

# Documentación en el periodismo digital

Javier Guallar Delgado

PID\_00183615



# Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Introducción.....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>1. Marco conceptual: documentación y periodismo digital.....</b>                 | <b>7</b>  |
| 1.1. La documentación periodística .....  | 7         |
| 1.2. La memoria o documentación, característica del periodismo digital .....        | 9         |
| <b>2. La documentación en los diarios: funciones, evolución y nuevos roles.....</b> | <b>11</b> |
| 2.1. Casuística variada .....   | 11        |
| 2.2. Las funciones de la documentación en el periodismo .....                       | 11        |
| 2.3. La evolución del centro de documentación .....                                 | 13        |
| 2.4. Nuevos roles profesionales .....   | 15        |
| <b>3. Las fuentes de información en el periodismo digital.....</b>                  | <b>17</b> |
| 3.1. Fuentes periodísticas y documentales .....                                     | 17        |
| 3.2. Fuentes de información de prensa .....   | 18        |
| 3.3. Acceso a medios (directorios) .....  | 20        |
| 3.4. Búsqueda de información .....  | 22        |
| 3.4.1. Hemerotecas históricas .....   | 22        |
| 3.4.2. Hemerotecas digitales de un medio .....                                      | 23        |
| 3.4.3. Bases de datos de prensa .....   | 26        |
| 3.5. Seguimiento .....  | 27        |
| 3.5.1. Seguimiento de prensa ( <i>clipping</i> ) .....                              | 27        |
| 3.5.2. Seguimiento en línea .....   | 28        |
| 3.6. Agregación de información .....  | 28        |
| 3.6.1. Agregación manual de noticias .....  | 29        |
| 3.6.2. Agregación automatizada de noticias .....                                    | 29        |
| 3.6.3. Agregación social de noticias .....  | 30        |
| 3.7. Fuentes de información no de prensa .....                                      | 31        |
| 3.8. Servicios 2.0 como fuentes de información .....                                | 33        |
| <b>4. La aplicación de la documentación en los diarios digitales...</b>             | <b>36</b> |
| 4.1. Contextualización documental .....   | 36        |
| 4.2. Productos informativo-documentales .....                                       | 38        |
| 4.2.1. Cronologías .....  | 38        |
| 4.2.2. Efemérides .....   | 39        |
| 4.2.3. Perfiles biográficos, cumpleaños y obituarios .....                          | 39        |
| 4.2.4. Reportajes de hemeroteca y fotos históricas .....                            | 40        |
| 4.2.5. Especiales y temas .....   | 40        |
| 4.2.6. Gráficos y secciones de datos .....  | 41        |

---

|  |    |
|--|----|
| 4.2.7. Blogs y redes sociales de documentación ..... | 41 |
| 4.2.8. Consideraciones finales .....                 | 42 |
| <b>Bibliografía</b> .....                            | 43 |

## **Introducción**

La documentación en un medio de comunicación digital es condición necesaria para garantizar la calidad del producto informativo. El proceso de documentación de una noticia puede ser rápido o bien necesitar de una gran elaboración, puede ser llevado a cabo de manera individual o como resultado del trabajo en equipo, y en el mismo pueden intervenir diferentes profesionales: el periodista, el profesional especializado en documentación (documentalista) u otros (fotoperiodista, infografista, técnico de sistemas, etc.).

Esta asignatura presenta las nociones básicas de documentación que debe conocer todo profesional del periodismo digital, y profundiza en aspectos esenciales, como es el conocimiento de las fuentes de información, a la vez que muestra variados ejemplos de su utilización.



## 1. Marco conceptual: documentación y periodismo digital

La documentación en el periodismo digital, tanto como disciplina académica como en su ejercicio profesional, es un terreno situado entre la **documentación** y el **periodismo**.

Por ello, se puede entender desde la confluencia de dos enfoques: uno más propio de las ciencias de la documentación y uno que proviene fundamentalmente, aunque no exclusivamente, del periodismo.

Desde el primer enfoque, presentamos en primer lugar el concepto y las características básicas de la documentación periodística, y a continuación desde el segundo, el concepto de memoria o documentación como característica fundamental del periodismo digital.

Ambas orientaciones confluyen en el contenido de los apartados siguientes de esta asignatura.

### 1.1. La documentación periodística

Cuando se habla de la documentación aplicada al periodismo, se han utilizado tradicionalmente en el ámbito español hasta tres denominaciones distintas: "documentación informativa" (por ejemplo, López Yepes, 1981; Moreiro, 2000), "documentación periodística" (Galdón, 1989; Fuentes, 1995) o "documentación en los medios de comunicación" (Codina, 2000).

En líneas generales, las tres expresiones se refieren al mismo concepto, si bien pueden existir matices según los autores, y por otra parte, la expresión *documentación informativa* suele tener un alcance más amplio, pues se refiere también a la documentación en otras áreas de la comunicación.

Existen numerosas definiciones para la documentación en el periodismo, y aquí proponemos la de **Lluís Codina**, ya que la consideramos una de las más completas y vigentes:

La **documentación en los medios de comunicación** es:

"el conjunto de ciencias y técnicas documentales al servicio de: **a**) la producción de informaciones de actualidad, **b**) el incremento de su calidad, **c**) su almacenamiento y conservación y **d**) su difusión y reutilización."

(Codina, 2000, pág. 23).

Esta definición es ampliada por el propio Codina, que la desglosa en tres, atendiendo a su triple dimensión como disciplina, como actividad profesional y como sector económico:

**"La documentación en los medios como disciplina.** Estudio de la naturaleza, diseño y utilización de los sistemas de información documental al servicio de: **a)** la producción de informaciones de actualidad, **b)** el incremento de su calidad, **c)** su almacenamiento y conservación, y **d)** su recuperación, difusión y reutilización.

**La documentación en los medios como profesión.** Conjunto de prácticas profesionales relacionadas con el diseño y la utilización de sistemas de información documental aplicados a los medios de comunicación social.

**La documentación en los medios como sector económico.** Conjunto de bienes y servicios relacionados con el diseño, creación y explotación de sistemas de información documental que permiten el almacenamiento, conservación, representación, recuperación y difusión de informaciones creadas por los medios de comunicación social."

(Codina, 2000, pág. 25).

Sin olvidarnos de las otras dimensiones, aquí nos interesará especialmente la relativa al **ejercicio profesional**.

En España y en otros países es habitual que la práctica de la documentación y de las técnicas documentales dentro de la empresa periodística se haya concretado en la existencia de profesionales especializados, es decir, de documentalistas y de departamentos especializados, denominados, según el medio, centros de documentación, servicios de documentación o archivos.

Asimismo, los propios periodistas, independientemente de que dispongan o no del soporte y la colaboración en su empresa de documentalistas, deben realizar de manera habitual tareas de documentación, pues algo totalmente establecido en la práctica profesional del periodismo es la relación existente entre la aportación de documentación y la calidad final de un producto periodístico.

Volviendo a Codina, vale la pena tener en consideración lo que él denomina **"ley de hierro de la información periodística"**, según la cual:

"Cuanto mayor es la calidad del producto informativo, tanto más intensivo habrá sido el uso de la información retrospectiva en el mismo y, en consecuencia, tanto mayor es la probabilidad de que haya requerido el uso intensivo de sistemas de información documental."

(Codina, 2000, pág. 53).

Así pues, ya sean llevadas a cabo por periodistas, por documentalistas o por ambos, las tareas de documentación deberían estar presentes en la práctica diaria del periodismo en general, y por supuesto, del periodismo digital.

#### Ved también

Sobre el papel de la documentación en la calidad de la producción de la información periodística y sobre el papel de los centros de documentación y las relaciones entre documentalistas y periodistas en el actual periodismo digital, volveremos más adelante, en el apartado 2.



## 1.2. La memoria o documentación, característica del periodismo digital

El segundo enfoque sobre la documentación en el periodismo digital proviene del análisis de las propias características y posibilidades de la prensa digital, planteamiento que se ha hecho fundamentalmente desde la investigación en periodismo.

Cuando se analizan los periódicos digitales o cibermedios, se suelen destacar una serie de características consideradas como básicas. Aunque pueden diferir algunas de ellas según los investigadores, podemos señalar la característica denominada como **memoria**, archivo o documentación, según los autores, como una de ellas, junto a otras como: la hipertextualidad, la interactividad, la multimedialidad, la personalización y la actualización continua (Abadal y Guallar, 2010, pp. 40-47).

Una definición de esta característica es la que proponemos aquí, a partir de Abadal y Guallar (2010, pág. 46):

La memoria o documentación en la prensa digital consiste en la capacidad prácticamente ilimitada que tienen los diarios digitales de albergar contenidos periodísticos no solamente de actualidad sino también retrospectivos y que permite potenciar extraordinariamente las posibilidades de su utilización.

El público interesado en su uso y explotación no es únicamente de tipo generalista, sino que lo forman, además del periodista y del documentalista de prensa, otros perfiles, como el estudiante, el investigador, el bibliotecario o el estudioso de cualquier tema.

Algunos autores que han estudiado esta característica son, entre otros, Dahlgren, Pérez-Luque y Perea, Palacios y Zamith.

Su relevancia en el periodismo digital estriba en el hecho de que, si bien la documentación, como hemos visto, ha estado tradicionalmente presente en los soportes periodísticos tradicionales (prensa impresa, radio, televisión), en la web se ha potenciado enormemente.

En efecto, en el periodismo digital se puede apreciar por ejemplo:

### Lectura recomendada

Para ampliar el concepto de memoria o documentación, se recomienda consultar:

**M. Palacios** (2009). "La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: algunas consideraciones". *El profesional de la información* (vol. 18, núm. 3, pp. 270-276).

- 1) En las **hemerotecas digitales** de los diarios, que permiten la consulta y búsqueda de las informaciones de amplios fondos retrospectivos.
- 2) En la **contextualización documental** de las noticias de actualidad con enlaces y documentos del archivo del diario o de otras fuentes externas.
- 3) En la creación de productos y documentos en los que la documentación tiene un carácter relevante, como **cronologías, efemérides, perfiles biográficos, especiales**, etc.

**Ved también**

Podéis ver el apartado 4.

## 2. La documentación en los diarios: funciones, evolución y nuevos roles

Una vez hemos planteado el marco conceptual, en este apartado presentamos las funciones de la documentación en el periodismo, así como la evolución y los nuevos roles de documentalistas, centros de documentación y periodistas.

### 2.1. Casuística variada

Ya hemos señalado antes cómo los periódicos han contado tradicionalmente con departamentos especializados en las tareas de documentación. Aunque la casuística ha sido y es muy variada, en general existe una relación entre el tamaño y los recursos de la empresa periodística y la existencia de estos departamentos.

- Por ejemplo, en la actualidad los **grandes diarios** como *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *El Periódico*, *La Vanguardia*, etc. cuentan con centros de documentación de trayectoria consolidada y un gran fondo documental, con plantillas que no sobrepasan las diez personas (la crisis en los últimos años ha provocado reducciones de personal).
- En los **diarios regionales y algunos locales** lo habitual es la existencia de una o pocas personas que llevan a cabo tareas de archivo y documentación.
- Y por último, en muchos **diarios locales y pequeños** no existe la figura del documentalista<sup>1</sup>.

<sup>(1)</sup> En este último caso, las funciones de documentación recaen exclusivamente en periodistas. En las situaciones anteriores se coordinan entre periodistas y documentalistas.

En este sentido es fundamental también lo que podemos denominar la "**cultura documental**" del medio: es decir, la actitud de la empresa periodística y de la redacción hacia la importancia o la necesidad de la documentación.

A pesar de esta diversidad de situaciones, para poder presentar de manera adecuada las funciones, la evolución y la situación actual de la documentación en la prensa, se va a tomar como referencia la situación óptima en lo que se refiere a la documentación, esto es, el caso de aquellos diarios que sí cuentan con profesionales y departamentos especializados en documentación.

### 2.2. Las funciones de la documentación en el periodismo

Para entender el papel de la documentación en el periodismo en primer lugar es fundamental comprender cuáles son sus funciones principales. Estas se pueden sintetizar en tres, siguiendo a Codina: las funciones de calidad, creatividad y rentabilidad.

## 1) La función de calidad

Se puede descomponer a su vez en dos funciones o facetas: la complementariedad y la credibilidad.

La **complementariedad** de la documentación en las informaciones que publican los diarios es muy habitual y es probablemente la función principal que asimilamos al concepto de documentación periodística.

La complementariedad de la documentación se refiere a la práctica de complementar las informaciones periodísticas de actualidad (por ejemplo, reportajes o entrevistas) con informaciones retrospectivas o documentales, de la propia hemeroteca del medio o de otras fuentes.

Se trata de utilizar documentación para enriquecer el contenido de una información, aportando datos e informaciones de contexto.

El resultado es una **contextualización documental** que confiere al producto periodístico resultante una mayor calidad que si no existiera ese aporte documental.

Por su parte, la **credibilidad** se refiere a que el nivel de calidad que alcanza un diario que hace un uso intensivo de esta información documental repercute en la mayor credibilidad del mismo.

## 2) La función de creatividad

La documentación tiene por otra parte un papel muy destacado en algunos **productos periodísticos**, en los que constituye el cuerpo principal de su contenido. En este caso se puede decir que la documentación cumple una función no solamente de calidad, sino también de **creatividad**.

## 3) La función de rentabilidad

La rentabilidad se refiere a la **reutilización** y la **explotación** del fondo retrospectivo de la hemeroteca o archivo del medio.

Se puede ver de dos formas.

- Por una parte, la existencia de una gestión o tratamiento documental del propio fondo retrospectivo<sup>2</sup> permite reutilizarlo fácilmente.
- Por otra parte, la explotación de la hemeroteca del diario como producto en sí mismo es una fuente adicional de ingresos para la empresa periodística.

### Ved también

En el apartado 4.2 se tratarán algunos de estos productos periodísticos documentales, como cronologías, efemérides, perfiles biográficos, reportajes de hemeroteca, etc.

<sup>(2)</sup>Esto es particularmente importante con el fondo gráfico, ya que si se pueden reutilizar imágenes de archivo propias no será necesario adquirir nuevas.

### 2.3. La evolución del centro de documentación

Puede tener diversas denominaciones en los diarios y las más habituales son: archivo, centro de documentación, servicio de documentación, departamento de documentación, o simplemente, documentación.

Los usuarios del mismo pueden ser internos del propio medio, y externos. Aunque depende de la política específica de cada cabecera, la atención a los usuarios internos suele ser muy superior a la de externos.

- Los primeros son principalmente las diferentes secciones de la redacción, y en menor medida el resto de departamentos de la empresa (administración, publicidad...).
- Los usuarios externos pueden ser particulares, otras empresas periodísticas, instituciones diversas, etc.

En general se trabaja en estos departamentos con dos grandes tipos de documentos: los **textos** (información textual) y las **imágenes** (información gráfica). Textos y fotos condicionan poderosamente la organización de la mayoría de las funciones que se llevan a cabo hasta el punto de que los profesionales suelen diferenciar también en dos grandes apartados el trabajo que desempeñan. Así, se suele hablar de tareas de documentación escrita y tareas de documentación gráfica.

#### Tratamiento documental de los documentos multimedia

La creciente importancia de los formatos multimedia en los diarios digitales plantea como un reto inmediato para los documentalistas de prensa el tratamiento documental de los documentos de vídeo, audio y gráficos animados, algo que apenas se ha empezado a desarrollar en la actualidad.

Los centros de documentación han evolucionado notablemente, desde la época de lo que podemos denominar el "**archivo clásico**" hasta el "**archivo digital**".

#### 1) El archivo clásico

Denominamos aquí archivo clásico al tipo de servicio de documentación de los diarios cuyo material es en su totalidad o en su gran mayoría impreso.

Es el que existía en los diarios desde su nacimiento hasta la generalización de la información en soporte digital. En España, buena parte de los periódicos realizaron el tránsito del archivo clásico al digital a lo largo de los años noventa del siglo pasado, aun cuando este proceso se puede haber extendido en algunos casos a la primera década de este siglo.

La base del sistema documental del archivo clásico eran los denominados **dosiers temáticos** en carpetas, clasificados en tres grandes bloques:

- **Biográfico.**
- **Temático**, que coincide generalmente con las secciones del diario: política, economía, sociedad, deportes, espectáculos, etc.
- **Geográfico**, con estructuras jerárquicas por países, que pueden llegar a ser de mucho detalle en el ámbito local más próximo al diario.

Los bloques temático y geográfico se ordenaban basándose en lenguajes controlados (clasificaciones jerárquicas, listados de encabezamiento y thesauros), que eran los índices de acceso a la información junto a las fichas de referencia. Los dosiers de carpetas, que todavía están vigentes en algunos diarios, contienen tanto información textual como gráfica, de manera conjunta o separada, dependiendo generalmente del volumen de documentos de cada tema o personaje en cuestión.

Una característica fundamental del sistema de trabajo en la época del archivo clásico es que el acceso a la información textual y gráfica estaba controlado por los profesionales del servicio de documentación.

Los periodistas y demás usuarios debían desplazarse hasta el departamento para acceder a la información de archivo que precisaban. **Los documentalistas tenían la "llave" del archivo.**

## 2) El archivo digital

A lo largo de los años noventa en España (y algunos años antes en otros países, particularmente en los anglosajones), se inició la progresiva sustitución de los soportes convencionales (físicos) por los digitales. Se pueden distinguir conceptualmente tres fases sucesivas (que no en todos los casos se han cumplido estrictamente):

**a) Fase de las bases de datos referenciales.** El sistema de producción se ha automatizado y los nuevos documentos de texto e imágenes son digitales, pero la gran mayoría del fondo continúa siendo impreso. En algunos casos, se inician procesos de digitalización de fondo retrospectivo.

**b) Fase de las bases de datos de texto completo y de fotografías.** Permiten acceder al documento final en soporte digital, ya sea la noticia publicada en texto o pdf, o la fotografía. Los dosiers de carpetas empiezan a ser utilizados de manera complementaria o se dejan de utilizar y desaparecen. El fondo retrospectivo o bien se digitaliza en su totalidad o en parte, o bien se mantiene

en soporte convencional y solo entran en el archivo digital aquellas imágenes del fondo que se han introducido en el sistema de producción por su reutilización.

c) **Fase de los sistemas integrados de gestión de contenidos de todo el fondo documental.** Ofrecen un único punto de acceso al conjunto de información de archivo. El sistema de trabajo es ya plenamente digital.

Los sistemas integrados de gestión de contenidos de los archivos de los diarios se han ido perfeccionando tecnológicamente a lo largo de los últimos diez años, y en la actualidad permiten la entrada, tratamiento, consulta y recuperación de un fondo documental de diversidad de formatos.

Si en el sistema de trabajo convencional y mientras el soporte básico era el papel, el acceso a la información de archivo estaba limitado y controlado por los documentalistas, en el archivo digital la gestión del fondo se comparte con el resto de profesionales implicados (y ahora interviene además un departamento nuevo, el de **sistemas**), que pueden acceder directamente a la información de archivo que necesitan sin la intermediación de documentación.

El archivo ya no es un lugar físico, sino que está accesible desde los ordenadores de la redacción. **El servicio de documentación ya no tiene la "llave" del archivo.**

#### **2.4. Nuevos roles profesionales**

En el archivo digital, los documentalistas dedican menos tiempo a realizar búsquedas de información sencillas y rutinarias, o a atender personalmente las peticiones de los usuarios, y dedican más tiempo a indizar y estructurar la información textual y gráfica, a generar herramientas y preparar documentos que después utiliza la redacción, a realizar las búsquedas más especializadas y difíciles, y a elaborar directamente productos y servicios documentales.

Estos cambios se han acentuado en los últimos años debido, especialmente, a que la explosión de contenidos informativos en Internet y de las facilidades de búsqueda y de uso de los mismos ha ido haciendo más autosuficientes a los periodistas en algunas de las funciones tradicionales de los documentalistas. Y esto está empujando también a una redefinición y actualización del papel de estos últimos y de la documentación en general.

Por tanto, en estos momentos, en el periodismo digital, periodistas y documentalistas pueden compartir y cooperar en tareas de documentación y de redacción: los periodistas realizan ahora muchas búsquedas de información y gestionan documentos, mientras que los documentalistas en muchos casos asumen nuevos roles de creación o cocreación de contenidos periodísticos documentales.

#### **Lecturas recomendadas**

Sobre los nuevos roles, y la relación entre periodistas y documentalistas, se puede consultar: **J. L. Micó-Sanz; P. Masip; J. A. García-Avilés** (2009) y **M. Rubio Lacoba** (2010).



### 3. Las fuentes de información en el periodismo digital

#### 3.1. Fuentes periodísticas y documentales

En este apartado se va a abordar uno de los aspectos cruciales para llevar a cabo la documentación en el periodismo, independientemente de que quienes la realicen sean periodistas o documentalistas. Esto es, el conocimiento y el uso de las **fuentes de información**.

En periodismo se suele hablar de fuentes de información en un doble sentido o en referencia a dos conceptos diferentes pero complementarios:

- las **fuentes informativas** (o **personales**), en el sentido de personas que informan de manera puntual o regular a los periodistas, y
- las **fuentes documentales**, que se refieren a la plasmación de informaciones en documentos, ya sean impresos, digitales, en línea, etc., (fuentes de información primarias), así como a los recursos variados que permiten acceder a esos documentos, como bases de datos, directorios, etc., (fuentes de información secundarias), y que son utilizadas en el proceso de documentación de una información.

En el primer grupo se puede distinguir a su vez entre las fuentes esporádicas y las regulares. Las primeras serían los "informadores", personas puntuales que el periodista observa o entrevista y de los que obtiene información para una noticia. En cambio, las fuentes informativas regulares son aquellas que mantienen una relación habitual y continuada con el periodista.

Desde el punto de vista de la documentación periodística, interesan especialmente las **fuentes de información documentales**, y es a ellas a las que nos referiremos con detalle a continuación.

Existe una enorme variedad de fuentes de información documentales para el periodismo, por un hecho elemental:

El periodismo, con la excepción del especializado (deportivo, económico, sobre tecnología, etc.), es temáticamente enciclopedista, es decir, cualquier tema es susceptible de convertirse en noticia. Por ello, las fuentes de información necesarias pueden abarcar todas las temáticas posibles existentes.

Las fuentes de información documentales para el periodismo se pueden clasificar de varias maneras.

Una clasificación práctica es la que proponíamos en Guallar y Cornet (2004 y 2005) en dos grupos: los **productos comerciales** (de pago) y los **recursos gratuitos**, a la vez que mostrábamos los productos de cada tipo más utilizados en los centros de documentación de los principales diarios españoles en esos momentos.

1) En el primer grupo se encuentran las grandes bases de datos de prensa, junto a otras bases de datos de temáticas especializadas, así como las hemerotecas digitales de diarios.

2) En el grupo de recursos gratuitos, una enorme variedad de recursos web de todo tipo y temática, entre los que destacan por su alta utilización, los portales institucionales y los de información estadística.

Otra opción para la clasificación de fuentes es una primera distinción entre **recursos de contenido periodístico** y **no periodístico**, que es la que seguiremos aquí. El primer grupo es el que detallaremos más, para lo cual nos basamos en otros textos anteriores nuestros como Abadal y Guallar (2010, cap. 2) y Guallar y Abadal (2009), etc.

### 3.2. Fuentes de información de prensa

En este apartado se van a describir las principales fuentes de información que facilitan el acceso y la consulta de contenidos de prensa. Seguimos una clasificación propia que utiliza como criterio discriminador la función realizada por cada una de las fuentes de información, lo que nos lleva a establecer cuatro grandes áreas:

1) **Acceso a cabeceras de prensa:** servicios que facilitan el acceso a un determinado periódico o medio de comunicación. Son los directorios especializados en prensa.

2) **Búsqueda de información:** sistemas que facilitan la consulta de información periodística de actualidad o retrospectiva. Son las hemerotecas históricas, las hemerotecas digitales de los medios, y las bases de datos de prensa.

#### Lecturas recomendadas

En la bibliografía especializada, se pueden consultar diversos estudios y repertorios sobre fuentes de información para el periodismo. Por ejemplo, por citar solo algunos:

V. M. Pareja (2003 y 2006) y E. Abadal y J. Guallar (2010, cap. 2).

**3) Seguimiento de información:** servicios que entregan periódicamente a sus usuarios recopilaciones personalizadas de información de actualidad. Son los sistemas de seguimiento de prensa tradicionales y los servicios de seguimiento en línea.

**4) Agregación de contenidos:** sistemas que recopilan información de actualidad publicada por múltiples medios. Se distingue entre agregadores manuales, automatizados y sociales.

Esta clasificación de fuentes se presenta en la tabla 1, en la que se especifican la cobertura de medios incluidos (uno o varios), el alcance temporal (retrospectivo o de actualidad), el coste (gratuito o de pago), y los formatos de presentación del documento (html, texto, pdf o papel).

Tabla 1. Fuentes de información de prensa digital

| <b>Función</b>                      | <b>Tipología de productos</b>                          | <b>Cobertura de medios</b> | <b>Alcance temporal</b>    | <b>Coste</b>   | <b>Formato del documento</b> | <b>Ejemplos</b>   |
|-------------------------------------|--|----------------------------|----------------------------|----------------|------------------------------|---|
| <b>Acceso a cabeceras de prensa</b> | Directorios  | Varios                     | No procede                 | Gratuito       | Html (enlace a la cabecera)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kidon Media Link</li> <li>• Agenda de la comunicación</li> <li>• Kiosko</li> </ul>       |
| <b>Búsqueda de información</b>      | Hemerotecas históricas                                 | Varios                     | Retrospectivo              | Gratuito       | Pdf                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biblioteca virtual de prensa histórica</li> <li>• Hemeroteca digital de la BN</li> </ul> |
|                                     | Hemerotecas digitales de un medio                      | Uno                        | Retrospectivo / Actualidad | Gratuito/ pago | Html, pdf                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>El País</i></li> <li>• <i>La Vanguardia</i></li> <li>• Efedata</li> </ul>             |
|                                     | Bases de datos de prensa                               | Varios                     | Retrospectivo / Actualidad | Pago           | Html, texto, pdf             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lexis Nexis</li> <li>• Factiva</li> <li>• Mynews</li> </ul>                              |
| <b>Seguimiento de información</b>   | Servicios de seguimiento de prensa ( <i>clipping</i> ) | Varios                     | Actualidad                 | Pago           | Pdf, texto, html, papel      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso</li> <li>• TNS</li> </ul>   |
|                                     | Servicios de seguimiento en línea                      | Varios                     | Actualidad / retrospectivo | Pago           | Html (enlace a la noticia)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• iConoce</li> <li>• iMente</li> </ul>   |
| <b>Agregación de información</b>    | Agregadores manuales                                   | Varios                     | Actualidad                 | Gratuito       | Html (enlace a la noticia)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newser</li> <li>• Hago Click</li> </ul>  |
|                                     | Agregadores automatizados                              | Varios                     | Actualidad                 | Gratuito       | Html (enlace a la noticia)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google News</li> <li>• Popurls</li> <li>• Abasto de noticias</li> </ul>                  |
|                                     | Agregadores sociales                                   | Varios                     | Actualidad                 | Gratuito       | Html (enlace a la noticia)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digg</li> <li>• Menéame</li> </ul>   |

Fuentes de información de prensa digital, indicando función, tipología, cobertura de medios, alcance temporal, coste, formatos y ejemplos. Fuente: elaboración 2011, basada en Guallar y Abadal (2009), Abadal y Guallar (2010, pág. 97).

## 1) Cobertura de medios

El número de medios que se incluye en el recurso es un primer elemento de distinción. Se puede distinguir entre los sistemas que ofrecen acceso a contenidos informativos de una sola fuente, habitualmente de elaboración propia (hemerotecas digitales de diarios o de agencias de noticias), y los que permiten consultar el contenido de un conjunto más o menos amplio de medios, que serían el resto de tipologías contempladas.

## 2) Alcance temporal

En buena parte de los productos analizados es posible la consulta de información retrospectiva y no sólo las noticias del día. Los sistemas más orientados a la información de actualidad son los servicios comerciales de seguimiento de prensa tradicionales y de seguimiento en línea y todos los recursos gratuitos que se describen. Los productos más claramente orientados a la información retrospectiva son los de prensa histórica, las bases de datos de prensa y las hemerotecas de los medios. En algunos casos, como se puede apreciar en la tabla, se ofrecen ambos tipos de información.

## 3) Coste

Los productos orientados al usuario profesional suelen ser de pago, mientras que los dirigidos al público mayoritario son gratuitos, aun cuando estos también puedan ser de utilidad para profesionales. Las tipologías más claras de sistemas de pago la constituyen las bases de datos de prensa, los servicios de seguimiento tradicionales y los de seguimiento en línea. En una situación mixta (servicios con contenidos de pago y gratuitos) se encuentran las hemerotecas digitales de un solo medio. El resto de productos son gratuitos.

## 4) Formato de presentación del documento

Las posibilidades de presentación son html, texto ascii, pdf de la edición impresa, papel y enlace a la información original. Este último es el sistema utilizado en la mayoría de productos gratuitos y en los sistemas de seguimiento en línea.

A continuación se muestra una selección de fuentes de información significativas de cada tipo.

### 3.3. Acceso a medios (directorios)

El principal objetivo de este tipo de recursos es facilitar el acceso a un determinado periódico o medio de comunicación.

Se trata de recursos que nos conducen hasta la puerta de los medios y que, salvo excepciones, no permiten consultar directamente el contenido (las noticias).

Son los **directorios de medios de comunicación**, un tipo de publicación con larga trayectoria en el entorno impreso y que sigue manteniendo vigencia en Internet, aun cuando en este caso su uso sea casi siempre como complemento a la consulta en buscadores. El sistema de organización más utilizado en los directorios es la agrupación de títulos de prensa por países y por tipo de medio de comunicación (prensa, radio y televisión). Los datos que normalmente se ofrecen de cada medio no son muy extensos: en general, título, url, aunque a veces se incluyen también otros (país, idioma, etc.).

Algunos son:

1) **Agenda de la comunicación**. <http://www.lamoncloa.gob.es/ServiciosdePrensa/Agendadelacomunicacion/index.htm>

Conocida página que forma parte del sitio web institucional del Gobierno español. Es un directorio de medios de comunicación españoles y extranjeros, servicios de prensa de organismos públicos y partidos políticos, profesionales, etc. De cada diario ofrece además del enlace a la página web, los datos básicos de contacto (dirección, teléfono, e-mail) y la relación de directivos y responsables.

2) **Kidon Media Link**. <http://www.kidon.com/media-link/index.shtml>

Directorio internacional de medios muy completo y práctico. Uno de los de mayor calidad. Se puede acceder a los medios por continentes, países, lenguas y por tipo de medio (agencias, periódicos, revistas, radio o televisión). Ofrece acceso a unos 20.000 diarios y fuentes de prensa de todo el mundo, 317 de los cuales son españoles.

3) **Kiosko**. <http://kiosko.net/>

Directorio visual de prensa nacional, regional e internacional, que además de dar acceso a los sitios web de los diarios, muestra una imagen de las portadas de la edición impresa de esos periódicos. Su principal atractivo es la visualización rápida de las portadas de los medios de un país, de un continente o de un ámbito temático (prensa de información general, económica o deportiva).

4) **Mediático: directorio de periódicos, revistas y diarios**. <http://www.mediatico.com>

Directorio internacional de medios clasificados por continentes y países. Incluye blogs, diarios, radios, revistas y televisiones. Ofrece acceso a unos 6.500 periódicos, 4.500 radios y unas 600 revistas, y se puede consultar en varios idiomas. Cuenta también con un buscador de noticias.

5) **UAB. El Quiosc.** <http://www.bib.uab.es/premsa/es.php>

El directorio de la biblioteca de comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona es uno de los más completos entre los de las bibliotecas universitarias especializadas en comunicación, que son en general una fuente de consulta muy recomendable.

Otros directorios aconsejables son:

- Online Newspapers. <http://www.onlinenewspapers.com/>
- Pressnet. <http://www.pressnetweb.com/>
- Newspapermap. <http://newspapermap.com/>
- Newseum. Today's front pages. <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/flash/default.asp>

### 3.4. Búsqueda de información

Las fuentes especializadas en la búsqueda permiten localizar una noticia concreta aparecida en uno o en varios medios, ya sea del día o retrospectiva. Se puede distinguir entre:

- las **hemerotecas históricas**, con fondos antiguos digitalizados de varias publicaciones;
- las **hemerotecas digitales de un medio**, que permiten la consulta a los fondos impresos y digitales de un diario, y
- las **bases de datos de prensa**, con noticias de múltiples medios.

#### 3.4.1. Hemerotecas históricas

Son servicios en los que se ha llevado a cabo una digitalización de las páginas de diarios y revistas históricos, y se han puesto a disposición del público en Internet.

Una buena parte de los impulsores de estas iniciativas son **bibliotecas** (nacionales, municipales, etc.) que cuentan con el respaldo económico de las organizaciones que las sustentan, ya sean ministerios, ayuntamientos o administraciones autonómicas.

En España encontramos numerosos ejemplos, cuya cobertura geográfica va desde la ciudad (Gijón o Girona, por ejemplo), a la provincia (Barcelona, etc.), la comunidad autónoma (Canarias, Castilla-La Mancha, Catalunya, etc.), el estado (Biblioteca virtual de prensa histórica) e incluso más allá del país, como en la Biblioteca Cervantes. Se da el caso de varios títulos que forman parte de más de una hemeroteca histórica.

Son fuentes útiles en investigaciones y búsqueda de informaciones de contenido histórico.

Algunas son:

- **Biblioteca Virtual de Prensa Histórica.**  
<http://prensahistorica.mcu.es/prensahistorica/es/consulta/busqueda.cmd>  
Es la hemeroteca histórica más importante de ámbito español. Impulsada por el Ministerio de Cultura, contiene unos 2.000 títulos de los siglos XVIII-XX.
- **Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional.**  
<http://hemerotecadigital.bne.es/inicio.htm>  
Contiene unos 200 títulos de prensa histórica española publicada principalmente en los siglos XIX y XX.
- **Hemeroteca de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.**  
<http://www.cervantesvirtual.com/hemeroteca/index.jsp>  
Más de 200 publicaciones de España y América Latina.
- **Fons local de publicacions periòdiques digitalitzades. Diputació de Barcelona.**  
<http://www.diba.es/xbcr/default.htm>  
Más de 250 títulos de publicaciones periódicas catalanas, entre 1861 y 1998.

### 3.4.2. Hemerotecas digitales de un medio

La hemeroteca digital es uno de los servicios específicos del entorno digital que los diarios ofrecen a sus usuarios y que los diferencian más claramente de las ediciones impresas.

Resaltaremos aquí fundamentalmente su papel como fuentes de información, es decir, desde la posición del usuario (especialmente el profesional: el periodista y el documentalista de prensa) que necesita localizar una o varias informaciones publicadas por un medio de comunicación en concreto.

#### Ved también

Ya hemos resaltado anteriormente este hecho en el apartado 1.2, al tratar la característica de documentación o memoria de la prensa digital.

Desde este punto de vista, son fuentes de información muy importantes, y en muchos casos, insustituibles.

En este sentido, algunas cuestiones a tener en cuenta de estos servicios son su alcance temporal, el coste, y las prestaciones de consulta y de la página de resultados.

### 1) Cobertura temporal y coste

Si desde los inicios de la prensa en Internet hasta el año 2002 aproximadamente, la mayoría de diarios ofrecían una hemeroteca en línea meramente "testimonial", de los últimos días o semanas, desde entonces la cantidad de fondos accesibles ha crecido de forma notable y es claramente visible en los últimos años la tendencia por parte de las cabeceras de prensa más importantes a ofrecer la totalidad de su archivo en el sitio web del diario.

En España son destacables las hemerotecas centenarias de acceso gratuito (aunque sea con restricciones en los últimos días) de los diarios *La Vanguardia*, desde 1881, *ABC* desde 1903 y *El Mundo Deportivo*, desde 1906. También es gratuita la de *El País*, desde 1976. Otros importantes diarios españoles, como *El Periódico* y *El Mundo*, dejan una parte de sus contenidos gratuitos, mientras que el conjunto del archivo de la edición impresa, desde 1978 y 1989 respectivamente, es de acceso a suscriptores. A nivel internacional los grandes diarios suelen ofrecer también la totalidad de sus contenidos de archivo. Sirva como ejemplo la hemeroteca de *The New York Times* (desde 1851).

#### Las hemerotecas de los diarios mencionados:

- ABC.  
<http://hemeroteca.abc.es/>
- El Mundo.  
<http://www.elmundo.es/elmundo/hemeroteca/>, <http://quiosco.elmundo.orbyt.es/>
- El Mundo Deportivo.  
<http://www.mundodeportivo.com/hemeroteca/index.html>
- El País.  
<http://www.elpais.com/archivo/>
- El Periódico.  
<http://www.elperiodico.com/buscador/es/hemeroteca>
- La Vanguardia.  
<http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/index.html>
- The New York Times.  
<http://www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html>

Por otra parte, los diarios nacidos en los últimos años están ofreciendo ya desde el inicio el acceso a todo el servicio de archivo; por ejemplo, *Público* o *Ara*, aunque falta ver si esto se mantendrá en el futuro a medida que vaya creciendo la colección.

Como se ha podido ver en los ejemplos anteriores, no existe una única tendencia a la hora de ofrecer los contenidos de archivo a los usuarios. Unos diarios optan por la gratuidad de su acceso, haciendo pagar en algunos casos por las informaciones más recientes, y otros limitan el conjunto de la hemeroteca



a sus suscriptores. Sin embargo, la actual coyuntura de crisis ha propiciado que el equilibrio existente entre ambas opciones parezca decantarse cada vez más hacia el aumento de los sistemas de pago, mediante diferentes fórmulas.

## 2) Sistema de consulta y página de resultados

La consulta de las hemerotecas de los diarios en Internet ha presentado siempre dos formas: la consulta de ejemplares anteriores íntegros por navegación (*browsing*), y el acceso mediante búsqueda (*searching*) por palabra clave utilizando un buscador. Ambos sistemas coexisten en estos momentos, si bien la preponderancia del buscador es cada vez más clara.

Las prestaciones de consulta han ido mejorando a lo largo de los últimos años, aunque en el caso de algunos diarios modestos o locales, pueden llegar a ser bastante deficientes. En los medios que han cuidado más este servicio, el nivel de calidad de las búsquedas se ha ido aproximando al que tienen los productos comerciales pensados para el usuario profesional, como las bases de datos de prensa que se verán en el apartado siguiente.

Por otra parte, las páginas de resultados de las búsquedas en líneas generales han mejorado muy claramente, especialmente en aquellos diarios que disponen de filtros o agrupaciones de resultados por diversas categorías, como secciones, formatos o cronológicas.

Sin embargo, también se da la paradoja de que en ocasiones la tendencia de muchos sitios web hacia la simplificación de sus sistemas de búsqueda con el objeto de poner las cosas más fáciles al usuario medio, ha supuesto en la práctica desde el punto de vista del uso profesional, un empobrecimiento y un retroceso.

## 3) Los archivos de agencias de noticias

Hasta ahora nos hemos referido en este apartado a servicios de búsqueda retrospectiva de diarios, pero no podemos cerrarlo sin destacar también los servicios de este tipo de las agencias de noticias.

En el ámbito español, es obligado destacar:

**Efedata.** <https://efedata.efe.es/>

Creada en 1988, se convirtió en aquel momento en la primera base de datos de prensa a texto completo que existía en España. Efedata consta de cuatro grandes bloques diferenciados (por tanto, cuatro bases de datos distintas): noticias (todas las noticias de la agencia desde 1988), biografías, entidades y documentos temáticos. Es un servicio de consulta muy utilizado por los profesionales de los medios de comunicación.

### Ejemplo

Por ejemplo, se ha mejorado en la recuperación de informaciones por formatos diversos, como texto, fotos, gráficos, vídeos; en permitir la búsqueda global o parcial en las colecciones disponibles, como secciones o suplementos; o en poder delimitar con precisión los rangos de fechas de las búsquedas.

### Ejemplo

Por ejemplo, haciendo desaparecer las opciones de búsqueda avanzada o algunos operadores booleanos.

### Ejemplo

Por ejemplo, se pueden ver cómo muestran los resultados de las búsquedas los diarios *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *Marca*.

### Lectura recomendada

Se pueden ampliar estas cuestiones en: **J. Guallar y E. Abadal (2009a).**

### 3.4.3. Bases de datos de prensa

Las bases de datos de prensa se caracterizan por realizar el vaciado de las noticias aparecidas en diversos medios y por disponer de sistemas avanzados de consulta, superiores a los que ofrecen los propios medios (aunque las diferencias se hayan ido reduciendo). Están dirigidas a un usuario profesional, no sólo por sus contenidos sino también especialmente debido a su coste y además pueden ofrecer también servicios de seguimiento de prensa (que serán tratados en el apartado siguiente).

Son por tanto los mejores sistemas de búsqueda existentes para localizar contenidos periodísticos.

Tienen una importante tradición e implantación en el ámbito anglosajón y han tenido una introducción más reciente en España. Las más importantes internacionalmente son Lexis Nexis y Factiva, dos productos muy altamente considerados, con prestaciones notables de búsqueda documental y también de precios elevados. Su introducción y utilización en España es, con todo, importante. Otro producto internacional de aparición más reciente y también interesante es Pressdisplay. El representante español más importante en esta categoría es MyNews.

- **Lexis Nexis.** <http://www.lexisnexis.com>  
Está considerada la mayor base de datos comercial del mundo. Además de información de prensa, tiene información económica, fiscal y legislativa, con más de 3.000 millones de documentos de unas 42.000 fuentes de información. El apartado de noticias de actualidad incluye unas 9.700 fuentes, de las cuales 2.100 son diarios. En español el número de fuentes es superior a 400, siendo la cobertura de prensa española bastante irregular; por ejemplo, *El País*, *La Vanguardia* y *Cinco días* desde 1996, 1997 y 1998 respectivamente, y *ABC*, *Expansión* y *El Periódico* desde 2007 y 2008.
- **Factiva.** <http://global.factiva.com>  
Creada en 1999 por la agencia de noticias Reuters, que anteriormente comercializaba Reuters Business Briefing, y la empresa Dow Jones. Además de información periodística, contiene información económica y financiera. Da acceso al contenido de unas 10.000 fuentes, de las cuales unas 230 son en español y unas 150 de España. La cobertura temporal de diarios españoles es bastante completa, aunque sea inferior a la de algunos productos españoles; por ejemplo: *El Mundo*, *El País* y *Expansión* desde 1995, *Cinco Días* desde 1996, *ABC* y *La Vanguardia* desde 1997, *El Periódico* desde 2001.
- **Pressdisplay.** <http://www.pressdisplay.com>  
Pressdisplay es un servicio de la empresa NewspaperDirect, que se presenta como "el kiosko de periódicos en línea más grande del mundo", y tiene una interfaz de visualización muy atractiva. En cuanto a fuentes, incluye unos 1.000 medios de todo el mundo, de los que solo 14 son españoles.
- **MyNews.** <http://www.mynews.es>  
MyNews es la base de datos con contenidos de prensa española más importante. Tiene también servicio de seguimiento de prensa. Creada en 1996 (desde 1998 en formato web) por la empresa barcelonesa del mismo nombre, ofrece el texto completo de 120 fuentes, con una cobertura temporal que puede llegar para algunos diarios hasta 1996. Los servicios de hemeroteca tienen las prestaciones documentales más altas entre productos españoles, con tres opciones de búsqueda: simple, avanzada y profesional.

### 3.5. Seguimiento

Los productos de esta categoría tienen por objetivo fundamental la elaboración de recopilaciones temáticas de información de actualidad personalizadas a los usuarios, quienes las reciben a medida que se van produciendo. Se puede diferenciar entre servicios de seguimiento tradicionales de *clipping*, y servicios de seguimiento en línea.

#### 3.5.1. Seguimiento de prensa (*clipping*)

Tradicionalmente, las empresas de *clipping* realizaban un seguimiento de las publicaciones impresas, seleccionaban informaciones a partir de las peticiones efectuadas por sus clientes y se las enviaban. Con la llegada de la información digital, el sector del *clipping* tradicional evolucionó y ahora digitalizan las informaciones impresas o reciben directamente los pdf de los medios mediante acuerdos con los mismos y han añadido también en algunos casos seguimiento de medios en línea.

La relación entre medios de comunicación y servicios de *clipping* y resúmenes de prensa no ha estado exenta de enfrentamientos y tensiones a lo largo de los años.

En estos momentos, la mayoría de empresas del sector llegan a acuerdos con los medios, a los que pagan un canon en función de las noticias que sirven a sus clientes.

El funcionamiento de estos servicios es simple. Un equipo de profesionales (muchos de ellos documentalistas) selecciona a diario las noticias para entregar a los clientes en función de las necesidades expresadas por éstos y les entregan los resultados mediante alertas enviadas por correo electrónico, habilitando espacios en sus webs para la consulta, o por el sistema tradicional de documentos impresos.

En la mayoría de servicios, los usuarios no pueden configurar personalmente sus perfiles temáticos o realizar búsquedas documentales retrospectivas (como permiten las bases de datos de prensa antes descritas). Entre los productos de este tipo más implantados en España se pueden citar Acceso y TNS.

- **Acceso.** <http://www.acceso.com/>  
Acceso es una veterana empresa española de *clipping* especializada en servicios de seguimiento de medios con cuatro áreas (prensa, Internet, radio y televisión) y en la elaboración de estudios de mercado y de informes a medida para todo tipo de entidades. En el ámbito de prensa cubre más de 350 fuentes, principalmente de ámbito español, entre diarios y revistas, y además tiene el servicio Acceso Pressport, para cubrir las fuentes exclusivamente digitales.
- **TNS.** <http://www.tns-global.es/>  
TNS (antes TNS Sofres) es una gran empresa internacional dedicada a la investigación de mercados, de audiencias, de consumo y de medios, ámbitos en los que lleva a cabo diferentes servicios personalizados. Del ámbito del seguimiento de medios se ocupa la división TNS Media Intelligence, que cubre cuatro áreas (prensa, en línea, radio y televisión). En prensa cubre más de 200 diarios españoles, además de revistas y webs, y a nivel internacional, hasta 10.000 fuentes.

### 3.5.2. Seguimiento en línea

Son servicios comerciales de seguimiento de fuentes en Internet, que surgen a comienzos del siglo XXI. Utilizan potentes sistemas de búsqueda que vuelcan y categorizan el contenido captado en sus bases de datos. El sistema permite acceder a múltiples fuentes de información con un ritmo de actualización constante. No muestran el texto completo de la noticia a sus clientes sino únicamente el enlace. Por ello, el hándicap respecto a los servicios anteriores es que no permiten acceder directamente a contenidos de medios que sean de pago o tengan restringido su acceso mediante registro. Por el contrario, su principal ventaja es la enorme cantidad de medios digitales que pueden capturar.

- **Moreover.** <http://www.moreover.com/>  
Es uno de los referentes y pioneros en este tipo de productos a nivel internacional, y empresa líder en Europa en seguimiento en línea.
- **iConoce.** <http://www.iconoce.com>  
Servicio creado en el año 2001 por la empresa vasca Sarennet, iConoce analiza diariamente unas 20.000 noticias de 900 publicaciones digitales españolas e internacionales, de carácter generalista y especializadas. Los seguimientos se pueden consultar en web o mediante alertas.
- **iMente.** <http://www.imente.com>  
Producto creado el año 2000 por la empresa de Girona del mismo nombre, iMente vacía una ingente cantidad de fuentes de Internet, unas 40.000, presentadas en cuatro categorías: noticias, notas de prensa, blogs y boletines oficiales, por lo que se puede considerar la mayor base de datos española de medios digitales. Ofrece variados servicios personalizados de seguimiento, con consulta de resultados vía web o mediante alertas por correo electrónico, y un sistema de publicación de titulares en la web.

### 3.6. Agregación de información

Denominamos aquí agregadores de noticias a aquellos productos que recopilan información del día publicada por múltiples medios y la agrupan en un sitio web.

Se puede diferenciar entre agregadores manuales, automatizados y sociales. Son servicios gratuitos, que suelen ofrecer el titular y el enlace a noticias del día de diferentes medios.

Es decir, no suelen contener el contenido íntegro de la noticia original (como los productos de búsqueda de información del apartado 3.2, y los de seguimiento de *clipping*) sino solamente el enlace a la misma (como los servicios de seguimiento en línea).

Los agregadores manuales, de características generalmente modestas, habían existido desde los orígenes de Internet, pero la entrada de grandes empresas de Internet como Google y Yahoo en el sector mediante la creación de agregadores automatizados con contenidos de un gran número de fuentes, ha originado polémicas y enfrentamientos con los medios, todavía no plenamente resueltos, que les acusan de hacer negocio a su costa. Por último, un nuevo tipo de agregadores surgidos en los últimos años son los que aquí denominamos **agregadores sociales**, que siguen las herramientas y la filosofía de la Web 2.0.

### 3.6.1. Agregación manual de noticias

La presentación de contenidos de prensa seleccionados manualmente por un equipo de profesionales (usualmente, periodistas y documentalistas) y sin la ayuda de sistemas automatizados ha existido desde los orígenes de la web, pero la expansión de los sistemas basados en robots de búsqueda ha acabado marginando estos sistemas.

#### Ejemplo

En España, un ejemplo notable de los inicios de la web fue *El Digital* de Telépolis, ya desaparecido. A finales de los años 2000 resurgieron algunas experiencias en esta línea, y en España se pueden citar *El Selector* del diario Soitu (ahora también desaparecido) y HagoClic.com, un servicio de *La Vanguardia* <http://www.hagoclic.com/index.html>.

A nivel internacional existe un buen ejemplo de este tipo de productos: **Newsr**. <http://www.newsr.com>

Es un agregador de noticias seleccionadas por un equipo de profesionales, que además de enlazar a las fuentes originales, también hacen resúmenes de sus contenidos.

### 3.6.2. Agregación automatizada de noticias

A diferencia de los anteriores, que tienen una redacción que selecciona y presenta las noticias del día según criterios periodísticos, los sistemas automatizados se basan en medios exclusivamente tecnológicos, los denominados "**buscadores de noticias**", robots que rastrean Internet, extraen noticias de las webs de prensa y las clasifican y las presentan utilizando algoritmos informáticos, sin intervención humana.

Además de los ya mencionados Google News y Yahoo News, ambos con versiones específicas en español, otros interesantes son: Newsmap, por su sistema de visualización; Popurls, por presentar también contenidos de medios sociales; Techmeme, como ejemplo de agregador especializado en una temática; y en España, el veterano Abasto de noticias, o Huubs, de noticias en catalán.

- **Google News.** <http://news.google.com/>, <http://news.google.es/>  
Google News, el buscador de noticias de Google, es el prototipo de agregador de noticias automatizado. Apareció en el 2002, y tiene versión en castellano desde 2003. Organiza y agrupa automáticamente noticias de más de 4.500 fuentes de todo el mundo. En su versión en español rastrea unas 700 fuentes.  
La interfaz de Google News difiere de la del buscador generalista, ya que aquí no se trata de una caja de búsqueda, sino de una web con aspecto de portal periodístico –de "diario de diarios"– donde, junto a las opciones de búsqueda, se muestran de manera agrupada los titulares de las noticias consideradas más relevantes con los enlaces a la página original en la que se ha publicado el contenido íntegro de la noticia. El sistema permite asimismo personalizar por parte del usuario la página de inicio con sus secciones de interés, y dispone de otros servicios como la recepción de alertas por correo electrónico.
- **Yahoo News.** <http://news.yahoo.com/>, <http://es.noticias.yahoo.com/>  
Es el servicio de búsqueda de noticias de Yahoo. Aunque en sus inicios tenía las mismas características que Google News como buscador de noticias y continúa ofreciendo una amplia cobertura de fuentes, ha acabado derivando hacia un portal periodístico de contenidos propios, al priorizar en su página de inicio la información propia o de agencias de noticias contratadas.
- **Newsmap.** <http://newsmap.jp/>  
Excelente sistema de visualización de noticias creado en el 2004, basado en Google News. Las informaciones se presentan categorizadas visualmente por tamaños (que se corresponden al volumen de informaciones) y colores (temas).
- **Popurls.** <http://popurls.com>  
Creado en el 2006, es un ejemplo de agregador que incluye de manera automatizada una selección de fuentes informativas de todo tipo, y no solo prensa digital; por ejemplo, blogs, otros agregadores (Google News, Digg) o medios sociales (Flickr, Youtube).
- **Techmeme.** <http://www.techmeme.com/>  
Es un ejemplo de agregador especializado, en este caso, de artículos sobre tecnología.
- **Abasto de noticias.** <http://www.abastodenoticias.com>  
Fue la primera alternativa española a los grandes buscadores de noticias internacionales. Cuenta con un sistema de categorización con 150 temáticas, y ofrece servicio de titulares para webs.
- **Huubs.** <http://huubs.imente.com/>  
Es un agregador de noticias en catalán creado por el equipo de iMente.

### 3.6.3. Agregación social de noticias

Los sistemas de promoción de noticias, conocidos también como agregadores sociales de noticias o sitios de filtrado social de noticias, son un tipo de productos de la denominada web social o Web 2.0, que agrupan noticias en un sitio web.

Aquí son los usuarios quienes configuran los contenidos del sitio web. Estos envían noticias u otras informaciones de su interés existentes en la web, enlazando la fuente original, y posteriormente, son votadas o bien comentadas por otros usuarios, pudiendo pasar a la página principal.

Por tanto, son sistemas que permiten centralizar y valorar informaciones relevantes para una comunidad siguiendo los principios de colaboración e interacción característicos de la web social.

El ejemplo más representativo a nivel internacional es Digg, y un producto español del mismo tipo con una importante audiencia es Menéame.

- **Digg.** <http://www.digg.com>  
El agregador social más veterano, con noticias agrupadas por secciones, como tecnología, entretenimiento, negocios, deportes, etc.
- **Menéame.** <http://meneame.net/>  
La versión española de estos sistemas es Menéame, nacido en el año 2005 y que goza de gran popularidad. De características similares a Digg, su diferencia principal es que los usuarios no registrados (por tanto, anónimos) también pueden votar las noticias, aunque no enviarlas. Menéame fue desarrollado en software libre y su creador liberó el código fuente, lo que ha facilitado su posterior clonación y adaptación a otros ámbitos.

### 3.7. Fuentes de información no de prensa

Las fuentes documentales cuyos contenidos no son estrictamente periodísticos, es decir, que no contienen informaciones publicadas por medios de comunicación, son, como ya se ha señalado antes, de una enorme variedad. A diferencia del grupo anterior, que no obstante su complejidad está mucho más acotado, en este caso es prácticamente imposible elaborar un repertorio de fuentes exhaustivo, por lo que optaremos por tratar los aspectos clave de contraste y fiabilidad y ofrecer algunas muestras destacadas.

Así, los profesionales de los medios de comunicación que utilizan unas fuentes determinadas en el proceso de documentación de una noticia deben tener en cuenta estos dos conceptos relacionados:

- El **contraste** de fuentes: consulta de más de una fuente para dar por válida una información. Se debe utilizar especialmente con las fuentes informativas personales, y en las fuentes documentales cuando no se dispone de fuentes oficiales o de alta fiabilidad.
- La **fiabilidad** de las fuentes: nivel de credibilidad de una fuente personal o documental como proveedora de información.

Veamos el primer concepto por ejemplo en el contexto de utilización de las fuentes informativas personales. Los profesionales del periodismo deben consultar más de una fuente personal para dar por contrastada, y por tanto, por válida, una información.

En este sentido, se suele dar por contrastada una información facilitada por fuentes personales cuando se han consultado al menos **tres** de ellas.

Circunstancias especiales pueden llevar a considerar contrastada una información con un número de fuentes inferior (el mínimo son lógicamente dos). También, en determinadas informaciones, no es imprescindible el contraste de fuentes cuando se cita una única fuente que ofrece garantías de fiabilidad (por ejemplo, las fuentes oficiales).

El segundo concepto, la fiabilidad, se debe aplicar inexcusablemente ante cualquier información facilitada por una fuente, sea personal o documental.

Los periodistas y documentalistas deben plantearse siempre: "¿Es fiable esta fuente que estoy consultando, y por tanto, la puedo citar como tal en esta información que estoy elaborando?"

En el caso de las fuentes personales, en el extremo de mayor fiabilidad se sitúan a priori las oficiales, y en el de menor fiabilidad las fuentes anónimas, que se deben contrastar. Sin embargo, también hay excepciones.

### **Ejemplo**

Un ejemplo muy conocido es la información oficial que facilitó el Gobierno español en las primeras horas posteriores al atentado terrorista del 11-M en Madrid: el propio presidente del Gobierno llamó por teléfono a diversos medios de comunicación confirmando que el atentado era obra de un determinado grupo terrorista, información que, como es bien sabido, resultó no ser cierta.

En cuanto a las fuentes documentales, hay que señalar que en documentación existe toda una especialidad relacionada con la **evaluación** de fuentes de información, con el objetivo de determinar su nivel de calidad, y por tanto, de fiabilidad.

Sin entrar en detalle en estas cuestiones, se puede señalar que el elemento esencial a tener en cuenta para determinar la fiabilidad de una fuente de información es la **autoridad** de la misma.

Así, en un extremo se encuentran los documentos producidos por organismos oficiales, y en el otro, las informaciones cuya autoría no está identificada, está poco clara o nos ofrece dudas; por ejemplo, páginas web sin ninguna referencia a sus responsables. En medio, hay una enorme variedad de documentos y de recursos web, que con la generalización del uso de Internet han aumentado exponencialmente.



Ante esta situación se debe tener en cuenta siempre la **identificación** del autor o responsable de la información y la **relevancia** o prestigio de esa fuente en relación con la información que ofrece. A continuación se muestra una selección de fuentes documentales con ejemplos de su utilización:

- La web del **Instituto Nacional de Estadística** (INE) es la mejor fuente para datos sobre la mayoría de indicadores económicos en España (IPC, tasa de paro, producto interior bruto...). <http://www.ine.es>
- La web de **Ministerio del Interior** es la fuente oficial para los datos de resultados electorales de elecciones generales en España. <http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm>
- La web del **Departamento de Gobernación de la Generalitat de Cataluña**, es la fuente oficial para resultados de elecciones autonómicas en Cataluña (en el apartado "Eleccions"). <http://www20.gencat.cat/portal/site/governacio/>
- La base de datos especializada en cine **Internet Movie Data Base** (IMDB) es una buena opción por su elevado prestigio para todo tipo de informaciones sobre películas de cine. <http://www.imdb.com>
- La web del **Boletín Oficial del Estado** (BOE) se puede consultar para saber qué dice exactamente el texto de una ley de aplicación en territorio español. <http://www.boe.es>
- Si buscamos información sobre las actividades de un determinado museo, por ejemplo, el **Museo del Prado**, se debe consultar su página web. <http://www.museodelprado.es/>
- La base de datos del **ISBN** es muy útil para localizar datos de un determinado libro publicado en España. <http://www.mcu.es/libro/CE/AgenISBN.html>
- La web de la **Liga de Fútbol Profesional** (LFP) tiene un apartado de Datos Históricos, para informaciones sobre temporadas anteriores de la Liga de fútbol española. <http://www.lfp.es>
- **Fundacc** es una buena fuente de consulta para datos sobre consumo cultural en Cataluña. <http://www.fundacc.org/fundacc/ca/dades.html>
- **United Nations Peacekeeping** es la fuente oficial para información sobre las **Misiones de Paz de la ONU**. <http://www.un.org/en/peacekeeping/>

Todos los anteriores son ejemplos representativos de necesidades de documentación habituales en una redacción periodística y de las mejores fuentes de información para satisfacerlas. En todos esos casos el periodista o el documentalista puede encontrar también otras fuentes con informaciones que pueden ser parecidas, similares o aproximadas sobre esos mismos temas, pero es preciso que tenga muy en cuenta los principios antes señalados de contraste y fiabilidad para poder seleccionar y utilizar siempre las mejores fuentes en cada caso.

### 3.8. Servicios 2.0 como fuentes de información

No se puede cerrar este apartado dedicado a las fuentes de información sin hacer referencia a la creciente importancia de los servicios de la denominada **Web 2.0** o web social como fuentes informativas.

Los servicios y las herramientas 2.0 (blogs, wikis, tecnologías rss, redes sociales,...) han afectado, como no podía ser de otra manera, a los medios de comunicación en Internet, igual que lo han hecho al resto de productos y servicios de información digital.

Sin embargo, más allá de esa utilización por parte de los medios como canales de distribución de informaciones ya publicadas, los servicios 2.0 pueden jugar a su vez un importante papel como fuentes de información, que deben ser aprovechadas plenamente por parte de las redacciones de los medios en los procesos de documentación de las informaciones.

Entre todos los productos 2.0, son **Facebook** y **Twitter**, y muy especialmente este último, los sistemas que ofrecen más posibilidades como fuentes de información, especialmente para acceder a informaciones de actualidad: periodistas y documentalistas tienen en Twitter una herramienta insustituible para descubrir, rastrear y recabar informaciones casi en el momento en que se producen.

Se ha producido un fenómeno de grandes dimensiones desde finales de la década del 2000, que es el uso generalizado de estos servicios por parte de todo tipo de entidades y personas que pueden tener relevancia informativa: organismos oficiales, empresas, entidades deportivas, eventos de espectáculos, personajes famosos... Todas estas fuentes personales o institucionales suelen tener perfiles en Twitter y/o Facebook, donde muy habitualmente dan a conocer por primera vez sus informaciones. Asimismo, el papel informativo de las redes sociales se ha mostrado muy relevante en todo tipo de acontecimientos masivos y situaciones de emergencia: revueltas políticas, catástrofes naturales, accidentes... son *tuiteados* en directo cada vez con mayor frecuencia.

La facilidad y rapidez de publicación, y su enorme poder de distribución (viralidad) las han hecho el canal comunicativo idóneo en la era de la *"Real Time Web"* (la información en tiempo real).

Es preciso por tanto hacer un uso profesional de estas nuevas herramientas. Algunas recomendaciones para la utilización de Twitter como fuente de información por parte de un periodista o documentalista digital son las siguientes:

- Abrir un **perfil** personal propio en Twitter, independientemente de que el departamento o sección de la empresa periodística también lo tenga.
- **Seguir** (*following*) los perfiles en Twitter más relevantes en relación con los temas de interés profesional; por ejemplo, un periodista especializado en fútbol o en política debe seguir todos los perfiles esenciales de su sector, o un documentalista debe seguir los perfiles de las fuentes que más utiliza.

### Ejemplo

Es muy visible, por ejemplo, la consolidación de los blogs en los sitios web de los medios como parte de sus contenidos informativos, la existencia de canales rss, o el uso de Facebook y Twitter para distribuir noticias.

### Webs recomendadas

<http://www.facebook.com>  
<http://www.twitter.com>

### Web recomendada

Se recomienda consultar también la guía de uso de Twitter en redacciones:  
 Twitter for newsrooms  
<https://dev.twitter.com/media/newsrooms>

- Utilizar muy activamente los servicios de "**listas**" de Twitter. Las listas son una especie de "directorios" de Twitter. Se recomienda crear varias listas en función de los principales intereses temáticos, y agrupar en ellas los perfiles utilizados como fuentes informativas. Se pueden seguir, asimismo, otras listas para descubrir nuevos perfiles.
- Usar las **búsquedas** en Twitter, aun cuando los sistemas de búsqueda son su "punto débil", pues no abarcan períodos retrospectivos importantes.
- Utilizar programas que ayudan a optimizar la **gestión** de la información de Twitter. Por ejemplo, Tweetdeck, que permite visualizar en forma de columnas diferentes listas, perfiles, o búsquedas. <http://www.tweetdeck.com>

## 4. La aplicación de la documentación en los diarios digitales

Después de realizar un recorrido por las fuentes de información fundamentales para la práctica de la documentación en periodismo, en este apartado nos centramos en los principales productos y servicios documentales que está desarrollando la prensa en Internet, mostrando ejemplos que agrupamos en dos áreas:

- Contextualización documental
- Productos informativo-documentales

### 4.1. Contextualización documental

Se puede definir la contextualización documental en el periodismo digital como la integración en la información de actualidad de contenidos documentales provenientes de la hemeroteca del diario, de fuentes externas o elaborados expresamente.

La contextualización se puede hacer fundamentalmente de dos maneras:

- A la manera **tradicional** del periodismo impreso, es decir, integrando estas informaciones en el texto de la noticia o mediante una pieza de documentación complementaria asociada a la noticia principal.
- De una manera más propiamente **digital**, es decir, utilizando, además de la elaboración textual, los recursos propios de la información en Internet, como los enlaces hipertextuales a noticias de archivo o búsquedas, contenidos en otros formatos, etc.

Hay aquí una interesante posibilidad de aprovechamiento de la hemeroteca por parte de los periodistas y los documentalistas del diario en línea, más allá de su utilización directa como fuente de información por parte de cualquier usuario.

#### Lecturas recomendadas

La mayoría de ejemplos señalados, y otros, se pueden consultar en J. Guallar (2011a y 2011b).

#### Ved también

Podéis ver el apartado 3.4.

En la prensa impresa la función de complementariedad de la documentación consiste en proveer al periodista de datos o informaciones, usualmente de archivo o retrospectivas pero no exclusivamente, que otorgan **contexto y profundidad** a la noticia de actualidad. En el periódico de papel estos contenidos de documentación aparecen casi siempre integrados en el texto de la noticia, y también en piezas documentales complementarias asociadas.

En el periodismo digital, esta contextualización documental se puede potenciar, añadiendo al sistema tradicional las posibilidades de Internet. Por ello se puede llevar a cabo de dos maneras fundamentalmente:

1) **Contextualización tradicional**, a la manera del periodismo impreso: el diario de Internet reproduce en este caso el mismo tipo de contextualización del diario de papel.

Un ejemplo puede ser la noticia publicada en *El Periódico de Catalunya*, el día 29 de septiembre del 2011, sobre sentencias judiciales contra un programa de televisión: en el texto de la noticia principal y en el despiece de la misma se puede apreciar una aportación documental importante realizada por el servicio de documentación. En el diario impreso y en la versión digital la contextualización documental es la misma.

2) **Contextualización propiamente digital**, utilizando recursos de Internet, como los **enlaces hipertextuales**.

Se trata de añadir a las informaciones de actualidad enlaces a noticias publicadas anteriormente en el diario, a búsquedas en su hemeroteca, o a informaciones elaboradas por el servicio de documentación.

Por ejemplo, en *El País*, la información de una nueva remodelación del Gobierno Zapatero, contiene un enlace a "Documentación" con una cronología redactada por el Departamento de Documentación sobre los anteriores cambios gubernamentales junto a búsquedas en la hemeroteca del diario que envían al lector a las noticias originales.

La contextualización documental, como la mostrada en los ejemplos anteriores, ya sea de manera tradicional o de manera digital, es un campo de acción muy importante para la documentación en la prensa digital.

Se puede decir que es un recurso que no ha sido todavía plenamente explotado por los cybermedios, donde muchos enlaces e informaciones complementarias lo son a otras noticias del día o de días anteriores.

La contextualización documental con textos o enlaces a informaciones extraídas de la hemeroteca, búsquedas a la misma, o piezas documentales, enriquece extraordinariamente y dota de mayor profundidad a la información del día.

#### Ejemplo

En el texto de (o junto a) la noticia de una catástrofe natural o un accidente, se suele informar de otros hechos similares ocurridos anteriormente.

#### Ejemplo

"El precio del Tomate"; "Las principales condenas judiciales de *Aquí hay tomate*", en: *El Periódico*, 29 de septiembre del 2011.

#### Ejemplo

L. R. Aizpeolea. "Zapatero remodela ampliamente su gobierno". *El País*, 20/10/2010; Documentación El País. "Los gobiernos de Zapatero". *El País*, 20/10/2010.

## 4.2. Productos informativo-documentales

En la prensa impresa una de las funciones de la documentación es la elaboración de documentos (función de creatividad) que se publican como piezas complementarias de la noticia de actualidad o independientes, en las que se realiza un uso intensivo de información retrospectiva o de investigación documental, como cronologías, efemérides, perfiles biográficos u obituarios.

En el periodismo digital se siguen realizando estos productos, dependiendo de la "cultura documental" del medio y de sus recursos, junto a otros nuevos o menos definidos en el diario en papel, como son los especiales, temas, secciones de datos, o reportajes históricos diversos, cuya realización se ve ahora enormemente facilitada por la accesibilidad de la hemeroteca digital.

La participación de profesionales en la elaboración de estos documentos periodísticos documentales puede ser muy diversa dependiendo de los diarios y las características de los productos: desde los confeccionados por el departamento de documentación, a los elaborados únicamente por periodistas o a los que cuentan con la participación de diferentes secciones del medio.

### 4.2.1. Cronologías

Las cronologías son documentos de información retrospectiva presentada en orden cronológico, que se publican al tener alguna relación con una noticia actual.

Son posiblemente el producto documental elaborado con mayor frecuencia por los departamentos de documentación.

Las cronologías son habituales en la mayoría de los diarios digitales, si bien en muchos medios locales o pequeños son simples reutilizaciones de productos elaborados por terceros, como agencias de prensa. La calidad de las cronologías –y también la de las efemérides– es en este sentido un claro indicador de la calidad de la documentación en un periódico. Algunos ejemplos, en los diarios *The Christian Science Monitor*, *El País*, *El Periódico* y *La Vanguardia*.

Leigh Montgomery (compiled by). "North Korea: Cold-war legacy". *The Christian Science Monitor*, 12-12-2010.

Documentación El País. "Cronología del caso Lasa Zabala". *El País*, 02-11-2010.

El Periódico. "829 muertos en 43 años de terrorismo". *El Periódico*, 21-10-2011.

Documentación. "Cronología de la negociación con ETA". *La Vanguardia*, 19-10-2011.

### 4.2.2. Efemérides

Son informaciones sobre hechos importantes del pasado que se recuerdan con motivo de su aniversario.

Ambos productos habituales en el periodismo impreso se presentan en Internet de manera mucho más flexible y variada, con la posibilidad de inclusión de enlaces y contenidos multimedia.

Las efemérides se han convertido además en un documento muy utilizado, en ocasiones a diario, por aquellos diarios digitales que tienen un fondo de hemeroteca importante.

Buenos ejemplos los podemos ver habitualmente en la sección "From The Guardian Archive" de *The Guardian*, o en la hemeroteca de *La Vanguardia* con encabezamientos como "Hace 50 años", "Hace 100 años"...

The Guardian. "From the Guardian Archive".  
<http://www.guardian.co.uk/theguardian/series/from-the-archive>

La Vanguardia. "Hemeroteca de La Vanguardia".  
<http://www.lavanguardia.com/hemeroteca/index.html>

### 4.2.3. Perfiles biográficos, cumpleaños y obituarios

Los perfiles biográficos son productos documentales en los que se sintetiza información sobre la vida y los hechos más relevantes de personajes.

Como en el caso de los documentos anteriores, se pueden preparar por anticipado y reutilizar.

Un tipo concreto de perfiles biográficos son los cumpleaños y los obituarios o necrológicas, que se publican con motivo de un aniversario o de la muerte de un personaje.

Son productos en los que la documentación tiene un papel destacado, y que algunos diarios cuidan mucho y elaboran con esmero.

Algunos buenos ejemplos se pueden ver en *ABC*, *The Star*, *The Guardian* o en la excelente sección de obituarios del *The New York Times*.

Lauren Nilan. "From the archive: Gaddafi and the Guardian". *The Guardian*, 20-04-2011.

ABC. "Personajes".  
<http://www.abc.es/personajes/>

The New York Times. "Obituaries".  
<http://www.nytimes.com/pages/obituaries/index.html>

#### 4.2.4. Reportajes de hemeroteca y fotos históricas

Además de los anteriores, que tienen una delimitación más precisa, hay diversos productos de información retrospectiva, atemporal o histórica, que se pueden llevar a cabo con enorme facilidad en el periódico en Internet por la existencia de un archivo digital, y que se pueden denominar "Reportajes de hemeroteca".

Los diarios con un fondo temporal más importante son los que tienen mayor tendencia a elaborar estos reportajes de archivo y un tipo determinado de los mismos, los de fotos históricas.

Algunos ejemplos de ABC, *El Periódico* y *La Vanguardia*:

ABC. "Especial Guerra civil 75 años".  
<http://www.abc.es/especiales/guerra-civil/index.asp>

El Periódico. "La historia de ETA, en las portadas de El Periódico".  
<http://www.elperiodico.com/es/galerias/politica/historia-eta-portadas/24710.shtml>

La Vanguardia. "Nevadas que han hecho historia en Barcelona".  
<http://www.lavanguardia.com/reportajes-fotograficos/20101103/54063869093/nevadas-que-han-hecho-historia-en-barcelona.html>

#### 4.2.5. Especiales y temas

Temas y especiales son "productos documentales elaborados específicamente para explicar o indagar con mayor detalle en las noticias más relevantes" (Rubio Lacoba, 2007, pág. 126).

En líneas generales, la mayoría de los diarios en línea más importantes los elaboran, y agrupan en ocasiones en secciones propias.

La diferencia principal entre los especiales (o *special reports*) y los temas (*topics*) es que los primeros suelen estar más vinculados a un hecho noticioso puntual y no se actualizan una vez realizados (se incluyen aquí los clásicos resúmenes del año), mientras que los segundos son atemporales, desarrollan en profundidad un tema y se siguen actualizando.

Su estructura y composición es muy diversa, así como el nivel de participación del departamento de documentación, dependiendo de la empresa periodística.



Se pueden destacar en España las secciones de especiales de *El Mundo* y *ABC*, y de temas (denominada *A Fondo*) de *El País*, y a nivel internacional, la magnitud de los *topics* del *The New York Times*.

ABC. "Especiales". <http://www.abc.es/informacion/guiaESPECIALES/>

El Mundo. "Especiales". <http://www.elmundo.es/especiales/>

El País. "A Fondo". <http://www.elpais.com/afondo/>

The New York Times. "Times Topics". <http://www.nytimes.com/pages/topics/>

#### 4.2.6. Gráficos y secciones de datos

Los gráficos, estáticos o interactivos, son un producto muy interesante de la prensa digital. Herederos de las infografías estáticas del periodismo impreso, en Internet presentan un sinfín de posibilidades de consulta. Son desarrollos cuya responsabilidad principal compete a los departamentos de infografía, que suelen realizarlos en colaboración con periodistas y documentalistas.

Sobresalen en estos productos algunos diarios como el *The New York Times* y *The Guardian*. En España, además de las grandes cabeceras de papel en sus ediciones digitales, hay que destacar los gráficos de *Lainformacion.com*.

Algo así sucede con las nuevas secciones de datos (data) que se están llevando a cabo en los últimos años en lo que se ha venido a denominar "periodismo de datos". Consiste en ofrecer al usuario tanto informaciones confeccionadas a partir del análisis o la elaboración de datos como también los datos en sí mismos, que se pueden consultar de diferentes maneras, como en gráficos interactivos o en bases de datos.

Las cabeceras más adelantadas son probablemente *The Guardian* y *Los Angeles Times*. Los documentalistas suelen colaborar con los periodistas que se han especializado en estos servicios, aunque también en algún caso pueden tener un papel más determinante, como en la sección Data Central, del diario *San Antonio Express*.

The Guardian. "Data Desk". <http://www.guardian.co.uk/data>

Los Angeles Times. "All things Lakers" [Base de datos sobre el equipo de baloncesto Los Angeles Lakers]. <http://projects.latimes.com/lakers/>

San Antonio Express. "Data Central". [http://www.mysanantonio.com/news/data\\_central/](http://www.mysanantonio.com/news/data_central/)

#### 4.2.7. Blogs y redes sociales de documentación

La eclosión de los blogs y su inclusión en los contenidos habituales de la prensa digital han influido también en los departamentos y en las temáticas de documentación. Así, los blogs de documentación son otro posible producto documental de los diarios en Internet. Un producto absolutamente flexible

y variado, aunque predominen los contenidos retrospectivos o relacionados con el archivo. Hay diversos ejemplos a nivel internacional, especialmente en Estados Unidos, mientras que en España son poco frecuentes.

Un elemento interesante a considerar en los blogs es que, a diferencia de otros productos como especiales, temas, o gráficos interactivos, no requieren de una elaboración costosa ni de importantes recursos. Además, los blogs permiten establecer contacto y conversación con la audiencia, aspecto que se puede potenciar aún más si se utilizan también perfiles de documentación o de la hemeroteca en redes sociales como Facebook y Twitter, o en redes sociales internas, como es el caso de Eskup del diario *El País*.

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>

#### 4.2.8. Consideraciones finales

La anterior relación no es ni mucho menos cerrada, ya que las posibilidades de realización de productos documentales (nuevos o veteranos adaptados a las características del medio digital) es prácticamente ilimitada.

A modo de consideraciones finales se puede añadir:

Es muy importante realizar una contextualización documental de calidad en la noticia publicada, con textos y enlaces de hemeroteca y de otras fuentes, una práctica todavía no plenamente explotada en la prensa digital.

La lista de productos periodísticos documentales que un diario digital puede llevar a cabo es de una notable variedad, como se ha visto. Algunos periódicos destacan en la calidad y variedad de sus desempeños en esta línea, y constituyen excelentes ejemplos para los diarios que apenas los han explorado. Coexisten los que requieren de grandes recursos para su realización junto a los que resultan de elaboración menos costosa.

Por tanto, para la realización de estos productos, en muchos casos se tratará más que de disponibilidad de recursos, de una cuestión de "cultura documental" de la redacción.

## Bibliografía

### Bibliografía básica

**Abadal, E.; Guallar, J.** (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Trea: Gijón.

**Codina, L.** (2000). "La documentación en los medios de comunicación: situación actual y perspectivas de futuro". En: J. López (ed.). *I Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid (pp. 49-66). <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num10/paginas/pdfs/Codina.pdf>

**Guallar, J.** (2011b). "La documentación en la prensa digital. Nuevas tendencias y perspectivas". III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Bilbao, 9, 10, 11 noviembre.

**Hernández, A.; Caridad, M.** (2000). "Documentación escrita en los centros de documentación de los medios de comunicación". En: J. A. Moreiro (coord.). *Manual de documentación informativa* (pp. 78-82). Madrid: Cátedra.

**Rubio, M.** (2007). *Documentación informativa en el periodismo digital* (pág. 143). Madrid: Síntesis.

### Bibliografía recomendada

**Agirreazaldegui, T.; Camacho, I.** (ed.) (2009). *Los servicios de documentación en los medios de comunicación del País Vasco* (pág. 326). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

**Cebrián E.; Bernardino J.** (1998). "Nuevos enfoques sobre la misión del documentalista en los medios de comunicación". *Documentación de las Ciencias de la Información* (vol. 21, pp. 91-100).

**Fuentes, M. E.** (ed.) (1995). *Manual de documentación periodística*. Madrid: Síntesis.

**Galdón, G.** (1989). *Principios operativos de la documentación periodística*. Madrid: Dossat.

**Garbelini, M. d. F.** (2002). "El trabajo del documentalista y la gestión de la información en los medios de comunicación: nuevos retos y tareas profesionales". *Scire* (vol. 8, núm. 2). <http://ibersid.eu/ojs/index.php/scire/article/download/1177/1159>

**Giménez, E.** (2003). "Periodista y documentalista ¿Dos o uno?". *IV Congreso Nacional de Periodismo Digital*.

**Guallar, J.** (2011a). "Documentación y periodismo digital. Repertorio de productos documentales y ejemplos de buenas prácticas". *IX Coloquio Internacional de Ciencias de la Documentación: La documentación en los medios de comunicación*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 7-8 abril.

**Guallar, J.** (2011c). "Documentación fotográfica en la prensa. Casos de El país, El periódico y La vanguardia". *El profesional de la información* (vol. 20, núm. 4, pp. 392-398).

**Guallar, J.; Abadal, E.** (2009a). "Evaluación de hemerotecas de prensa digital: indicadores y ejemplos de buenas prácticas". *El profesional de la información* (vol. 18, núm. 3, pp. 255-269). [http://eprints.rclis.org/16899/1/epi09\\_guallar-abadal\\_evaluacion\\_hemerotecas.pdf](http://eprints.rclis.org/16899/1/epi09_guallar-abadal_evaluacion_hemerotecas.pdf)

**Guallar, J.; Abadal, E.** (2009b). "Fuentes de información sobre prensa digital: una propuesta de clasificación". *I Congreso internacional de ciberperiodismo y web 2.0*. Bilbao, 11-13 noviembre. [http://eprints.rclis.org/17176/1/Guallar\\_Abadal.pdf](http://eprints.rclis.org/17176/1/Guallar_Abadal.pdf)

**Guallar, J.; Cornet, A.** (2004). "Fuentes de información digitales en los centros de documentación de prensa: las bases de datos comerciales". *El profesional de la información* (vol. 13, núm. 2, pp. 107-117). <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2004/marzo/4.pdf>

**Guallar, J.; Cornet, A.** (2005). "Fuentes de información digitales en los centros de documentación de prensa: recursos gratuitos". *El profesional de la información* (vol. 14, núm. 4, pp. 107-117). <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2005/julio/9.pdf>

**Guallar, J.; Redondo, S.** (2009). "Fonts d'informació professionals de premsa. Una panoràmica". *12es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació*. Barcelona, 19-20 Mayo. <http://eprints.rclis.org/handle/10760/14644>

**López, J. L.** (2009). "Estudio de servicios y productos documentales en la prensa digital mexicana". *Documentación de las ciencias de la información* (vol. 32, pp. 93-132). <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/02104210/articulos/DCIN0909110093A.PDF>

**López, J. y otros** (1981). *Estudios de documentación general e informativa*. Madrid: UNED, Centro Regional de Las Palmas.

**Marcos, J. C.; Sánchez, J. M.; Serrada, M.** (2009). "Nuevos paradigmas periodísticos y documentales en los periódicos digitales: estudio de casos en España". *Investigación bibliotecológica* (vol. 23, núm. 49, pp. 43-65).

**Micó-Sanz, J. L.; Masip, P.; García-Avilés, 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. 18, núm. 3, pp. 284-290). [http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/13756/1/Masip\\_EPI.pdf](http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/13756/1/Masip_EPI.pdf)

**Moreiro, J. A.** (coord.) (2000). *Manual de documentación informativa*. Madrid: Cátedra.

**Palacios, M.** (2009). "La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: algunas consideraciones". *El profesional de la información* (vol. 18, núm. 3, pp. 270-276).

**Pareja, V. M.** (coord.) (2002). *Guía de Internet para periodistas* (pág. 196). Madrid: Centro de Información y Documentación Cindoc (CSIC).

**Pareja, V. M.** (2006). "Periodismo digital. Medios de comunicación en Internet". En: Ángeles Maldonado; Luis Rodríguez Yunta (coords.). *La información especializada en internet: directorio de recursos de interés académico y profesional* (pp. 237-276). Madrid: CSIC.

**Partal, V.** (2002). "Periodistes i documentalistes, on és la frontera?". *Conferència inaugural dels Estudis d'Informació i Documentació de la UOC*. Barcelona, 9 de marzo. <http://www.uoc.edu/web/cat/art/uoc/partal0402/partal0402.html>

**Paul, N.** (1997). "Media libraries and new media". *Poynter Institute online*. [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=5693&sid=26](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=5693&sid=26)

**Paul, N.** (2009). "Elegía del centro de documentación de prensa". *El profesional de la información* (vol. 18, núm. 3, pp. 249-254).

**Pérez, M. J.; Perea, M.** (1998). "El reto de crear noticias en línea. Análisis de la comunicación en línea actual y perspectivas de futuro". *Cuadernos de documentación multimedia* (núm. 6-7). <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>

**Rubio, M.** (2010). "Documentalistas de prensa, ¿cuál es vuestro oficio?". *El profesional de la información* (vol. 19, núm. 6, pp. 645-651). <http://hdl.handle.net/10760/15121>

**Rubio, M.; Blanco, J. C.** (2010). "Mejor que un buscador, un *encontrador*". *Documentación de las ciencias de la información* (vol. 33, pp. 273-287). <http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110273A.PDF>

**Schopflin, K.** (ed.) (2008). *A Handbook for Media Librarians*. Londres: Facet.

**Zamith, F.** (2008). *Ciberjornalismo. As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento.