

PRESENCIA Y USO DE INTERNET EN LAS REDACCIONES ELECTRÓNICAS DE LOS DIARIOS VASCOS Y NAVARROS CON EDICIÓN EN LA RED

Koldobika Meso Ayerdi
Universidad del País Vasco
koldo.meso@ehu.es

Javier Díaz Noci
Universidad del País Vasco
javier.diaznoci@ehu.es

Ainara Larrondo Ureta
Universidad del País Vasco
pdblaura@lg.ehu.es

Ramón Salaverría Aliaga
Universidad de Navarra
rsalaver@unav.es

Charo Sadaba
Universidad de Navarra
csadaba@unav.es

Rafael Cores Fernández-Ladreda
Universidad de Navarra
rcores@unav.es

Resumen:

Este estudio analiza el grado de penetración de Internet en las redacciones electrónicas de los diarios vascos y navarros con edición en la Web y estudia hasta qué punto la red está modificando las rutinas profesionales de los periodistas. Para ello se dispone de los resultados obtenidos de una encuesta realizada tanto a los responsables como a los periodistas que trabajan en las redacciones electrónicas de los periódicos mencionados.

Palabras clave: Internet, periodismo, rutinas periodísticas, País Vasco, Navarra.

1. Internet en las redacciones vascas

Los diarios vascos y navarros lanzaron sus respectivas ediciones en Internet de forma bastante temprana, aunque algunos lo hicieron con más celeridad que otros. Así, mientras que la edición en Internet de *El Diario Vasco* apareció ya

en agosto de 1995, fecha en la que apenas media docena de periódicos hispanos contaban con edición digital, *Berría* apareció en la red en junio de 2003. Entre ambos, *El Correo* (1996), *Diario de Noticias* y *Diario de Navarra* (ambos en 1998), *Deia* (1999) y *Gara* (2002), este último sustituto de *Egin* (que no llegó a tener una edición completa en Internet) y, cerrado éste mediante auto de la Audiencia Nacional, del provisional *Euskadi Información*, que, por sus especiales circunstancias, sí contó con su propio sitio web. En la actualidad, todos los diarios editados en el País Vasco y Navarra tienen versión electrónica¹ y cuatro de ellos están controlados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Sólo *Deia*, *Gara* y *Berría* se escapan a esa medición y control de la difusión.

Como fiel reflejo del dinamismo de la prensa vasca y navarra en Internet, pronto aparecieron los primeros trabajos en los que se trataba de describir y de analizar el nuevo fenómeno comunicativo. Se puede destacar el trabajo de Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996), pionero sobre la prensa digital; la obra de los ya mencionados Díaz Noci y Meso (1999); Armentia y otros (1999, 2000); Canga y otros (1999); Díaz Noci (2002); y los más recientes, el trabajo coordinado por Díaz Noci y Salaverría (2003); Salaverría y Sádaba (2003); Salaverría y otros (2004) y el del propio Salaverría (2005).

Paralelamente aparecieron los primeros proyectos de investigación que analizaban la cuestión de la prensa digital desde nuevas perspectivas. En este sentido, merece la pena destacar el proyecto de Cantalapiedra y Meso (2004); los desarrollados por el propio Meso (2004); o los concedidos por el Ministerio de Ciencia y Tecnología (2002-2004: BSO2002-04206-C04-03, *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*) y el más reciente por la UPV/EHU (2004-2006: UPV00017323H16005/2004, *El impacto de Internet en los medios de comunicación en el País Vasco*).

Ahora bien, en comparación con la cada vez más abundante bibliografía que aborda el tema de la prensa digital, es mucho más limitado el número de aportaciones que centran su interés en el análisis de la incidencia de Internet en la práctica profesional del periodismo o las expectativas que crea el nuevo medio entre los profesionales. Esta falta de trabajos que abordan el estudio de la presencia y uso de Internet en las redacciones de diarios vascos y navarros no es algo exclusivo del caso vasco y navarro, sino que, en mayor o menor grado, se hace extensible al resto de España. Incluso en otros países hasta la fecha existen pocos estudios de este tipo, aunque cabe reseñar algunos como los de Singer y otros (1999), Arant y Anderson (2001) y Lynch (2001).

Como se ve, escasean los estudios que analizan el uso de Internet en las redacciones y su incidencia en las rutinas periodísticas. Y en muchos casos,

¹ El estudio incluye el análisis de la presencia y uso de Internet en las redacciones digitales de 7 periódicos vascos y navarros con edición en la red. El diario *La Estafeta de Navarra*, cuya dirección en Internet era <http://www.laestafeta.com>, fue excluido de la investigación ya que la actualización de su sitio web se hacía de manera automática desde Burgos (ciudad sede de la empresa editorial de ese diario) una sola vez al día con los contenidos del periódico impreso. No existía una redacción electrónica como tal y sólo había en la redacción navarra una persona responsable de la misma, que se limitaba a gestionar el contacto con la redacción central en Burgos.

son muy amplios ya que abordan el tema desde la distancia, sin apenas centrarse directamente en el asunto concreto del impacto de Internet en las prácticas profesionales. Así, el Col.legi de Periodistes de Catalunya realiza desde 1992 encuestas dirigidas a analizar el profesional de la información en Cataluña. Algo parecido puso en marcha en 2000 el Consello da Cultura Galega. También se pueden destacar los trabajos de Cantalapiedra, Coca y Bezunartea (2000); y más recientemente los de los ya mencionados Díaz Noci (2001) y Meso (2002); y los profesores Pere Masip (2003) y Bella Palomo (2004)²; o el presentado en el último Congreso Nacional de Periodismo Digital celebrado en Huesca en enero de 2005.

2. Metodología y objetivos

El objeto de este trabajo de investigación es presentar los resultados obtenidos en el marco del proyecto de investigación concedido por Eusko Ikaskuntza (2004) que propone examinar el grado de penetración de Internet en las redacciones de los diarios electrónicos vascos y navarros y analizar cómo están cambiando las rutinas periodísticas. Con la colaboración de los diferentes periódicos vascos y navarros con edición en Internet, y durante el periodo de septiembre de 2004 a febrero de 2005³, se remitió a los profesionales que trabajan en las redacciones electrónicas un cuestionario. Desde un primer momento diferenciamos a los responsables de las ediciones en Internet (que recibieron un cuestionario formado por 66 preguntas) del resto del personal que trabaja en las mismas (cuyo cuestionario tenía 51 preguntas). Se recibieron 31 encuestas válidas de un total de 41 periodistas que trabajan en los diarios electrónicos vascos y navarros; es decir, el porcentaje de respuesta fue del 75,6%.

Este alto porcentaje es superior al estudio llevado a cabo con los responsables de 39 medios de comunicación españoles con edición en Internet (sobre un total de 70) y cuyos resultados –que mostraban una imagen congelada de la situación de los periodistas que trabajan en la red en España y de algunas de las características definitorias de esas empresas de comunicación- fueron presentados en enero de 2005 en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital celebrado en Huesca (CNPD, 2005); o a las investigaciones de los profesores Masip y Palomo a las que antes nos referíamos. A nuestro favor juega el hecho de que la cercanía física –y en ocasiones, la propia relación personal- con los responsables de las redacciones de los diarios vascos y navarros con presencia en la red nos ha facilitado alcanzar un porcentaje más elevado de respuestas.

Tal y como se recoge en la tabulación de los datos expuestos a continuación, la información solicitada a las redacciones electrónicas de los diarios vascos y navarros a través de las encuestas se divide en 5 grandes bloques:

² Esta misma autora defendió en el 2002 en la Universidad de Málaga la tesis *El uso redaccional de Internet en la prensa diaria española*.

³ El periodo de recepción se ha prolongado hasta principios de marzo de 2005 ya que se asumió la posibilidad de tener que ponernos en contacto telefónico con algunos de los entrevistados solicitando su colaboración a fin de poder conseguir un mayor número de encuestas.

- Uso de Internet
- El trabajo en el medio digital
- Aspectos técnicos
- Conocimientos y recuerdos en el uso
- Futuro de Internet

Por último, hay que tener en cuenta que son precisamente los responsables y los redactores de las redacciones electrónicas los que trabajan directamente con la red y reúnen todas las condiciones de acceso a la misma y, por tanto, son susceptibles de tener una mejor consideración de Internet y de sus posibilidades.

3. Resultados

3.1. Formación y titulación académica

¿Cómo funciona la redacción de un medio digital? ¿Qué estructura sociolaboral tiene? Según los resultados obtenidos, respecto a la formación, la titulación periodística supera a cualquier otra (Informática o Ingeniería, por citar dos titulaciones que hasta hace bien poco eran más frecuentes en las primeras redacciones electrónicas). A pesar de ello, en la actualidad, el 17,5% del personal lo conforman técnicos, frente al 62,5% que son periodistas. De cualquiera de las maneras, la corriente predominante es la formación de equipos de trabajo que combinan ambos perfiles. De hecho, todas las ediciones digitales de los diarios vascos y navarros cuentan con personal técnico y con periodistas.

Por lo que respecta a la titulación académica, el 100% de los responsables de las ediciones digitales de los periódicos analizados posee titulación universitaria de grado superior. Sin embargo, en el caso del resto del personal que conforma las redacciones electrónicas, pese a que la mayoría posee titulación universitaria de grado superior (86,9%), también lo hay de grado medio (8,7%) e incluso de bachillerato superior (4,4%).

Por lo que hace referencia al conocimiento de idiomas, el inglés lo domina un 47,4% de los encuestados, por delante del euskera (28%) y francés (17,5%).

3.2. Sexo

Desde el punto de vista del género, la cifra de mujeres encargadas de las ediciones digitales (4) supera a la de los hombres (3). Sin embargo, esta desigualdad no se mantiene entre el personal encargado de elaborar y mantener los contenidos para las ediciones en línea, acercándonos a una paridad entre sexos.

3.3. Edad

La novedad del medio no sólo ha permitido incrementar el nivel de concentración y generar un nuevo foco de empleo para la mujer, sino también configurar un equipo de trabajo para desarrollar el medio en línea con una edad

media fijada en los 30 años, lo que permite definirla como una plantilla joven. Ahora bien, en el caso de los responsables de estas ediciones digitales, la edad media se eleva hasta los 35/36 años.

El hecho de que sean jóvenes quienes tengan un mayor conocimiento y acercamiento a Internet invita a que algunas empresas encomienden tareas relacionadas con Internet a becarios –esta figura está presente en algunos de los medios digitales analizados-. Esto, lejos de representar simplemente un síntoma de la precariedad laboral en la que viven este tipo de periodistas, puede entenderse asimismo como una primera toma de contacto con el medio y con el mundo laboral. De hecho, son varios los periodistas que reconocen que comenzaron su andadura laboral siendo becarios para terminar formando parte de la redacción del medio. En otros casos, para atender las necesidades del nuevo medio se ha reciclado personal de las redacciones del periódico impreso.

3.4. Horario

Con Internet se incrementan las tareas y también las horas de trabajo. Sin embargo, un aspecto común que comparten estos nuevos perfiles es el horario. La mayoría de los periodistas consultados dispone de unas horas de entrada y salida fijas, pese a que nos enfrentamos a una redacción ‘abierta las 24 horas’. Todo el personal participa de principio a fin en la configuración del medio en línea, debido en parte al descenso tanto en coste como en complejidad de la fase productiva.

La posibilidad tecnológica se corresponde con la práctica, pese a que, en algunos casos, se le podría sacar un mayor aprovechamiento. Las redacciones digitales compiten cada vez más con las ondas hertzianas en cuanto a la oferta informativa se refiere y, asimismo, cada vez es más habitual la presencia en los cibermedios de secciones de Última Hora que obligan a los periodistas digitales a trabajar en tiempo real. La práctica totalidad de los diarios analizados reconocen que a lo largo del día se realizan varias actualizaciones del sitio web; en algunos casos, de manera constante y en otros, cuantificado (una media de 3 ó 4 veces al día).

La totalidad de los encuestados ha asumido una dinámica de trabajo acorde con las posibilidades del medio que elaboran.

En las redacciones digitales de los diarios vascos y navarros, la franja 16.00/20.00 horas concentra el momento de mayor actividad, si bien en ningún caso el trabajo rebasa la frontera de la media noche. Esto convierte a los periodistas de las ediciones digitales en el único grupo de trabajadores que no invierte horas nocturnas en su labor, a diferencia del personal de las versiones impresas.

Respecto a cuántas horas se destinan al desarrollo diario del medio digital, se rozan las ocho.

3.5. Reorganización de las redacciones

Tanto en el País Vasco como en Navarra, con el nacimiento de las ediciones en Internet se desarrollaron nuevos departamentos dentro de los diferentes medios que no eran consideradas propiamente redacciones. Ello era debido a que su función, en un primer momento, se limitaba a copiar y pegar los contenidos de la versión impresa y a que para el desarrollo de esta actividad se implicaba a personal que no eran propiamente periodistas –al menos era práctica habitual que estos departamentos estuvieran conformados por técnicos y redactores, si bien no en la misma proporción-.

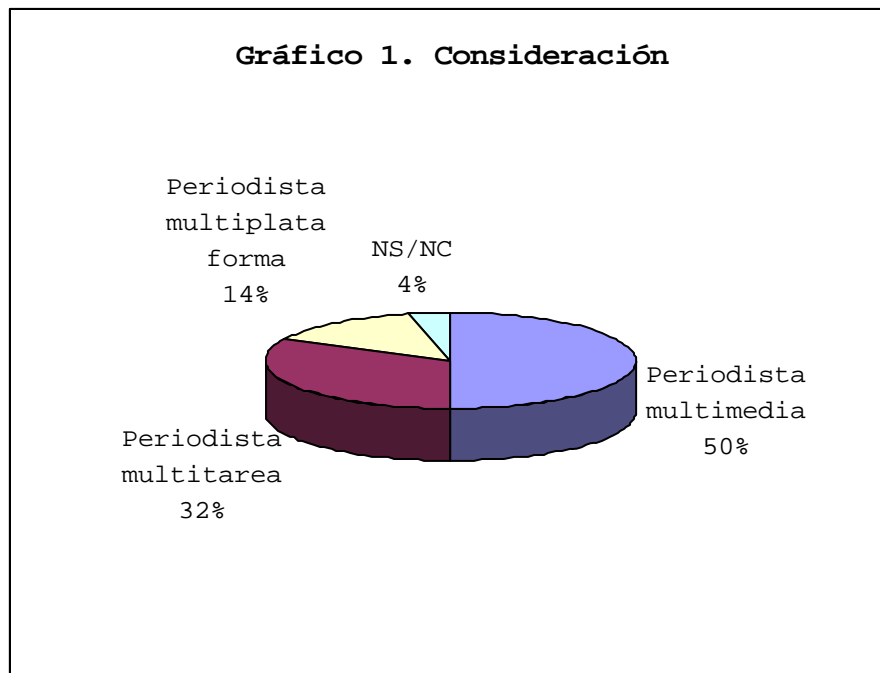
Con el paso del tiempo y a medida que estas ediciones digitales han ido cogiendo mayor peso y ganado más protagonismo, y una vez superada la resistencia al cambio, la propia evolución del negocio ha propiciado en la totalidad de los casos transformar esas primeras áreas o departamentos en redacciones al ampliar su personal e incluso al incrementarse su participación en la elaboración de contenidos propios e informaciones originales –centradas éstas en los apartados de Última Hora y Especiales-.

La aceptación del cambio ha estado precedida por un reforzamiento de las redacciones digitales con personal formado para afrontar positivamente la transición al nuevo entorno, y son muchos los profesionales que reconocen que su empresa ofrece un mejor servicio con la convergencia, entienden que son más competitivos y que, incluso, su perfil se ha revalorizado en el mercado laboral al obtener un reconocimiento de la profesión de periodista digital.

El modelo ideal de redacción surge de una combinación de las redacción tradicional con los equipos de producción de contenidos digitales, lográndose redacciones con una mayor capacidad de decisión individual –incluso generan contenidos exclusivos bajo la previa petición de los lectores-, con una mayor fluidez de diálogo, además de una cierta descentralización. Pese a que desaparecen algunos perfiles profesionales más convencionales, surgen otros nuevos, entre los que podríamos distinguir:

- Periodista multimedia
- Periodista multitarea, que asume múltiples labores de redacción, fotografía, edición... que antes era realizadas por distintas personas.
- Periodista multiplataforma, que sería aquel que elabora y difunde su información a través de múltiples canales.

En la actualidad, un porcentaje muy elevado de los encuestados (50%) se considera periodista multimedia, frente a quienes se autodenominan periodistas multitarea (32,1%) y periodistas multiplataforma (14,3%).



Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, también hay que apuntar el hecho de que el 90,3% de los encuestados cree que es necesario dominar los códigos tanto textuales como audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia para la edición digital.

3.6. Buscadores y proveedores de acceso a Internet

Por lo que se refiere al uso de navegadores, prevalece la confianza en Explorer, ya que más del 85% de los encuestados reconocen usarlo tanto en el trabajo como en el hogar. Ahora bien, también hay casos de diarios en los que disponen de más de un sistema de navegación (Explorer y Firefox).

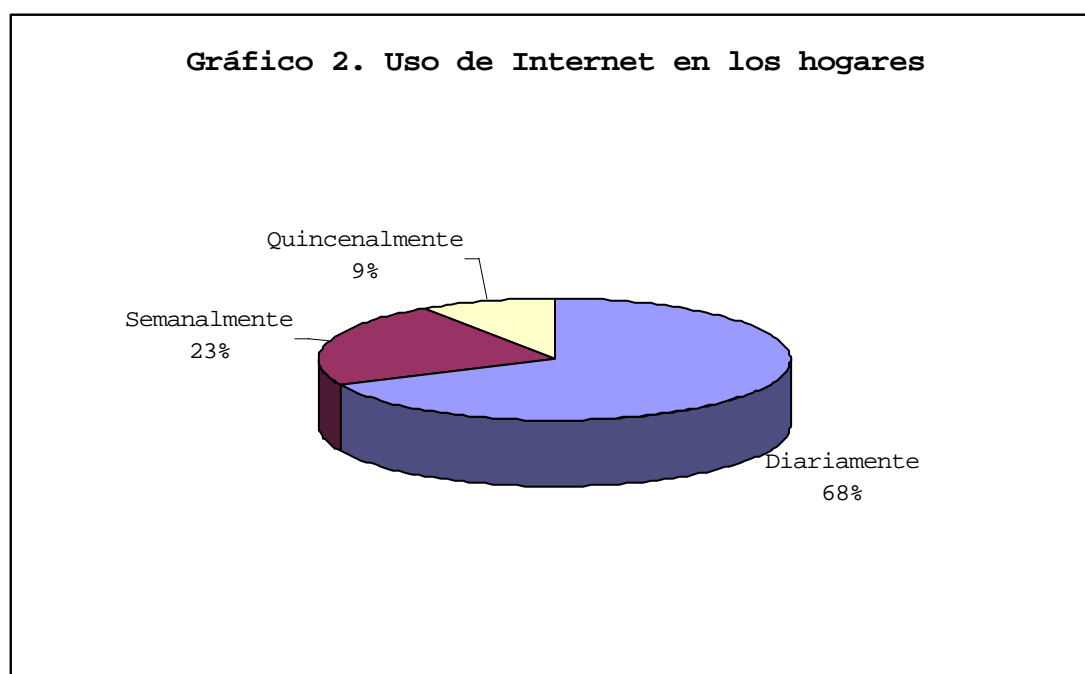
Quizás debamos hacer hincapié también en los proveedores de acceso a Internet. España es el país del mundo donde se ha generado el mayor número de proveedores de acceso a la red Internet. Esta heterogeneidad de agentes proveedores convierte en una ardua tarea hallar concentraciones destacables, ya que la tendencia general consiste en contratar los servicios de los ISP más cercanos geográficamente o a los que están ligados empresarialmente. A pesar de ello, y pese a esa amplia variedad de proveedores, en el caso que nos ocupa, se puede destacar que tres de los diarios (*El Correo*, *El Diario Vasco* y *Gara*) han optado por Sarnet (lo que supone un 37,5%). Los demás diarios estudiados se reparten entre los proveedores Euskaltel, Rackspace, Retena, Acens y CSA (todos ellos con un 12,5% cada una).

3.7. Acceso a la red y uso de Internet

El uso diario de Internet en la labor periodística se revela como una herramienta de trabajo más, necesaria para completar el ritual de la redacción de la información ya que se ha convertido en una fuente inagotable de documentación.

Respecto al uso que se le da al ordenador en la redacción, el 34,2% lo emplea para Internet, frente al 30,4% que lo hace para autoedición y el 27,8% para documentación. El 7,6% restante es para "Otros": tratamiento de fotografías, publicación de contenidos en html, etc.

Como no podía ser de otra manera, el acceso a la red está totalmente generalizado entre los periodistas digitales vascos y navarros. Según los datos recogidos, el 100% de los periodistas que respondieron a la encuesta reconocieron acceder a la red tanto en el trabajo (la mayoría desde hace más de 6 años) como en casa (en un porcentaje muy elevado desde hace 5 años). Ahora bien, el porcentaje de periodistas que disponen de acceso a Internet en sus hogares desciende hasta el 77,4%. Pero además, Internet se ha convertido en un medio de uso habitual, ya que el 100% lo emplea diariamente en el trabajo, bajando ese porcentaje hasta el 68,1% entre los periodistas que lo emplean diariamente en sus hogares.



Fuente: Elaboración propia

El correo electrónico, junto a la opción de ver otros medios y contrastar informaciones constituyen los servicios de Internet más extendidos entre los periodistas (Tabla 1) en el trabajo. Otro uso destacado es la obtención de ideas para la elaboración de contenidos. Bastante menos frecuente es el uso de Internet en las redacciones digitales para remitir o recibir colaboraciones.

Estos datos no difieren mucho en cuanto al uso que se le otorga a Internet en el hogar (Tabla 2), si bien en esta ocasión el uso personal que se hace de Internet es muy significativo.

Tabla 1: Uso de Internet en el trabajo

Correo electrónico	18,6%
Contrastar información	18,6%
Visionar otros medios	18,6%
Obtener ideas para la elaboración de contenidos	14,2%
Obtener imágenes	8,9%
Remitir o recibir colaboraciones	8,2%
Obtener software	4,5%
Personal	3%
<i>Newsgroups</i>	1,5%
Otros	3,9%

Tabla 2: Uso de Internet en el hogar

Correo electrónico	23,4%
Personal	21,3%
Visionar otros medios	18,1%
Contrastar información	11,7%
Obtener ideas para la elaboración de contenidos	10,6%
Obtener imágenes	5,3%
Obtener software	4,2%
<i>Newsgroups</i>	1,1%
Remitir o recibir colaboraciones	1,1%
Otros	3,2%

Tanto los responsables de las ediciones electrónicas vascas y navarras (100%) como los redactores que componen las mismas (95,5%) buscan habitualmente información en Internet.

Los periodistas prefieren como primera opción para realizar entrevistas o para contactar con sus fuentes de información el correo electrónico junto al teléfono (Tabla 3). En último lugar, el fax. Del mismo modo, el correo electrónico es la opción más empleada por las fuentes de información para contactar con los periodistas (39,1%) seguida del teléfono y del cara a cara (Tabla 4).

Tabla 3: Vías empleadas para contactar con fuentes de información, personas, etc.

Correo electrónico	37,1%
Teléfono	37,1%
Cara a cara	11,3%
Fax	3,2%
Otros	11,3%

Tanto el correo electrónico como la navegación por Internet ya no resultan desconocidos por los redactores vascos y navarros como lo demuestra el hecho de que mantienen una actitud poco convencional en el contacto con las fuentes. El fax es la opción menos favorecida ya que es la que requiere un mayor tiempo y esfuerzo porque implica escribir la nota, imprimirla, remitirla vía fax y esperar la confirmación de que la transmisión ha sido correcta.

Tabla 4: Vías empleadas por otras personas para contactar con los periodistas

Correo electrónico	39,1%
Teléfono	31,9%
Cara a cara	14,5%
Fax	10,1%
Otros	4,4%

Merece la pena señalar que el 95,6% de los entrevistados considera que es preciso conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales.

3.8. Nivel de confianza

Ocurre, sin embargo, que las diferencias entre los medios disminuyen cuando hablamos del grado de confianza que el periodista otorga a posibles orígenes de noticias. En este supuesto, un porcentaje muy alto de los encuestados opina que la relación cara a cara goza de la mayor de las confianzas frente al correo postal que sólo cuenta con un porcentaje muy pequeño (Tabla 5).

Tabla 5. Orden de preferencia de posibles orígenes de noticias

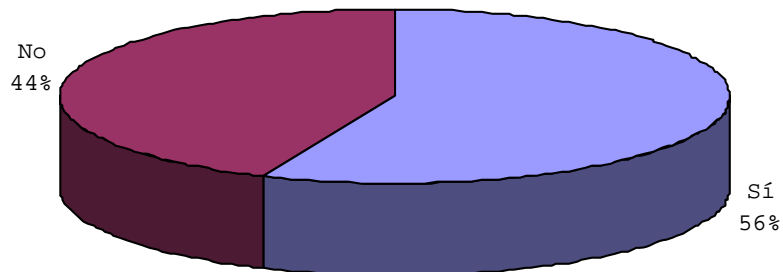
1	Cara a cara
2	Gabinete de prensa
3	Agencia de noticias
4	Prensa
5	Teléfono
6	Radio
7	Televisión
8	WWW
9	Correo electrónico
10	Fax
11	Correo postal

Ahora bien, es necesario señalar la apreciación que hace un buen número de las personas entrevistadas, quienes señalan que la confianza no la da el medio utilizado sino la fuente.

También todos los periodistas encuestados coinciden en señalar el incremento del uso de la red como vía para encontrar nuevas fuentes de información o expertos que puedan hablar de asuntos específicos.

Estos datos distan del porcentaje de periodistas que consideran que éstos están suficientemente preparados para utilizar Internet con eficacia en su trabajo (Gráfico 3).

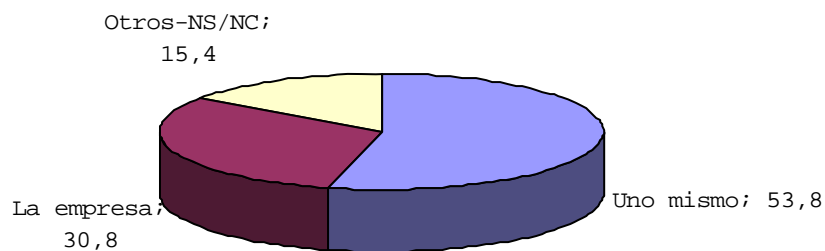
Gráfico 3. ¿Están los periodistas preparados para utilizar Internet?



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, sorprende que el 41% reconozca que el personal de las redacciones electrónicas no tiene acceso a cursos de actualización de conocimientos. Entre el 45,4% de los que opinan afirmativamente, la mayoría (53,8%) opina que la iniciativa en formarse sobre el uso de Internet para la práctica del periodismo partió de uno mismo (Tabla 7).

Gráfico 4. ¿De quién parte la formación sobre el uso de Internet?



Fuente: Elaboración propia.

Ante esa falta de preparación, el porcentaje es muy elevado (78,3%) entre los que opinan que muchos periodistas no usan, porque ni siquiera las conocen, numerosas fuentes de información que les podrían ser de gran utilidad por esa

falta de preparación. Ahora bien, son muchos también los que opinan que aquellos profesionales que no dominen Internet no serán competitivos en el futuro (73,9%). Nuevamente vuelve a ser prácticamente unánime (90,9%) la opinión a la hora de establecer que Internet ha ayudado a los profesionales a mejorar en su trabajo, a hacerlo más fácil y de mejor calidad.

3.9. Trabajo en la redacción electrónica

El entorno red generado por Internet ha influido en el trabajo diario del profesional del periodismo.

El 86,9% de los encuestados está convencido de que la aparición de Internet, además de haber propiciado una nueva forma de hacer y difundir la información, ha producido también una rápida evolución interna en la tecnología de las redacciones y en los procesos de producción informativa.

Ahora bien, obviamente, el trabajar en una redacción electrónica obliga a asumir ciertas responsabilidades que en ocasiones se transforma en que muchos de los periodistas (69,6%) vean que su trabajo se ha hecho más exigente; que tengan que trabajar más de prisa de cara a ofrecer contenidos de última hora (100%); y que pueden existir ciertos problemas de tipo ético o profesional (65,2%).

Pese a que desde el punto de vista del trabajo que desempeñan la mayoría se considera periodista multimedia (Gráfico 1), prácticamente la mayoría de los encuestados (83,3%) no dispone de aparatos de acceso móvil a Internet.

3.10. Beneficios e inconvenientes

La obtención de información rápidamente se convierte en el principal beneficio que Internet aporta a la labor periodística seguida de la posibilidad de interactuar con los lectores. Por el contrario, el ahorro económico es el peor considerado de entre los beneficios (Tabla 6). Sin embargo, trabajar con Internet también tiene sus inconvenientes. Son pocos los problemas que se identifican. Entre éstos (Tabla 7), la existencia de demasiada información de mala calidad es el principal inconveniente por delante de lo difícil que es establecer la credibilidad de una página web.

Tabla 6: Beneficios que aporta Internet a la labor periodística

Obtener información rápidamente	19,3%
Interactuar con los lectores	15,9%
Publicar fácilmente	13,8%
Encontrar fuentes	13,1%
Seguir la pista de temas noticiables	13,1%
Obtener nuevos temas	11%
Interactuar con los actores de las noticias	7,6%
Ahorro económico	5,5%
Otros	0,7%

Ningún encuestado reconoce no aplicar nunca las posibilidades que le brinda la red.

Tabla 7: Inconvenientes de Internet a la labor periodística

Demasiada información de mala calidad	38,7%
Difícil establecer la credibilidad de la web	25,8%
Difícil establecer la autoría de la web	14,5%
Demasiada información	11,3%
Difícil distinguir entre información independiente y propaganda	6,5%
Difícil encontrar información sobre un tema concreto	3,2%

Como ya hemos señalado con anterioridad, una de las principales aplicaciones de Internet es la lectura de periódicos y la búsqueda de información. En este sentido, no sorprende observar que diferentes diarios se encuentran entre las webs preferidas por los periodistas. Otros puestos privilegiados los copan buscadores y webs de instituciones, principalmente.

3.11. Los buscadores mas útiles

El 100% de los encuestados reconoce utilizar estos mecanismos de búsqueda de información, lo que convierte a los buscadores de Internet en herramientas imprescindibles para la labor periodística. Ahora bien, a pesar de la cada vez mayor importancia y empuje de los metabuscadores, un 66,7% se mantiene fiel a un único localizador de documentos web, prevaleciendo la hegemonía de Google (66,7%), muy lejos del segundo en importancia, Yahoo (11,1%).

3.12. En clave de futuro

Aunque la mayoría de los medios de comunicación digitales vascos y navarros optan por la opacidad y muestran sus reservas a la hora de desvelar aspectos económicos de la empresa, la mayoría de los responsables de los diarios de la muestra sí ha teorizado sobre el destino de sus partidas presupuestarias. Así, aunque la mayoría de los responsables de diarios digitales coincide en que el coste más cuantioso lo destinan a personal, también destacan la importancia que tienen el aspecto técnico y los contenidos. El segmento más ignorado es el de marketing.

Las empresas periodísticas son conscientes de que el lector no es aún partidario de pagar por unos contenidos que puede conseguir de manera gratuita. Por ello, sólo uno de los diarios vascos y navarros que han participado en la investigación, *Diario de Navarra*, admite ofrecer servicios de pago y no reducir a la publicidad su única fuente de ingresos⁴.

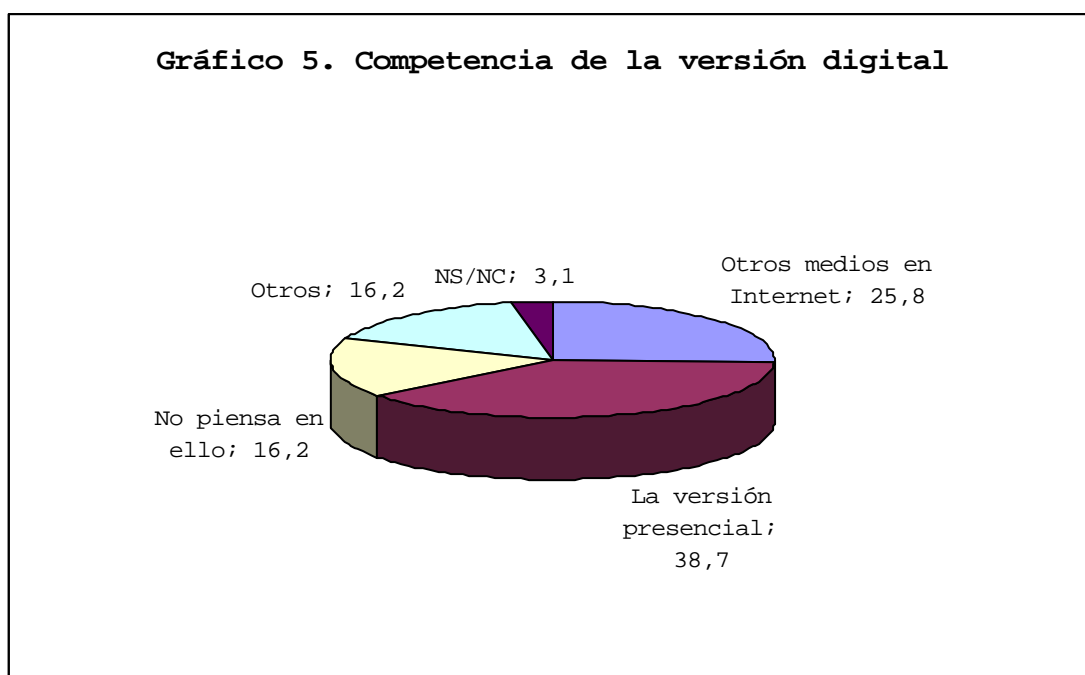
⁴ Se trataría de la edición impresa en html o en pdf, además de la hemeroteca pdf o html y la venta de fotografías y textos.

De cara al futuro, entre las claves para que un medio alcance el éxito en Internet se encuentran el diseño por delante de los servicios (Tabla 8). Entre los competidores de la versión digital del diario, los encuestados posicionan en primer lugar a otros medios presentes en Internet (38,7%) (Gráfico 5), teniendo que esperar entre 5 y 10 años para que las ediciones en línea superen, según la creencia de los periodistas digitales (48,3%), en lectores a las presenciales (Gráfico 6).

Tabla 8. Claves para que un medio alcance el éxito en Internet (por orden de preferencia)

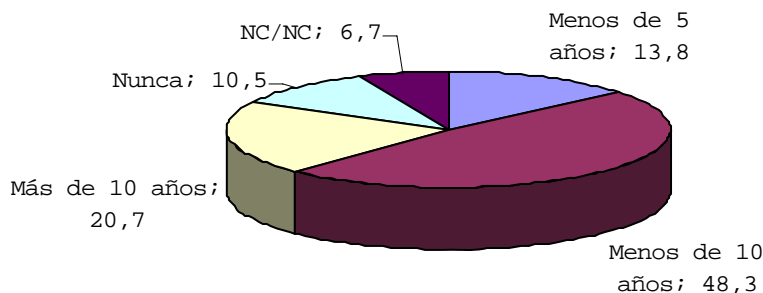
1	Diseño
2	Servicios
3	Personal
4	Actualización de contenidos
5	Otros

Por lo que respecta a ese "Otros", el mismo incluye desde el comercio electrónico hasta la facilidad de navegación, pasando por la accesibilidad, la animación, el rigor o la interactividad.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6. ¿Cuándo ganarán en lectores las ediciones digitales a las impresas?



Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones

El propósito de este trabajo era determinar el nivel de penetración de Internet en las redacciones de los diarios electrónicos vascos y navarros y, especialmente, analizar las características de uso. De los resultados obtenidos se puede afirmar que el uso de Internet es habitual y generalizado entre los periodistas digitales.

Más allá de la penetración de Internet en las redacciones, es mucho más interesante determinar el uso que de la red hacen los periodistas. Se puede observar (Tabla 12) que el correo electrónico y la World Wide Web (WWW) son los medios más empleados por los periodistas para desarrollar su labor periodística. Incluso por delante del teléfono y los periódicos. Se puede afirmar que dos medios tradicionalmente empleados por los periodistas –teléfono y la prensa- se ven complementados por el correo electrónico y los diarios digitales.

El correo electrónico se ha convertido en una herramienta ideal para los periodistas por su agilidad y su rapidez. En él, el periodista no sólo encuentra un eficaz medio de comunicación interpersonal con el que contactar con sus fuentes, sino que también puede utilizarlo para obtener información valiosa.

La Web, por su parte, se convierte en una importante base de datos en la que encontrar de forma rápida prácticamente todo lo necesario para contextualizar las informaciones recibidas y encontrar también información actualizada y en tiempo real sobre cualquier hecho que éste sucediendo en cualquier lugar del mundo. En definitiva, constituye una importante y potente herramienta de recuperación de información que nunca ha tenido un periodista.

Como se puede ver (Tabla 1), el uso más frecuente de la web es el correo electrónico, seguido del contraste de información y la consulta de otros medios.

El uso extensivo de Internet para consultar otros medios es una constante en todos los estudios realizados hasta el momento. De hecho, la red posibilita acceder a los contenidos de periódicos de cualquier parte del mundo, superando las limitaciones geográficas y temporales que impone la prensa en papel.

Para los periodistas de los diarios electrónicos vascos y navarros las principales ventajas que les proporciona Internet están claramente identificadas en la Tabla 6. La red les permite localizar información rápidamente, les ofrece la posibilidad de identificar nuevas fuentes para sus artículos y reportajes y les abre las puertas a nuevos hechos noticiables. Los periodistas encuentran en la red todo tipo de fuentes, de hecho tienen a su disposición las mismas tipologías que las disponibles fuera de la red.

Ante esta realidad, el desarrollo de las habilidades relacionadas con el uso de las tecnologías digitales, navegación por Internet, técnicas de búsqueda y recuperación de la información se convierten en un distintivo de competitividad para los periodistas. En este caso, sin embargo, sorprende que sólo el 45,4% reconoce que tiene acceso a cursos de formación en estas disciplinas (Gráfico 3). También está demostrado que la accesibilidad determina el uso de ciertos recursos de información, una accesibilidad que no se debe entender exclusivamente en términos de accesibilidad física, sino también en disponibilidad de fácil conectividad a redes, uso exclusivo de las terminales de acceso, etc. De hecho, el 100% de los encuestados reconoce que tiene acceso a Internet desde el lugar de trabajo. Sin embargo, este dato contrasta con el número de periodistas que disponen también de acceso a la red en el hogar. En este caso, el porcentaje se reduce al 77,4 %. Como consecuencia de esa accesibilidad a Internet en el trabajo, la satisfacción del periodista tiene una incidencia directa en la aceptación de los recursos que le ofrece Internet.

Por lo que se refiere a los principales inconvenientes asociados al uso de la red (Tabla 7), los periodistas encuestados los identifican fundamentalmente con demasiada información de mala calidad y la dificultad por establecer la credibilidad de la web. En parte, ello les obliga a dedicar tiempo y esfuerzo al proceso de autenticación de las fuentes y a duplicar el proceso de verificación cuando la información original procede de la red.

Ante ello, y para superar los problemas de la calidad de la información, se opta por la consulta de páginas web conocidas, merecedoras de confianza y de prestigio; un prestigio conseguido habitualmente fuera de la red. Así, los sitios más consultados corresponden a los de medios de comunicación tradicionales. Asimismo, los periodistas construyen su propio universo informativo de la red, formado por páginas que les ofrecen las máximas garantías y que incorporan a su colección de enlaces favoritos o *bookmarks*.

A modo de conclusión, podemos afirmar que el uso de Internet está absolutamente integrado en las rutinas profesionales de las redacciones de los diarios vascos y navarros. Con todo, Internet no es aún un medio indispensable para la práctica periodística, pese a que cada vez son más los ejemplos de informaciones que sólo se pueden realizar con la participación de Internet.

Como origen de un hecho noticiable, el correo electrónico y la Web merecen cada vez más confianza, frente a otros modelos tradicionales –cara a cara o el teléfono-. Por lo que al uso del correo electrónico se refiere, cada vez es mayor el porcentaje de encuestados que usan este sistema de comunicación para realizar entrevistas. El resultado es superior respecto al cara a cara o al teléfono, sistemas tradicionales en los que el periodista continúa teniendo sus principales aliados, además de las agencias de noticias o la prensa.

En definitiva, y al menos de momento, Internet provoca de forma progresiva un traslado de las actividades tradicionales al entorno digital. Lejos queda aún la aparición de nuevas tipologías o nuevas prácticas. Las razones de este traslado las podemos encontrar en la facilidad, en las ventajas que Internet presenta sobre las formas tradicionales, y en que su empleo sea además perfectamente compatible con los modelos tradicionales.

5. Bibliografía

ARANT, M.D.; ANDERSON, J.Q. (2001): "Newspaper Online Editors Support Traditional Standards", *Newspaper Research Journal*, 22, 4. Págs. 57-69.

ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI J.; y MESO, K. (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona, Ariel.

ARMENTIA, J.L; *et al* (2000): *El diario digital*, Barcelona, Bosch.

ARMENTIA, J.L.; ELEXGARAY, J.; y PÉREZ FUENTES, J.C. (1999): *Diseño y periodismo electrónico*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

CANGA, J.; *et al* (1999): *Diarios digitales: apuntes sobre un nuevo medio*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

CANTALAPIEDRA, M.J.; COCA, C.; y BEZUNARTEA, O. (2000): "La situación profesional y laboral de los periodistas vascos", *Zer*, núm. 9, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Págs. 335-355.

CANTALAPIEDRA, M.J.; MESO, K. (2004): "Presencia de los medios de comunicación vascos en Internet", *Mediatika*, núm. 10, San Sebastián, Eusko Ikaskuntza/Sociedad de Estudios Vascos. Págs. 9-76.

CNPD (Congreso Nacional de Periodismo Digital): "Licenciado joven y hijo, pero peor pagado: perfil del periodista digital en España" [web], 21 enero 2005. [http://www.aragondigital.es/coberturas/VI_congresoperiodismo/shnot.asp?notid=65986]

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

DÍAZ NOCI, J.; y MESO, K. (1999): *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, J. (2002): *El discurso digital*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA, R. (coords.) (2003): *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.

LYNCH, D. (2001): "Without a Rulebook: Cyberspace Presents Journalists with an Entirely New Set of Ethical Dilemmas", *American Journalism Review*, 20, 1, January/February. Págs. 41-45.

MASIP, Pere (2003): "Presencia y uso de Internet en las redacciones catalanas", en *Zer*, nº 14, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, p. 29-42.

MESO, K. (2004): "Los diarios electrónicos de provincias: el caso vasco", en *Mediatika*, nº 10, San Sebastián: Eusko Ikaskuntza/Sociedad de Estudios Vascos, p. 135-195.

PALOMO TORRES, M^a B. (2004): *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social.

SALAVERRÍA, R. y SÁDABA, C. (2004): *Towards new media paradigms: content, producers, organisations and audiences*. Pamplona: Ediciones Eunate.

SALAVERRÍA, R.; CORES, R.; DÍAZ NOCI, J.; MESO, K. y LARRONDO, A. (2004): "Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra", en *Comunicación y Sociedad*, XVII, nº 1, p. 161-189.

SALAVERRIA, R. (2005): *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.

SINGER, J.B.; THARP, M.P.; HARUTA, A. (1999): "Online Staffers: Superstars or Second-class Citizens?", en *Newspaper Research Journal*, 20, 3, summer, p. 29-48.