

## G.2. Documentalistas de medios y redes sociales

Javier Guallar

10 enero 2012

**Guallar, Javier.** "Documentalistas de medios y redes sociales".  
*Anuario ThinkEPI*, 2012, v. 6, pp. 170-172.



**Resumen:** Se muestra el papel relevante que tienen las redes sociales para los profesionales de los medios de comunicación, y en especial para los documentalistas, quienes tradicionalmente han tenido un rol de intermediación poco visible para el usuario. Se muestran ejemplos de perfiles de centros de documentación y de documentalistas de medios en medios sociales, como blogs, *Facebook*, *Twitter* o *Eskup*.

**Palabras clave:** Documentación periodística, Documentalistas de medios, Centros de documentación, Medios de comunicación, Redes sociales, Blogs, *Twitter*, *Facebook*.

**Title:** News librarians and social networks

**Abstract:** The importance of social networks for mass media professionals, especially for news librarians –whose traditional intermediary role limited their visibility to users– is explained. Examples of documentation centres and news librarians' profiles in social media like weblogs, *Facebook*, *Twitter* or *Eskup* are offered.

**Keywords:** News librarianship, News librarians, Documentation centres, News libraries, Media, Social networks, Weblogs, *Twitter*, *Facebook*.

En los dos o tres últimos años, las redes sociales se han convertido en un fenómeno absolutamente masivo, impactando mucho más en las costumbres de los usuarios de la Red de lo que hasta ahora lo habían hecho otros servicios más veteranos de lo que se denominó en su día web 2.0 y ahora cada vez más web social o medios sociales (*social media*). El tiempo que pasamos navegando por internet está ocupado en una parte muy importante en algunas de estas webs sociales y parece que la tendencia va en aumento. De hecho, webs de todo tipo tienden a añadir una parte "social" a sus contenidos y servicios. La vertiente "relacional" (de relación entre personas) de internet crece día a día.

En este escenario, los profesionales de los medios de comunicación se encuentran ante un modelo de acceso a la información y a los contenidos en internet ciertamente nuevo, en el que las redes y las relaciones tienen un creciente protagonismo. Los periodistas ya no redactan las informaciones y se olvidan. Ahora, para ir bien, tendrían también que preocuparse de su distribución o adaptación a los diferentes soportes, de enviarlas y comentarlas en *Facebook* y/o en *Twitter*, o de responder los comentarios de sus lectores.

Los documentalistas y los servicios de documentación de los medios también se han encontrado con este panorama, a veces de golpe. Acostumbrados a su tradicional rol de intermediación entre las fuentes o los documentos por un lado y

los periodistas por otro, han estado casi siempre alejados de la relación directa con la audiencia, en un papel habitualmente discreto, de apoyo y refuerzo, casi siempre en segundo término y por lo tanto poco protagonista. Pero la oleada "social" de la Red afecta a todos los profesionales que trabajan con información y los sitúa, quieran o no, ante nuevas exigencias.

---

**"El documentalista de medios tiene que gestionar de manera eficiente la información 2.0 igual que antes gestionaba información digital 1.0, y antes, información en soportes tradicionales"**

---

El documentalista de medios actual tiene que entender y adaptarse a esta nueva dinámica de la información en internet y participar sí o sí. Tiene que gestionar de manera eficiente la información 2.0, igual que antes gestionaba información digital 1.0, y antes de esto, información en soportes tradicionales.

Las redes sociales y los *social media* en general son extraordinarias fuentes de información. Y un uso profesional eficiente de servicios como *Twitter* o *Delicious* por parte de un periodista o de un documentalista de medios es una ventaja competitiva para él y para su empresa. Pero, ade-

más de esta utilización de las redes sociales como fuentes informativas, lo que queremos destacar es su utilidad también para la difusión de sus tareas profesionales como documentalistas. Por ejemplo, en blogs o en perfiles en redes sociales, de los departamentos o personales.

## Blogs de documentación

La eclosión de los blogs en el periodismo digital ha tenido un efecto muy irregular en los departamentos y en las temáticas de documentación. Así, los blogs de departamentos de documentación (o relacionados con temas de documentación) son un posible producto documental de los medios en internet, del que podemos ver varios ejemplos interesantes en medios de otros países, pero que son bastante menos frecuentes en medios españoles. Son un tipo de producto periodístico flexible y variado en temáticas, a pesar de que predominan los reportajes y los contenidos retrospectivos o relacionados con el fondo de archivo. Abundan por lo tanto efemérides, cronologías y reportajes históricos de todo tipo. Algunos ejemplos:

*The guardian*. "From the archive".

<http://www.guardian.co.uk/the-guardian/series/from-the-archive>

*The times tribune*. "Pages from the past".

<http://blogs.thetimes-tribune.com/pages>

*The Columbus dispatch*. "A look back".

<http://www.dispatch.com/content/blogs/a-look-back/index.html>

*San Antonio express*. "From the vault".

<http://blog.mysanantonio.com/vault>

*La vanguardia*. "Blog de la hemeroteca de *La vanguardia*".

<http://blogs.lavanguardia.com/hemeroteca>

## Perfiles de documentación en redes sociales

La posibilidad que ofrecen los blogs de establecer contacto con la audiencia se multiplica si se hace también una utilización activa de las redes sociales, con perfiles propios del departamen-

to de documentación o de la hemeroteca en los servicios más populares del momento, *Twitter* y *Facebook*, o en redes sociales propias, como es el caso de *Eskup* del diario *El país*.

Algunos ejemplos de perfiles en redes sociales de departamentos y temas de documentación:

*Facebook*. *Hemeroteca de La vanguardia*.

<http://www.facebook.com/pages/La-Hemeroteca-de-La-Vanguardia/291917499474>

*Twitter*. *Hemeroteca de La vanguardia*.

[http://twitter.com/hemeroteca\\_lv](http://twitter.com/hemeroteca_lv)

*Twitter*. *The guardian library*.

<http://twitter.com/guardianlibrary>

*Twitter*. *Times archive*.

<http://twitter.com/TimesArchive>

*Twitter*. *Christian science monitor library*.

<http://twitter.com/CSMLibrary>

*Eskup*. *Documentación El país*.

<http://eskup.elpais.com/documentacionelpais>



Twitter de *The guardian library* (arriba) anunciando un trabajo realizado por el departamento y publicado en su blog "From the archive" (abajo)

Usuario	Nombre	Medio o institución
@aguilar7777	Manuel Aguilar	TVE
@annacornet	Anna Cornet	El periódico
@askresearcher	Julie Domel	San Antonio express, EUA
@BarbGray	Barbara Gray	CUNY School, The New York times, EUA
@bgfulton	Brian Fulton	The times-tribune, EUA
@derekwillis	Derek Willis	The New York times, EUA
@DianeLamb	Diane Lamb	News & Record, EUA
@ElenaDocAuv	Elena De la Cuadra	UCM
@elkosmonauta	Felipe Díez	El país
@Federico_Ayala	Federico Ayala	ABC
@fvalle	Félix del Valle	UCM
@GREYDI1	Mabel Giménez Rayo	Antena 3 TV
@HoserLibrarian	Stephanie Chambers	The globe and mail, Canadá
@jaimepedregosa	Jaime Pedregosa	TV3
@Iris_Lopez	Iris López de Solís	TVE
@jcmarcosrecio	Juan C. Marcos Recio	UCM
@jguallar	Javier Guallar	UB, URL
@JulieATate	Julie Tate	Washington post, EUA
@lopezaguirre	José Luis López Aguirre	Univ. Panamericana, México
@josearenedo	José Ángel Renedo	TVE
@lerena76	Jesús Lerena	TVE
@mbailac	Montserrat Bailac	TV3
@maganzabal	María Ganzabal	UPV
@marcos_ros	Marcos Ros	Levante-EMV
@mbailac	Montserrat Bailac	TV3
@maribelserra	Maribel Serra	TV3
@mhyri2g	Myriam Gómez	20 minutos
@MrCarlosMartin	Carlos Martín	La sexta
@naoj77	Joan Chaparro	Barcelona TV
@NewsResearchers	Julie Bell, Jennifer Farrar	Associated press, EUA
@PazOrero	Paz Orero	RTVV
@PeggyMackenzie	Peggy Mackenzie	Toronto star, Canadá
@Pilarikaus	Pilar Auserón	Antena 3 TV
@RichardNelsson	Richard Nelsson	The guardian, Reino Unido
@rsalaverria	Ramón Salaverría	Univ. Navarra
@sgilcastro	Susana Gil	Acceso
@Tania_Sanchez	Tania Sánchez	TVE
@tagirreazaldegi	Teresa Agirreazaldegi	UPV
@VinessaNJ	Vinessa Erminio	The star-ledger, EUA
@virhouse	Virginia M.	Barcelona TV
@Yanak61	Ana Coll	Antena 3 TV

Tabla 1

## Documentalistas en redes sociales

Pero más allá del departamento o del servicio de documentación, la actual internet *relacional* nos está exigiendo también un perfil individual. Los profesionales y empresas periodísticas que lo entiendan y lo practiquen tendrán, seguro, mucho ganado.

Algunos profesionales de la documentación periodística ya lo están haciendo, y utilizan –algunos de manera más activa, otros de manera más esporádica– la internet relacional, compartiendo entre otras cosas sus procesos documentales de construcción de una noticia o el enlace a una pieza de documentación periodística publicada. Por ejemplo, en España lo hacen en *Twitter*: @Iris\_Lopez, @annacornet, @virhouse, @MrCarlosMartin, @josearenedo o, aunque mucho más puntualmente, @Federico\_Ayala, y en *Eskup*, **Juan-Carlos Blanco**.

Ejemplos de perfiles personales de documentalistas de medios de España y otros países en *Twitter*, incluyendo profesores de documentación periodística (lista actualizada a abril 2012), tabla 1.

También, en *Eskup*:

Juan Carlos Blanco (*El país*).  
<http://eskup.elpais.com/juancarlosblanco>  
 Felipe Díez (*El país*).  
<http://eskup.elpais.com/elkosmonauta>

Por mi parte, en mi *Twitter* @jguallar comparto los buenos ejemplos de documentación periodística que voy descubriendo, y aquellos que los propios autores me envían, y mantengo la lista “@jguallar/documentacionmedios”. Si les interesan estos temas, están ustedes invitados.

## Notas

1. Este texto amplía y actualiza el publicado en el blog de *Escacc*: **Guallar, Javier**. “Documentalistas de mitjans i xarxes socials”. *Bloc Escacc*, 08 nov. 2011.  
<http://bloc.escacc.cat/2011/11/documentalistas-de-mitjans-i-xarxes-socials>
2. La lista de medios y documentalistas en redes sociales está abierta a aportaciones. Las sugerencias se pueden enviar a: @jguallar o jguallar@gmail.com

## Otros informes

### Competencia mediática de la ciudadanía en España



El grado de competencia mediática de los españoles mayores de 16 años es muy bajo y el 95,4% suspende en esta materia. El colectivo con más competencia audiovisual es el de las personas con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años. Por el contrario, las personas de 65 años o más son, casi en su totalidad, incompetentes mediáticos.

Se trata de una investigación relacionada con los conocimientos, capacidades y actitudes que tiene la ciudadanía española en relación con el mundo audiovisual.

Se analiza la estética, el lenguaje audiovisual, la ideología y valores de los mensajes audiovisuales, los conocimientos sobre recepción y audiencia, la tecnología y, por último, la producción y programación del medio.

En la investigación han participado 17 universidades pertenecientes a cada una de las comunidades autónomas, coordinadas por la *Universidad Pompeu Fabra* de Barcelona.

Enviado a IweTel por Marta García

**Ferrés-Prats, Joan; García-Matilla, Agustín; Aguaded-Gómez, J. Ignacio; Fernández-Cavia, Josep; Figueras, Mònica; Blanes, Magda.** *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España.* Instituto de Tecnologías Educativas (ITE), Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Comunicar, 204 pp, 6,3 MB. ISBN: 978 84 369 5206 3204

[http://ntic.educacion.es/w3//competencia\\_mediaticalindex.htm](http://ntic.educacion.es/w3//competencia_mediaticalindex.htm)

### Periodismo en 2011



Encuesta anual realizada por *Oriella PR Network* (asociación de agencias de comunicación) a periodistas de todo el mundo. Esta es la cuarta y se basa en las respuestas de casi 500 periodistas de difusión, nacionales, títulos comerciales y de consumidores en 15 países.

Principales tendencias:

- La caída de los ingresos por publicidad se está desacelerando.
- La popularidad de los medios de comunicación online va eclipsando la de las publicaciones en papel.
- Los medios sociales están calando en las salas de redacción de los medios.

*Clicks, communities and conversations. The state of journalism in 2011.* Oriella PR Network  
 April 2011, 6 pp., 902 KB  
<http://www.orielladigitaljournalism.com/view-report.html>  
[http://www.oriellaprnetwork.com/sites/default/files/research/Oriella-Digital-Journalism-Study-2011\\_1.pdf](http://www.oriellaprnetwork.com/sites/default/files/research/Oriella-Digital-Journalism-Study-2011_1.pdf)