



# Rutinas productivas de un cibermedio nativo digital<sup>1</sup>

## Productive Routines of a Native Digital Cybermedium

(ESTUDIO DE CASO)

MAR IGLESIAS GARCÍA. Universidad de Alicante, Alicante, España. (Mar.iglesias@ua.es)

► Recibido: 01/marzo/2012 . Aceptado: 19/mayo/2012

### RESUMEN

Esta investigación estudia el funcionamiento de la redacción de *VilaWeb*, un cibermedio nativo digital de información general, escrito en catalán, que nació en 1995. La metodología empleada es la observación participante, durante dos meses, en la redacción del ciberperiódico, como parte de un estudio etnográfico más amplio. Así, se ha podido comprobar *in situ* cómo trabaja la redacción de un medio exclusivamente digital. La investigación concluye que se trata de una redacción colaborativa, donde hay un diálogo permanente entre sus miembros. Además, muestra que la espontaneidad, la versatilidad y la intuición marcan muchas de las rutinas de trabajo, porque cada noticia requiere un planteamiento diferente, en función de las declaraciones obtenidas, las fotografías o los videos capturados. La inmediatez y la actualización continuada son valores establecidos en la redacción, pero no comportan una falta de rigor, ya que la información es contrastada por varias fuentes.

**Palabras clave:** Rutinas productivas, redacción, observación participante, ciberperiódico, *VilaWeb*.

### ABSTRACT

*This research studies the productive routines of VilaWeb, a native digital cybermedium which provides general information, written in catalan and created in 1995. The methodology used is the observation with participation of the observer, during two months in the cyber journal's editorial office, as a part of a deeper ethnographic study. The research concludes that it is a collaborative work, where there is a constant dialogue between its members. Moreover, it shows that the spontaneity, versatility and intuition define a lot of the work routines, given de fact that each news requires a different planification, depending on the obtained declarations, photographs or videos. The immediacy and constant updating of the information are established values in the editorial office, but it does not entail a lack of rigor, given the fact that the information is contrasted by many sources.*

**Keywords:** *productive routines, newsroom, Participating Observation, cyberjournal, VilaWeb.*

<sup>1</sup> Investigación financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia de España, Plan Nacional de I+D+I. Proyecto N° CS0200913713C0504, "Evolución de los cibermedios españoles en el marco de la convergencia. Análisis del mensaje". Director: Javier Díaz Noci.

**1** Se utiliza esta denominación al ser la mayoritariamente aceptada por la comunidad académica, frente a periódico digital, diario digital, periódico online, etc., como se recoge en el *Manual de Redacción Ciberperiodística* (Díaz Noci y Salaverría, 2003, p. 17).

**2** <http://www.vilaweb.cat>

**3** Este ciberperiódico, implicado en movimientos educativos y campañas de promoción del catalán en la red, ha sido reconocido con varios premios, por ejemplo, el Premi Nacional de Periodisme de la Generalitat o el Premi d'Honor de la Fundació Jaume I. Sus elevadas cifras de audiencia han refrendado el modelo periodístico de *VilaWeb* como ejemplo de éxito. Según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) de febrero de 2012, *VilaWeb* supera el medio millón de lectores (537.613 usuarios únicos), siendo el ciberperiódico sin edición en papel más leído en Catalunya. [Http://www.ojdinteractiva.com](http://www.ojdinteractiva.com)

**4** La investigación completa se fundamenta en el estudio de caso, con el objetivo de obtener los datos necesarios para hacer un análisis global del cibermedio. Se emplea la metodología de observación participante para la recogida de datos, entrevistas en profundidad y se evalúa la calidad del hiperdocumento.

El nacimiento del ciberperiodismo<sup>1</sup> ha sido, sin duda, el cambio más influyente y transformador de la última década dentro de la gradual transformación de los procesos de producción y difusión de los medios de comunicación, a raíz de la incorporación de las tecnologías digitales. A mediados de los noventa ya había un buen número de publicaciones que apostaban tímidamente por la aventura de Internet. El número de internautas fue creciendo exponencialmente y en poco tiempo la red se consolidó como una fuente informativa insustituible, en especial en las redacciones de todos los medios de comunicación.

Desde el nacimiento de Internet, los ciberperiódicos han sido objeto de estudio en diversas investigaciones, aunque son un fenómeno relativamente reciente. Se han hecho trabajos de investigación sobre ciberperiodismo y sobre cibermedios, pero la mayoría se centran en un aspecto concreto, como por ejemplo la interactividad, en Rost (2006), o se han comparado diversos cibermedios, como *La Malla*, *El Periódico*, *CCRTV* y *Diari de Tarragona*, en Domingo (2006). Sin embargo, la mayoría de las investigaciones se han centrado en ediciones digitales de diarios que tienen un referente en papel. Tampoco es numerosa la investigación aplicada en cibermedios y en especial en aquellos que han nacido por y para Internet, es decir, los ciberperiódicos nativos digitales. Es por ello que se escogió el cibermedio *VilaWeb*<sup>2</sup> como objeto de estudio.

*VilaWeb* es el primer ciberdiario sin versión en papel que se creó en España (Díaz Noci y Meso, 1999; Graells y Vives, 2001; Iglesias, 2002; Díaz Noci, 2004; López García, 2008a), y se ha convertido en un referente dentro del mundo de la información digital en catalán (Corominas y De Moragas, 2000; Masip, 2002; López, 2002; Almirón, 2006; Iglesias, 2010<sup>3</sup>). Este estudio se incluye dentro del marco de una investigación más amplia, que analiza en profundidad *VilaWeb* desde su nacimiento en 1995.<sup>4</sup>

Esta investigación parte de la hipótesis de que el funcionamiento de la redacción de un cibermedio nativo digital es diferente al de las redacciones de medios tradicionales, así como de las ediciones digitales de esos medios. Según Fandiño (2002), el proceso de producción de información en un medio tradicional necesita recorrer un complicado camino hasta la emisión como producto informativo. Por otro lado, Carabajal (2009) afirma que las redacciones de los medios de comunicación han cambiado con la infinidad de posibilidades nuevas que brinda Internet, pero “la noticia antes de ser publicada es leída por al menos seis personas, debido al funcionamiento interno del medio que implica la corrección y evaluación de la noticia por las distintas jerarquías implicadas, como jefes de sección

entre otros” (Carabajal, 2009, p. 12). Esos tiempos se acortan en las ediciones digitales de medios tradicionales, pero siguen dependiendo de los contenidos del medio tradicional, que tienen prioridad (Carabajal, 2009, p. 13).

Es por ello que se plantea que un cibermedio nacido por y para Internet, al no tener un referente analógico, funciona de una manera más ágil, ya que no depende de los contenidos del medio de referencia para publicar, ni existe presión por retrasar la publicación hasta que aparezca la edición en papel. Se quiere comprobar cómo se planifica una redacción de un cibermedio nativo digital, si el trabajo es colaborativo y si la permanente actualización hace que el periodista publique su relato en cuanto lo termina, sin someterlo a complicados filtros o corrección previa.

## MARCO TEÓRICO

El nacimiento de los primeros medios en la red produjo una creciente atención de profesores universitarios e investigadores, que empezaron a describir y analizar el fenómeno. Investigadores de todo el mundo han explorado diversos aspectos del desarrollo de los cibermedios desde sus inicios. Se presenta a continuación una breve explicación de la tarea realizada en el ámbito internacional, que ha servido de referencia y apoyo teórico en esta investigación.

Según explica Díaz Noci (1997), en el ámbito internacional destacan entre los primeros estudios los realizados por Reddick (1995), sobre aspectos generales de la publicación de ciberperiódicos; el uso de Internet como fuente de información de Serge Guérin (1996) y el estudio sobre el diseño de Stephen Wilson (1995). En Estados Unidos, el invierno de 1996, la International Communication Association publicó un número entero de su revista *Journal of Communication* respondiendo a la pregunta “Why study the Internet?”, y la mayoría de los autores llamaban la atención sobre la llegada de la nueva tecnología desde diversas vertientes, sobre todo teóricas (Deuze, 1999, p. 378).

Además, se empezaban ya a estudiar los cambios en la escritura de los nuevos medios (Nelson, 1996; Nielsen, 1997) y también se hicieron los primeros estudios sobre determinados cibermedios (Collins y Bergé, 1994). Otros temas estudiados inicialmente fueron los nuevos hábitos de lectura (Chaptal, 1993), el hipertexto (Landow, 1994, 1997; Landow y Ducher, 1997) y especialmente interesantes para este artículo son las primeras reflexiones sobre las implicaciones que tiene Internet en la reorganización de las redacciones y en la actividad de los periodistas (Singer, 1997; Bastos, 2000).

Ya iniciado el siglo XXI hay que destacar una serie de estudios sobre el contenido de los ciberperiódicos y cómo este afecta la agenda pública (Althaus y Tewksbury, 2000; Eveland y Dunwoody, 2001; Haenens, Jankovski y Heuvelmans, 2004), y en especial los estudios sobre los cambios en las prácticas periodísticas (Boczkowski, 2002; Trench y Quinn, 2003; Trench, 2003) y las aportaciones sobre periodismo participativo (Gillmor, 2004; Bowman y Willis, 2005).

También cabe mencionar estudios sobre la redacción con hipertexto (Berger, 2000; Landow, 2006; Canavilhas, 2008), el nuevo lenguaje periodístico para Internet (Canavilhas, 2006; Deuze, 2004), la producción de noticias (Quinn, 2002; Cottle, 2003; Deuze, 2008) y sobre el uso de Internet de los periodistas (Middleberg y Ross, 2002; Neuberger, 2007)

Destacan también las investigaciones que se han centrado en las implicaciones que tiene Internet en la reorganización de las redacciones y en la actividad de los periodistas (Bar-doel y Deuze, 2001; Moreira, 2004; Singer, 2004), así como se han hecho estudios sobre la formación de los periodistas (Fidalgo, 2001; Deuze, Neuberger y Paulussen, 2004; Canavilhas, 2006; Pryor, 2006), que han establecido competencias y habilidades necesarias para adaptarse al mundo digital.

## METODOLOGÍA

En esta investigación se ha empleado la Observación Participante, así como las entrevistas en profundidad. Se ha hecho una observación sistemática y estructurada, que es una técnica que se emplea fundamentalmente en trabajos etnográficos, en los que el investigador se integra de manera más o menos activa y más o menos directa (selectiva) o indirecta (panorámica) en la vida cotidiana de un determinado grupo social.

La observación participante fue desarrollada como una estrategia para reunir datos entre los antropólogos que estudiaban culturas extrañas a principios del siglo XX y es utilizada hoy como una estrategia fundamental dentro de la etnografía. En la observación participante, el investigador está inmerso por un periodo de tiempo en un escenario elegido, para obtener una perspectiva interna del escenario o la cultura del grupo.

Así, la observación de conductas, de conversaciones, de las rutinas de producción, de la comunicación y del silencio, de la participación y del día a día, es una actividad cotidiana practicada casi ininterrumpidamente por todas las personas, y puede convertirse en una técnica científica para recoger información si se orienta, planifica, controla y verifica (Ruiz Olabuénaga, 1996). Por medio de este procedimiento, la observación cien-

tífica se formaliza como método de investigación y se diferencia de la observación ordinaria e informal.

La observación participante es una buena forma de obtener información sobre las rutinas de trabajo, las soluciones a los problemas cotidianos y las definiciones que enmarcan los productos y procesos. En la observación del trabajo de los participantes es determinante para anotar comportamientos, capacidades, limitaciones técnicas, etc. También Mauro Wolf (1991, p. 210) destaca la importancia de la observación participante, ya que permite la obtención sistemática de información y datos fundamentales para conocer las rutinas productivas en las empresas periodísticas.

No se trata solo de mirar, sino de buscar. Es una exploración intencionada que descubre la interpretación de lo que pasa. Requiere una preocupación por el contexto y una focalización que centra selectivamente la atención. Como explican De Ketele y Roegiers (1995, p. 21): “Observar es un proceso que requiere atención voluntaria e inteligencia, orientado por un objetivo final y organizador y dirigido a un objeto con la finalidad de obtener información”.

Pero algunos problemas y situaciones no son fácilmente visibles para el observador. Berger (2000, p. 113) argumenta que la observación es útil para obtener datos del presente y contextualización, pero también recomienda las entrevistas en profundidad para recuperar información sobre el pasado y el propio presente, así como para entender las actitudes y motivaciones de los sujetos investigados.

También la interpretación de los hechos recogidos plantea el problema de la objetividad/subjetividad. La interpretación tiene por misión permitir al investigador y los actores la comprensión de lo que sucede en el entorno, siguiendo un modelo teórico y sintetizando los conocimientos existentes al respecto. Por ello, el observador debe poner en relación los hechos recogidos con el marco teórico, anteriormente expuesto. La teoría es indispensable para llegar a la interpretación de los hechos.

La observación tiene un carácter libre y aunque se diseña un modelo de observación que conduzca a la identificación de las dimensiones categoriales de análisis del fenómeno investigado, no es una práctica elaborada a partir de una teoría precisa, aunque se hayan estructurado los ítems observables por áreas o contextos y se procuren sistematizar las observaciones. A partir de las dimensiones conceptuales que contienen las condiciones de la observación, los momentos en que se observa y el proceso mismo de la observación, se obtienen datos que proporcionan una idea de los parámetros relevantes, controla fenómenos

irrelevantes no previstos y permite paliar las limitaciones de la observación sistemática (de Ketele y Roegiers, 1995, p. 195).

La observación requiere de una herramienta que permita sistematizar lo que se observa, aunque la memoria tiene un gran valor porque permite retener momentos y situaciones en circunstancias en que el cuaderno y el lápiz no están al alcance o no se quiere hacer uso de ellos porque puede afectar el comportamiento de los sujetos de la investigación o alterar el entorno en el que se investiga. Pero siempre se recomienda que la observación se estructure de tal manera que se recopilen de manera precisa los hechos observados, siempre basados en aspectos que son de interés para la investigación (Díaz Noci y Palacios, 2009, p. 100).

Para sistematizar la recogida de información en esta fase, se elaboró un listado de las áreas observables, con una serie de cuestiones sobre las que se quería tener conocimiento, y enmarcando estas áreas en el contexto concreto en que se producía la observación. De esta manera, teoría y práctica se han articulado en el trabajo de observación y, como resultado, los datos han servido para nutrir los cuadernos de notas que conforman el diario de campo.

También se ha utilizado el registro fotográfico, sobre todo para captar imágenes de la redacción de *VilaWeb*. Puede ser valioso registrar una serie de eventos y actividades clave para un posterior reconocimiento de algunas actitudes, comportamientos y espacios que la memoria no retiene de manera tan precisa. Y, sobre todo, si se tiene claro que imagen y palabra son dos lenguajes diferentes y que cada uno aporta un nivel de información y de expresión valiosa y diferente para la comprensión del fenómeno estudiado.

Al terminar el periodo de observación, esta técnica proporcionó un documento valioso, el diario de campo, que permitió concentrarse sobre el terreno y analizar posteriormente la situación vivida.

La observación se llevó a cabo durante los meses de abril y mayo de 2009 y consistió en la estancia continuada de la investigadora en la redacción de *VilaWeb* durante la mayor parte de la jornada laboral. Posteriormente se hicieron entrevistas a los profesionales directamente implicados en la organización del cibermedio, para comprobar los datos de la observación participante y complementarlos.

Entre las áreas observadas destacan la estructura organizativa de la redacción de *VilaWeb*, la estrategia de gestión y organización del trabajo, el proceso de establecimiento de la agenda, los recursos disponibles y la influencia de la tecnología en la elaboración de noticias, los conocimientos técnicos y competencias

multimedia de los periodistas, la aplicación de las características específicas de Internet<sup>5</sup> en las noticias, las rutinas diarias y la presión de las noticias de última hora.

## RESULTADOS

Un cibermedio es un ente complejo, como cualquier medio de comunicación, y tiene muchas vertientes que influyen en su manera de hacer información. Por una parte, existe la complejidad de organizar los recursos humanos y técnicos, estar al día de los cambios tecnológicos, etc. Por otro lado, la rapidez con que se transmite la información hace que la actualización continuada de las noticias sea uno de sus elementos fundamentales.

La estructura de *VilaWeb* se encuentra influenciada por estos hechos y, además, es fruto de un modelo de hacer periodismo muy meditado por sus fundadores, Assumpció Maresma y Vicent Partal, dos periodistas con experiencia en medios de comunicación tradicionales que, en 1995, iniciaron un proyecto en Internet, cuando todavía no era conocido por el gran público. La base de su modelo periodístico es hacer información de calidad, independientemente del formato, con la lengua y la cultura catalana como referente cultural, geográfico y humano (Partal, 2007, p.72).

Se presenta a continuación la descripción de cómo es la redacción de *VilaWeb*, su equipo humano y los recursos técnicos, así como la planificación y su funcionamiento.

## LA REDACCIÓN

La redacción de *VilaWeb* está estructurada en función del flujo de información que generan los periodistas y las diferentes secciones que conforman el ciberperiódico. Por un lado, hay un apartado muy marcado de información de actualidad de última hora (denominada continuidad), con un flujo de información constante y, por otro lado, existen varias secciones: *VilaWeb TV*, los canales temáticos *VilaWeb Lletres*, *VilaWeb Gastronomia*, *VilaWeb Música*, *VilaWeb Tecnologia* y *VilaWeb Nit*, que producen contenidos con un flujo informativo más programado, aunque la mayoría también diarios, y otros, como por ejemplo, *Diari de l'Escola*, que producen contenidos semanales.

## El equipo humano

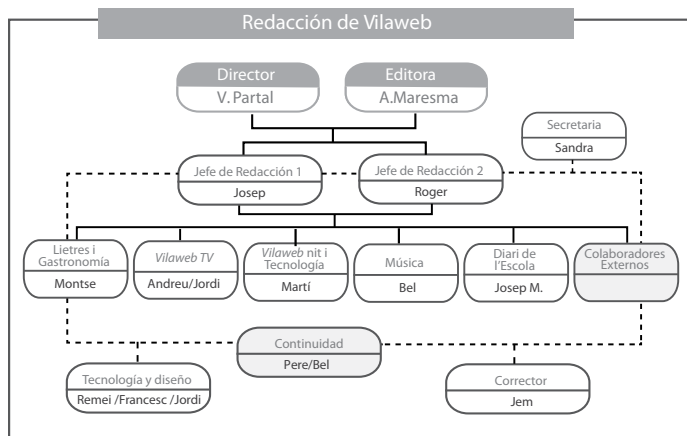
La redacción de *VilaWeb* está encabezada por el director y la editora de la publicación, Vicent Partal y Assumpció Maresma, según se puede ver en el organigrama de la Figura 1. A continuación en la cadena de mando hay dos jefes de redacción, que coordinan las tareas informativas,

5 Interactividad, hipertextualidad, multimedialidad, actualización continuada.

uno en horario de mañana, que coordina la continuidad y los recursos humanos, y el otro en horario de tarde, que coordina también continuidad, el cierre de la jornada y el apartado audiovisual. Por lo que respecta al apartado de continuidad, hay una periodista que trabaja en horario de mañana-tarde (de 10 a 19 horas) que también se hace cargo de *VilaWeb Música*, y otro redactor que trabaja en horario de tarde-noche (de 16 a 24 horas).

Además, en *VilaWeb TV* trabajan un periodista y un técnico audiovisual a jornada completa, mientras que *VilaWeb Lletres* tiene una periodista en exclusiva, y otro redactor se encarga de *VilaWeb Nit* y *VilaWeb Tecnologia*. También forma parte del equipo el redactor de la sección *Diari de l'Escola*, que produce contenidos semanales, dirigidos especialmente a la comunidad educativa. Además, los miembros de la redacción reciben apoyo por parte del jefe de estilo (corrector), así como del departamento de tecnología y del de administración (Figura 1).

**Figura 1. Organigrama de la redacción de VilaWeb**



Fuente: Elaboración propia

Por lo que respecta a la capacitación de los redactores, son polivalentes tecnológica y temáticamente, aunque hay tareas de las cuales se encargan solo algunos redactores, y también hay una cierta especialización temática, como es el caso de *VilaWeb Letras* o *VilaWeb Música*.

En cuanto al ritmo de trabajo, Josep Casulleras, uno de los jefes de redacción, explica que:

La continuidad de la portada a lo largo de la jornada está en manos de dos personas, una de mañana y otra de

tarde. Detrás de estas hay siempre una persona más, el jefe de redacción, que coordina los contenidos, hace de refuerzo redactando también noticias y, por otra parte, trabaja preparando previsiones. Además, el director está también siempre al hilo de la actualidad, propone temas y decide la jerarquización de las noticias, en coordinación con el jefe de redacción y los periodistas, mientras que la editora también participa de forma más puntual, proponiendo temas y el enfoque de las noticias (Casulleras, comunicación personal, 13 de abril, 2010).

Para cubrir los fines de semana y los días festivos se hacen guardias, que son rotatorias y se puede trabajar desde casa o desde la redacción. Se debe estar pendiente durante todo el fin de semana de actualizar la portada y vigilar lo que pasa. El trabajo del corrector empieza cuando las noticias ya están preparadas para publicarse.

### Recursos técnicos

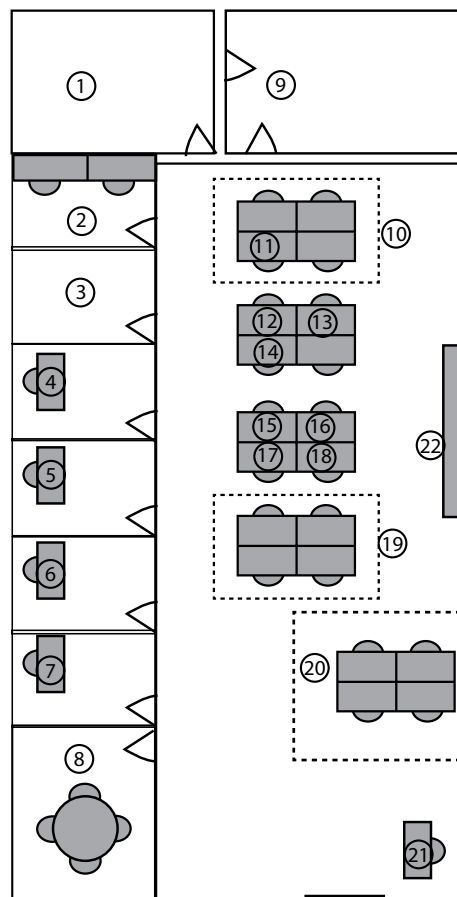
El espacio físico de la redacción se encuentra en la calle Ferlandina 43, en el barrio del Raval de Barcelona, y se inauguró al mismo tiempo que se presentó una nueva maqueta de VilaWeb, el 24 de noviembre de 2009.

La distribución de los espacios y la ubicación de los periodistas se planificaron cuidadosamente, ya que el local se reformó por completo teniendo en cuenta el uso que se le debía dar. Así, hay una gran sala rectangular donde están las mesas de los miembros de la redacción y a su alrededor se distribuyen los despachos, un plató de televisión, una sala de edición, un patín y una sala de reuniones (ver figura 2).

La disposición de las mesas favorece la comunicación entre todos los miembros de la redacción, el director y la editora (en los despachos con cristales). Para tener rápido acceso a la información de última hora, los jefes de redacción y los periodistas encargados de continuidad están en las mesas más cercanas de lo que se denomina el Tótem. Se trata de un mural audiovisual, con dos pantallas, donde se puede seguir simultáneamente tres canales de televisión y la actualización continuada de titulares con RSS de diferentes cibermedios.

Esta estructura favorece el intercambio de información entre los redactores, la dirección y los técnicos. Destaca el trabajo colaborativo en la redacción, ya que mientras los redactores de continuidad y el redactor jefe preparan noticias y actualizaciones de portada, otros miembros de la redacción les aportan información y proponen entrevistas a personas relacionadas, enlaces y fotografías.

**Figura 2. Esquema con la distribución de la redacción de VilaWeb.**



- |                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. Plató de Televisión        | 13. Técnico VilaWeb TV          |
| 2. Sala de edición vídeo      | 14. Periodista VilaWeb Letras   |
| 3. Sala reciclaje             | 15. Jefe de redacción TV        |
| 4. Despacho dirección         | 16. Redactor continuidad mañana |
| 5. Despacho gestión y edición | 17. Jefe de redacción           |
| 6. Publicidad y marketing     | 18. Redactor continuidad tarde  |
| 7. Despacho                   | 19. Colaboradores               |
| 8. Sala de reuniones          | 20. Contenidos y administración |
| 9. Patio exterior             | 21. Secretaría de redacción     |
| 10. Informática y diseño      | 22. El Tótem                    |
| 11. Jefe de tecnología        |                                 |
| 12. Periodista VilaWeb TV     |                                 |

Fuente: *Elaboración propia*

**Figura 3. Imágenes de la redacción**



*Plató de televisión*



*Sala de edición*



*Visión general de la redacción*



Salón de actos



Mesa de continuidad



Visión general de la redacción

Fuente: VilaWeb

En cuanto a la producción audiovisual, el plató de televisión está equipado con tres cámaras de estudio, con conexión directa a la mesa de realización, foco, croma, micrófonos, monitores de televisión, interconectores y un mobiliario básico. La sala contigua es la de edición, en la que se encuentra la mesa de realización, pantallas y un ordenador para capturar, y que sirve también para emitir en directo (Figura 4). El programa que se utiliza para hacer el montaje audiovisual es el Final Cut Studio. A partir de este programa, las piezas audiovisuales tienen un formato MOV de Quicktime que se codifica al formato MP4 para hacer *podcast* y en formato FLV para subir a la Web. Estos archivos se cargan en el servidor de VilaWeb vía FTP. Por lo que respecta en las cámaras de calle, se utilizan dos Sony HDV1 compactas, con cintas mini DVD, con los correspondientes trípodes, micrófonos de alcachofa y de corbata.

Además, el local tiene un salón de actos que se utiliza a veces también como plató, otra sala de reuniones y, en la segunda planta, una cocina-comedor. Todas las estancias del edificio están pensadas para estar abiertas al público, ya que uno de los objetivos del ciberperiódico es estar en constante contacto con la realidad y en especial de su entorno más inmediato, el barrio del Raval.

#### Planificación

Para planificar el trabajo periodístico, los lunes se hace una reunión con todos los miembros de la redacción para analizar cómo han ido los días anteriores y determinar los temas que se cubrirán en los días siguientes. En esta reunión, que tiene lugar en el salón de actos y que conduce habitualmente el director, se hace un repaso de las previsiones informativas que se han ido introduciendo en la agenda de la redacción. Así, se detalla el tipo de cobertura que se hará a las diferentes actividades, si se hará vídeo o no, se decide qué redactores se encargarán de seguir los acontecimientos y se establece un debate entre todos sobre el enfoque que se debe dar a algunas de las noticias.

Además, los redactores de las diferentes secciones explican los temas que tienen previstos, que también son comentados entre todos, y se escoge el tema de la encuesta de la semana. El talante de la reunión es participativo y tanto el director como la editora y los redactores aportan información y opinan sobre las diferentes cuestiones.

En estas reuniones participa también el jefe de estilo de VilaWeb, Jem Cabanes, quien hace un repaso de las cuestiones lingüísticas y errores que ha encontrado en su trabajo de corrección a lo largo de la semana. Así, se recuerdan algunas normas del libro de estilo.

Además de la reunión de redacción semanal, se hace una reunión mensual con los jefes de cada área de la empresa. En este caso, la reunión es conducida por la editora y se coordinan temas de recursos humanos y técnicos, así como se abordan nuevos proyectos.

### Trabajo diario

La portada de *VilaWeb* se actualiza tantas veces como sea necesario a lo largo del día, pero hay una hora importante establecida, que es la publicación automática de las seis de la mañana. Todas las noticias se renuevan a esta hora y aparecen las que han sido preparadas a lo largo de la tarde-noche. Previamente, a lo largo de la madrugada, el jefe de estilo las ha corregido. Es a las ocho de la mañana cuando se incorpora al trabajo el jefe de redacción, que repasa la última hora de las agencias e incluye alguna noticia si lo cree necesario. Además, revisa el correo electrónico y repasa los diarios de la jornada. El redactor jefe, Josep Casulleras, explica que “a las 6 de la mañana se genera una visión nueva. Quien entra por la mañana debe procurar que hacia las 9 esté perfecta la portada. Las cosas de interés que han pasado durante la madrugada deben aparecer” (Casulleras, comunicación personal, 13 abril, 2010).

Además del cambio de portada a las 6 de la mañana, de lunes a viernes hay unos ritmos de actualización que se tienen presentes en función de las audiencias y del flujo de conexiones que hay según la hora del día. Según explica Vicent Partal “la lectura de los logs que evalúan todo el tráfico en nuestros servidores indica que hay una punta destacada de audiencia a las nueve de la mañana, y desprendida, alrededor de las dos del mediodía y entre las cinco y las seis de la tarde; son los momentos álgidos de consulta” (Partal, 2010). Por eso, la redacción de *VilaWeb* tiende a actualizar la información de manera especial cuando se acercan estos hitos horarios. Por otra parte, a las 20 horas se publica la sección de *VilaWeb Nit*, que es una noticia-reportaje de un tema relacionado con la actualidad, pero más pensada y con muchos enlaces, para los lectores que quieren profundizar. Después, el jefe de redacción y el redactor de continuidad de tarde se encargan de preparar la que será la portada del día siguiente, que se actualizará automáticamente a las 6 de la mañana, y así vuelve a empezar el proceso.

En cuanto a la actualización de noticias de última hora a lo largo del día, los redactores están siempre pendientes de lo que está pasando, desde las webs de las agencias de noticias, la radio, las televisiones y el correo electrónico, pero “sin caer en la vorágine de la actualidad desbocada y sin

sentido” afirma Partal (comunicación personal, 20 abril, 2010). Existe la presión de la última hora, pero no es obsesiva. Según explica el otro jefe de redacción, Roger Cassany, “estamos pasando del concepto americano de *breaking news* al *slow breaking news*. Se quiere tender más a resaltar la producción propia elaborada a fondo” (Cassany, comunicación personal, 14 abril 2010). Así, los redactores de continuidad pueden elaborar en un día normal alrededor de seis o siete noticias; los periodistas de los canales temáticos hacen una o dos y *VilaWeb TV* tiene planificada habitualmente una noticia diaria, aunque puede ser más según sea necesario, en colaboración con cualquier tema que necesite audiovisual, sea de continuidad o *VilaWeb Música*, por ejemplo. Josep Casulleras afirma que “se trata de dar dinamismo a la portada, no puede ser estática. A veces, la actualidad te la mueve necesariamente, porque hay un acto, o unas declaraciones exclusivas. Pero hay veces que tienes una portada a las 9 de la mañana y se acercan las 11 y no debes esperar que pase algo, debes tener recursos para encontrar cosas de interés” (Casulleras, comunicación personal, 2010).

Por otro lado, hay que destacar que las noticias de *VilaWeb* habitualmente no van firmadas por los redactores, ya que en una misma noticia pueden intervenir muchos de ellos y se considera un trabajo de equipo. Así, solo se firman los reportajes o noticias más extensos e individuales.

Por lo que respecta a las fuentes de información que se utilizan, las fuentes directas son habitualmente entrevistas telefónicas, entrevistas en la redacción, asistencia a rueda de prensa y actos, así como las notas de prensa que llegan a la redacción por correo electrónico, además de Twitter y Facebook. Como fuentes indirectas están los otros medios de comunicación, con las pantallas de televisión (el Tótem) que usualmente tiene sintonizados los canales *CNN*, *3/24*, *24h*, y que van cambiando según el lugar en el que se esté produciendo un tema de actualidad. Otras fuentes son los titulares de otros cibermedios que se van actualizando con RSS, también en las pantallas, la radio, los diarios de papel, otros ciberperiódicos, blogs, webs y agencias de noticias.

Desde la redacción se está también siempre pendiente de las aportaciones de los lectores, que llegan por correo electrónico, Twitter y Facebook. Aunque *VilaWeb* no posee un espacio directamente en cada noticia para que los usuarios hagan comentarios, se considera que la audiencia es capaz de aportar ideas y valoraciones a las noticias. Por ello, también se tiene en cuenta el contenido de los blogs de los usuarios, y en ocasiones se pide a los lectores que envíen fotografías



y datos sobre acontecimientos relevantes. En este aspecto, el uso de Twitter en la redacción se ha demostrado muy útil. Por un lado, ha servido para obtener información e imágenes de primera mano sobre algún acto de interés informativo; también se ha utilizado como soporte y distribución de noticias de última hora, que han aumentado el número de visitas al ciberdiario; se usa además como espacio de participación, colocando un módulo en la portada de VilaWeb, en el que los usuarios pueden dar su opinión sobre un tema en concreto, desde sus cuentas de Twitter.

## CONCLUSIONES

Después de un análisis detallado de los resultados de la Observación Participante, esta investigación concluye que en lo que respecta a planificación en la redacción y sus rutinas productivas, aunque los recursos humanos son limitados, hay una disposición coherente y se ha estructurado físicamente la redacción para fomentar la comunicación creativa entre las diferentes áreas, con espacios abiertos y sin divisiones. Además, se tiende a la polivalencia de los redactores, cosa que simplifica los procesos y facilita la multimedialidad de las noticias.

También se concluye, por una parte, que se trata de una redacción colaborativa, donde hay un diálogo permanente entre sus miembros; de otra, que la espontaneidad, la versatilidad y la intuición marcan muchas de las rutinas de trabajo, porque cada noticia requiere un planteamiento diferente, en fun-

ción de las declaraciones obtenidas, las fotografías o los videos capturados. Al mismo tiempo, la inmediatez y la actualización continuada son valores establecidos en la redacción, pero ni son obsesivos ni comportan una falta de rigor, ya que la información es contrastada con varias fuentes.

De los datos recogidos se desprende también que el funcionamiento de la redacción del cibermedio nativo digital es diferente al de las redacciones de medios tradicionales, así como de las ediciones digitales de esos medios. Si el proceso de producción de información en un medio tradicional necesita recorrer un amplio camino hasta su emisión (Fandiño, 2002), se ha observado que en este cibermedio los tiempos de producción son muy breves. Desde el momento en que se toma la decisión de publicar una noticia hasta que llega al lector, no existe más filtro que el diálogo en la redacción y la supervisión del jefe de redacción. Asimismo, al no tener un medio analógico de referencia, no existen condicionantes sobre la producción de información, ni existe una dependencia de los contenidos respecto al medio de origen.

En cuanto a la aplicación de las principales características específicas de la información en Internet (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización continuada) destaca en la redacción de VilaWeb el interés por incluir enlaces en todas las noticias, se aportan contenidos multimedia, se atiende y se interactúa con los usuarios y el ritmo informativo de la portada está marcado por la actualidad más reciente.

## REFERENCIAS

- Almirón, N. (2006). Pluralismo en Internet: el caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso. *Ámbitos*, 15, 9-31. Recuperado de <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos%2015/15almiron.pdf>
- Althaus, S. L. y Tewksbury, D. (2000). Differences in knowledge acquisition among readers of the paper and online versions of a national newspaper. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(2), 457-479.
- Bardoel, J. y Deuze, M. (2001). "Network journalism": Converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, 23(3), 91-103.
- Bastos, H. (2000). *Jornalismo eletrônico: internet e reconfiguração de práticas nas redações*. Coimbra: Minerva.
- Berger, A. (2000). *Media and Communication Research Methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Boczkowski, P. J. (2002). The development and use of online newspapers: What research tells us and what we might want to know. En *The handbook of new media* (pp. 270-286). London: SAGE Publications.
- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Stanford: The Media Center at the American Press Institute.
- Canavilhas, J. M. (2006). Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança. *Comunicação e Sociedade*, 9 (10), 113-119.
- Canavilhas, J. M. (2008). *Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico Para la www*. Covilhã: Livros LabCom.
- Carabajal, L.Y. (2009). Rutinas productivas y criterios de noticiabilidad en diarios digitales. El caso de diario de Cuyo Digital de San Juan. *XIII Jornadas de la Red Nacional de Inversores en Comunicación*
- Chaptal, A. (1993). Les habits neufs du multimédia. *Médiaspouvoirs*, (31-32), 203-212.
- Collins, M. P., y Bergé, Z. L. (1994). IPCT journal: A case study of an electronic journal on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science* 45 (10), 711-776.
- Corominas, M.; De Moragas, M. (2000). *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Barcelona: Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cottle, S. (2003). *News, public relations and power*. Sage Publications Inc.
- De Ketele, J.M. y Roegiers, X. (1995). *Metodología para la recogida de información*. Madrid: La Muralla.
- Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: An Analysis of skills and standards in an online environment. *International Communication Gazette* 61(5), 373-390.
- Deuze, M. (2004). Journalism studies beyond media: On ideology and identity. *Ecquid Novi: AJS* 25 (2): 275-293. Recuperado de <http://ajs.uwpress.org/cgi/content/abstract/25/2/275>.
- Deuze, M. (2005). Towards professional participatory storytelling in journalism and advertising. *First Monday*, 10 (7). Recuperado de <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/rt/prtprinterfriendly/1257/1177>.
- Deuze, M. (2008). Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5, 4-24.
- Deuze, M., Neuberger, C. y Paulussen, S. (2004). Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands. *Journalism Studies*, 5(1), 19-29.
- Díaz Noci, J. (1997). Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet. *Zer*, 2, 35-54
- Díaz Noci, J. (2004). Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en Internet. *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 59, 54-61.

- Díaz Noci, J. y Meso, K. (1999). *Periodismo en Internet*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad País Vasco.
- Díaz Noci, J. y Salaverria, R. (Eds.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Díaz Noci, J. y Palacios, M.(Eds.) (2009). *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Domingo, D. (2006). *Inventing online journalism. Development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms* (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Recuperada de [<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1219106-153347/index.html>]. Consultado el 12/05/2009]
- Eveland, W. P. y Dunwoody, S. (2001). User control and structural isomorphism or disorientation and cognitive load. *Communication Research*, 28(1), 48–78.
- Fandiño, X. (2002). El profesional de la información y la televisión pública en la era digital. *VII IBERCOM. Presente e Futuro das Profissões de Comunicação*. Oporto.
- Fidalgo, A. (2001). O ensino do jornalismo no e para o século XXI. *Comunicação e Sociedade On-line*. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt>
- Gillmor, D. (2004). Making the News: Draft of Chapter 3. *E-journal. News, Views and a Silicon Valley Diary*. Recuperado de <http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor/archives/000924.shtml>
- Graells, J. y Vives, N. (2001). *Administració, societat, llengua i Internet*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Guérin, S. (1996). *La cyberpresse: la presse et l'écrit off line, on line*. Paris: Hermès.
- Haenens, L., Jankowski, N. y Heuvelman, A. (2004). News in online and print newspapers: Differences in reader consumption and recall. *New media & society*, 6(3), 363–382.
- Iglesias García, M. (2002). Vilaweb: un mitjà de comunicació glocal. En R. López Lita, (Ed.) *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 313-318).Castellón: Servei de Publicacions Universitat Jaume I.
- Iglesias García, M. (2010). *Un model de periodisme per a la Xarxa: el cas de VilaWeb* (Tesis doctoral) Facultad de CC. Económicas. Universidad de Alicante, España
- Landow, G. P. (1994). *Hyper/text/theory*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Landow, G. P. (1997). *Hypertext 2.0: The convergence of contemporary critical theory and technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Landow, G. P. (2006). *Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Landow, G. P. y Ducher, P. (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- López, B. (2002). Esperanzas en la Red: Vilaweb como ejemplo exitoso de medio de comunicación on line en una lengua minoritaria. *University of Wales Press*, 6, 37-57.
- López García, G. (2008a). Los medios valencianos en la Red: orígenes, evolución y balance de conjunto. En G. López García, *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: Cibermedios, confidenciales y weblogs*. València: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- López García, G. (2008b). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: Cibermedios, confidenciales y weblogs*. València: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- Masip, P. (2002). Role of online information on news reporting in Catalan newsrooms. *23rd Conference and General Assembly IAMCR*. IAMCR. Barcelona.
- Middleberg, D. y Ross, S. (2002). *Change and Its Impact on Communications: 8th Annual National Survey, 2002*. Middleberg Euro RSCG: Columbia University Graduate School of Journalism.

- Moreira, I. M. (2004). *A Internet eo novo papel do jornalista*. Covilhã: Livros LabCom.
- Nelson, W.H. (1996). Writing for Internet. An E-Style Guide? Wade Nelson's Website. Recuperado de <http://www.wadenelson.com/estyle.html>.
- Nielsen, J. (1997). Be Succinct! (Writing for the Web). Writing for the Web. Recuperado de <http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>.
- Neuberger, C. (2007). Newspaper Strategies on Internet: findings of a newsroom survey. En *Kommunikationskulturen— Kulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft*, 251–267.
- Partal, V. (2007). *Periodisme quàntic: fent periodisme a Internet: l'experiència dels primers deu anys de VilaWeb*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Pryor, L. (2006). Teaching the future of journalism: Educators turn a critical eye to the curricula of convergence: a report back from a Poynter Institute seminar. *Online Journalism Review*, 13 (02). Recuperado de <http://www.ojr.org/ojr/stories/060212pryor>
- Quinn, S. (2002). *Knowledge management in the digital newsroom*. Oxford: Focal Press.
- Reddick, R. 1995. *The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*. Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. (Tesis). Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona.
- Ruiz Olabuénaga, J.I. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Singer, J. B. (1997). Changes and Consistencies: Newspaper Journalists Contemplate Online Future. *Newspaper Research Journal*, 18(1-2), 2-18.
- Singer, J. B. (2004). Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism Studies*, (5), 3–18.
- Trench, B. (2003). New roles for users in online news media? Exploring the application of interactivity through European case studies. En J. Servaes, *The European Information Society: A Reality Check* (pp.205-224). ECREA series.
- Trench, B., y Quinn, G. (2003). Online News and Changing Models of Journalism. *Irish Communications Review*, 9, 1-11.
- Wilson, S. (1995). *World Wide Web Design Guide*. Indianapolis: Hayden Books.
- Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós

#### **SOBRE LA AUTORA:**

**Mar Iglesias García** es Doctora por la Universidad de Alicante y licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid. / Profesora en el Departamento de Comunicación y Psicología social de la Universidad de Alicante, y coordinadora de la asignatura Comunicación y medios escritos en el Grado de Publicidad y RRPP de esta universidad. / Sus líneas principales de investigación son ciberperiodismo, en especial los medios nativos digitales, así como la aplicación de las nuevas tecnologías en la educación. **Dirección:** Edificio Ciencias Sociales, Universidad de Alicante, Alicante 03080, España. **Mail:** mar.iglesias@ua.es

•Forma de citar este artículo :

Iglesias, M. (2012). Rutinas productivas de un cibermedio nativo digital. *Cuadernos de Información* 30, 9-20