una información lo suficientemente importante como para asumir riesgos; y valorar lo beneficioso o perjudicial que sería parar la historia hasta estar seguro de la validez de la fuente. (Sonderman, 2011)

Como síntesis de los resultados arrojados por la encuesta, podemos decir que los periodistas han asumido con naturalidad el empleo de las herramientas documentales disponibles en la red, combinándolas según el tipo de información, el tiempo disponible y las necesidades documentales que tengan. Es más: una amplia mayoría (67,5%) considera que la calidad de sus informaciones ha mejorado con internet, y esa misma mayoría asegura no haber publicado informaciones defectuosas por mala calidad en las fuentes digitales.

Con todo, se aprecian ciertos hábitos, cuanto menos, curiosos: así, pese a que el archivo propio es valorado principalmente por su autoridad, es empleado por un 77% de los encuestados, y fundamentalmente para verificar datos y buscar antecedentes de las noticias. En cambio, el recurso usado por el 100% de los periodistas, la web, es apreciado por su rapidez, no así por su autoridad. Por otro lado, las redes sociales se sitúan entre los recursos menos utilizados por los redactores encuestados (65% afirma usarlas), y cuando se recurre a ellas es, al igual que en la web, para ampliar información, si bien tampoco son apreciadas por su autoridad, sino por su rapidez de consulta.

Con todo, y pese a que los periodistas parecen haber desarrollado ciertas destrezas documentales en la búsqueda de información, no tienen aún normalizado el guardado y archivo documental, pues son más los que apenas guardan o no guardan que los que sí archivan los recursos documentales. Quizás porque ésta es una tarea típicamente documental, y los periodistas, en general, una vez que han usado la documentación, se

desentienden de ella; en cambio, los documentalistas, con criterios más a largo plazo, se ocupan de que los fondos estén convenientemente tratados para cuando vuelvan a ser necesarios.

3. ¿Qué están haciendo los documentalistas?

Un nuevo dato relevante de la encuesta anuncia que las habilidades documentales de los periodistas no roban protagonismo ni razón de ser a los servicios de documentación. Así, la mayoría de los encuestados, pese a reconocerse autónomos en sus búsquedas documentales (el 71% es capaz de encontrar cualquier tipo de información) considera que el servicio de documentación sigue siendo hoy necesario: el 48,72% lo considera importante, y aún más, el 20,51%, imprescindible. Sus rutinas también confirman la necesidad de un servicio de documentación, bien por su rol de intermediario (un 25% de los periodistas piden su mediación para consultar el archivo), bien para cambiar hábitos (un 12,5% accede a su archivo a través de un buscador genérico).

Para justificar su vigencia, los periodistas encuestados sugieren y enumeran algunas tareas que los documentalistas podrían asumir:

- La formación, por ejemplo, en técnicas de búsqueda, en sindicación de contenidos, en monitorización de resultados.
- La elaboración de fichas esenciales, de dossiers temáticos o de personajes.
- La selección de páginas y fuentes 100% fiables.
- El archivo de informaciones e imágenes con criterios estandarizados y accesibles para la redacción.
- La mejor accesibilidad y facilidad de búsqueda en el archivo online.
- El asesoramiento permanente a la redacción.

En definitiva, reivindican la razón de ser de los documentalistas (no solo de la documentación), y al tiempo, solicitan que fortalezcan sus tareas clásicas, dirigidas hacia el rigor, la exhaustividad, y la variedad de fuentes. Esta petición resulta bastante sensata, habida cuenta la confusión documental reinante en la red y los márgenes de tiempo tan estrechos con los que trabajan los periodistas. En un ecosistema donde conviven las fuentes valiosas con las *pseudofuentes*, la clásica función selectiva-evaluadora del documentalista se hace más necesaria que nunca (Rubio, 2007: 101).

Y es precisamente que, al formar parte de este ecosistema comunicativo, los servicios de documentación informativa también están sintiendo los efectos positivos de la digitalización, y las posibilidades de asumir nuevos roles y funciones. Aunque también son conscientes (y *sufrientes*) de la crisis que asola al sector, que está provocando reducciones de plantilla, externalizaciones o cierres de una sección crucial para el normal ejercicio informativo.

La digitalización de los archivos ha traído ventajas incontestables: el fin de las migraciones y del apego al soporte, la conservación casi infalible, la puesta al alcance de todos, la reducción de espacios, el descubrimiento de tesoros que permanecían dormidos en los archivos. Sin embargo, digitalizado el archivo y contando con internet

La digitalización también ha servido para que los medios se conozcan mejor, puesto que muchos han desenterrado auténticos tesoros documentales de los que no se tenía noticia, a la espera de que se les prestara la atención que merecían.

El archivo digitalizado es, indiscutiblemente, un atractivo servicio de valor añadido. Ahora bien, la digitalización de las hemerotecas resulta un proceso complejo, diverso y sujeto a distintas condicionantes, fundamentalmente económicas. En algunos casos, la prometida revolución digital está siendo más bien una evolución (Camacho *et al.*, 2010). En otros, la digitalización ha sido un revulsivo para los archivos audiovisuales (Agirreazaldegui, 2007), mientras que los archivos impresos han visto cómo “los redactores han optado por internet como primera (y a veces única) fuente para obtener recursos, sobre todo escritos.” (Micó, Masip y García, 2009: 289). Precisamente, con el fin de optimizar la digitalización, y de diferenciarse de la propuesta de los buscadores genéricos, algunos servicios de documentación aspiran a ser un *encontrador*, que fomente la figura del lector documentado,

“una persona que está bien informada porque maneja solvente documentación y es capaz de relacionar y poner en perspectiva diversos hechos, acontecimientos o circunstancias. En definitiva, se trata de dar un peso específico al archivo en el periódico digital atendiendo a su potencial como generador de lectores y como fidelizador de los mismos.” (Rubio y Blanco, 2010: 275).

3.2. Serendipia en la web 2.0

Puede que emulando el mismo modelo que siguieron los medios de comunicación ante la llegada de internet, basado en la estrategia de la no estrategia, que les llevó intuitivamente a estar en la red para no perder el tren, los servicios de documentación están actualmente abriéndose a los modos y formas de la web 2.0., no sabemos si por una cuestión meditada o, igual que antaño, por no quedarse en el andén. Lo cierto es que son numerosos los medios que han descubierto cómo muchos de sus usuarios les llegan a través de las distintas redes sociales; usuarios jóvenes, que, en general, no son parte natural del colectivo que se toma su tiempo diario para leer el periódico, impreso o digital.

En este sentido, y como parte integrada en el proceso de producción informativa, Documentación también está empleando los instrumentos de la web social para acercar y hacer visibles sus contenidos a públicos, en general, poco refractarios a los mensajes documentales. Tal es el caso de la hemeroteca de *La Vanguardia*³, que a través de su blog, de su perfil en *Twitter* y *Facebook*, difunde las efemérides del día, rescatando del archivo historias y personajes del pasado para hacerlos revivir en un nuevo entorno tecnológico.

Un caso reciente es el promovido por la agencia fotográfica *Magnum*⁴, quien ha puesto en marcha una iniciativa de *crowd sourcing*, basada en el etiquetado colectivo de parte de sus fondos. A través de su cuenta en *Twitter*, la legendaria agencia ha seleccionado a una serie de voluntarios etiquetadores, que, por su conocimiento, su experiencia, su

3 <<http://www.lavanguardia.es/hemeroteca>>

4 <<http://lens.blogs.nytimes.com/2011/07/26/crowd-sourcing-the-magnum-archive>>

formación, sean capaces de atribuir descriptores a imágenes de difícil control documental.

Y en esta misma estrategia de la petición de colaboración a los seguidores, *Lens*⁵, el blog de fotografía de *The New York Times*, solicitó ayuda a sus lectores, para averiguar la autoría de un archivo fotográfico con imágenes inéditas de Hitler, que reflejaban (por sus encuadres, sus circunstancias) una evidente intimidad entre el fotógrafo y el dictador. El misterio fue resuelto en cuestión de horas.

3.3. *Visibilidad del trabajo documental*

Una de las peticiones de los periodistas encuestados señalaba la confección de dossiers temáticos y de fichas biográficas o geográficas con las que fundamentar sus informaciones. Esta solicitud ya es puesta en práctica por muchos servicios de documentación, artífices de diversos productos informativo-documentales (caso de cronologías, perfiles, obituarios, efemérides, por citar algunos ejemplos) de cuya autoría el documentalista es plenamente responsable. No en vano, junto a su fundamento documental y sus destrezas tecnológicas, el documentalista digital también muestra un perfil periodístico reflejado en la elaboración de este tipo de piezas (Rubio, 2007), que confieren un inestimable valor añadido a la información a la cual acompañan y arropan, más aún cuando se trata de escuetas y apesuradas noticias de última hora.

La cuestión es que, en ocasiones, estas piezas no aparecen atribuidas al servicio de documentación, perpetuando la tradicional invisibilidad del trabajo del documentalista. La firma, pues, de estas aportaciones hace visible su trabajo, lo reubica al mismo nivel que el resto de trabajos informativos, y enseña a los lectores a reconocer un sello de calidad de su medio de comunicación.

Ahora bien: las piezas biográficas, geográficas o temáticas son de indiscutible valor siempre y cuando estén convenientemente actualizadas: la revisión de la actualización de las imágenes y de la vigencia de los datos es una tarea documental clásica que se reactiva en el periodismo digital, por cuanto está sujeto a unos tiempos vertiginosos de trabajo, caracterizados por la sacralización de la inmediatez informativa. Y puesto que los servicios de documentación no son la Renfe, han de vigilar la vigencia de sus piezas documentales para el momento en que pase el tren de la actualidad.

3.4. *Gestión de las fuentes personales*

Entre las numerosas ventajas que internet ofrece al periodismo se encuentra el crecimiento y la diversificación de las fuentes de información, semillero de consulta por el que transita el periodista en la recolección de datos fácticos, antecedentes, paralelismos o, sencillamente, inspiración. Mientras que el crecimiento de fuentes se muestra evidente, su diversificación merece un momento de atención. Hasta la aparición

5 <<http://lens.blogs.nytimes.com/2011/06/22/world-war-ii-mystery-solved-in-a-few-hours>>

de internet, las fuentes eran accesibles bien a través del papel o consultando a las personas que, por formación, trayectoria profesional, o pura casualidad (testigos de acontecimientos), aportaban valor a la información (Hansen; Paul, 2004). Con la generalización de internet, el documento registrado en papel ha migrado al soporte digital con gran sencillez, amplificando sus posibilidades de consulta, facilitando su accesibilidad, y asegurando la preservación del patrimonio de los medios.

Por su parte, las personas son depositarias de un archivo vital exclusivo (porque no es equiparable con otro tipo de fuentes) y efímero (pues cuenta con fecha de caducidad). Toda esta memoria personal (que aporta color, frescura y matiza la información) puede canalizarse a través de internet, y ser gestionada por Documentación, porque, qué duda cabe, son numerosas las oportunidades informativas (efemérides, conmemoraciones...) en las que la documentación más valiosa se encuentra, no sólo en los archivos impresos o audiovisuales, sino en el recuerdo íntimo y personal.

3.5. *Curator*

En tanto que se consensúa un término similar en castellano, de momento se habla de *curator*, un nuevo perfil que optimiza la información de los cibermedios seleccionándola, valorándola y comentándola a través de las redes sociales. El *curator* (que en los países angloparlantes se emplea para referirse a consejeros o gestores culturales, principalmente de museos o espacios artísticos) es un profesional capaz de “seleccionar, agregar en un flujo, valorar y comentar.” (Varela, 2011). Constatado el protagonismo de las redes sociales como canalizadores de información, con públicos proactivos y expertos, “esa mezcla de selección y flujo social puede convertirse en una ruta interesante para solucionar en parte el problema de la saturación informativa.” (*Ídem*)

Por las connotaciones de selección, de valoración y de dinamización de la información, resulta evidente la conexión de esta nueva figura con las misiones documentales. Sin embargo, queda por ver si finalmente será desarrollada por documentalistas, por periodistas, o por nuevos perfiles en los que converjan distintas habilidades.

4. Conclusiones

Una de las primeras conclusiones que emergen del estudio expuesto es que los periodistas han incorporado ciertas destrezas documentales a sus rutinas profesionales. Así, todos recurren a la web, a las redes sociales y a su archivo online a la hora de verificar datos, ampliar información o buscar fuentes que les sirvan de inspiración.

Son habilidades que no entran en contradicción con las tareas del documentalista y las funciones del servicio de documentación. Bien al contrario, los periodistas siguen considerando necesarios estos recursos para imprimir calidad a su trabajo. Es más: a la hora de proponer nuevas actividades al documentalista, los periodistas reivindican cometidos tradicionales: buscar las mejores fuentes, controlar la publicación para acceder

rápidamente a ella, asesoramiento y formación, confección de productos documentales que completen la información... Es decir: necesitan que los documentalistas hagan de documentalistas.

Por su parte, los documentalistas están dispuestos a adaptar sus tareas tradicionales al nuevo ecosistema informativo. Así, vierten sus esfuerzos en el control de la publicación digital (tarea nada fácil por ser tan volátil, tan fugaz); en conceder visibilidad a sus productos; en sacar provecho de las redes sociales, teniendo una presencia documentalmente proactiva, que sirva a la postre para ganar usuarios para el medio.

Instalados en la sociedad informacional, sometidos al cambio tecnológico constante, y conscientes de la crisis financiera, empresarial y periodística, animamos a recuperar el Periodismo, aquel que apuesta por la información más veraz, más completa, más cuidada, más de cara a los ciudadanos. Frente al *fast-news* que impera en muchos medios, reivindicamos el *slow-news*, elaborado corresponsablemente por empresarios pacientes, por periodistas curiosos, formados y apasionados, y por documentalistas consejeros, que facilitan los mejores ingredientes posibles para contar las mejores historias. En estos tiempos inciertos, donde las crisis y las oportunidades van de la mano, es hora de que los periodistas hagan de periodistas, los documentalistas, de documentalistas, y juntos, confeccionen el Periodismo que la sociedad precisa.

Referencias

- AGIRREAZALDEGI, T. (2007). "Claves y retos de la documentación digital en televisión", *El profesional de la información*, vol. XVI, nº 5, pp. 433-442.
- CAMACHO, I.; AGIRREAZALDEGI, T.; RONCO, M.; PEÑAFIEL, C. (3-5/02/2010). "¿Evolución o revolución?: Adaptación de los servicios de documentación a la era digital" [en línea]. *II Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC)*, Málaga. En: <<http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/243.pdf>> (consulta 07/09/2011).
- DESANTES, J. M. (1978). "Prólogo". En López Yepes, J. (1995). *La documentación como disciplina. Teoría e historia*. Pamplona: Eunsa, pp. 17-23.
- ESTUDIO COMUNICACIÓN; SERVIMEDIA (2011). "Uso de internet y de las herramientas 2.0 en los medios de comunicación" [en línea]. En: <<http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/wp-content/uploads/2011/07/110518ISO-ESTUDIO-Medios%20Internet%20Herramientas.pdf>> (consulta 20/07/2011).
- HANSEN, K.; PAUL, N. (2004). *Behind the message. Information strategies for communicators*. Madrid: Allyn and Bacon.
- MICÓ, J.LI.; MASIP, P.; GARCÍA, J.A. (2009). "Periodistas que ejercen de documentalistas (¿y viceversa?). Nuevas relaciones entre la redacción y el archivo tras la digitalización de los medios, *El profesional de la información*, vol. XVIII, n. 3, pp. 284-290.

III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0

La transformación del espacio mediático

Ponencia

- ORIHUELA, J.L. (2011). “Cinco razones por las que twitter mejora al periodismo” [en línea], *Digital media weblog*. En: <<http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/cinco-razones-por-las-que-twitter-mejora-al-periodismo-9356.asp>> (consulta 07/09/2011).
- PAUL, N. (2009). “Elegía del centro de documentación en prensa”, *El profesional de la información*, vol. XVIII, n. 3, pp. 249-253.
- RUBIO, M. (2007). *Documentación informativa en el periodismo digital*. Madrid: Síntesis.
- RUBIO, M. (2010). "Documentalistas de prensa, ¿cuál es vuestro oficio?", *El Profesional de la Información*, vol. XIX, n. 6, pp. 645-651.
- RUBIO, M.; BLANCO, J.C. (2010). "Mejor que un buscador, un *encontrador*", *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33, pp. 273-287.
- RUBIO, M. (7 -8 abril 2011). “El futuro del documentalista en los medios digitales”, *Coloquio Internacional de Documentación*, Universidad de Salamanca.
- SONDERMAN, J. (2011). “How to verify (and when to publish) news accounts posted on social media [en línea], *Poynter*. En: <<http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/138495/how-to-verify-and-when-to-publish-news-accounts-posted-on-social-media/>> (consulta 20/07/2011).
- VARELA, J. (2011) “Edición social en Reuters” [en línea]. En: <<http://periodistas21.blogspot.com/2011/09/edicion-social-en-reuters.html>> (consulta 07/09/2011)