

## **Rutinas de producción y valores profesionales de los periodistas online en España**

**M<sup>a</sup> Luisa Humanes, Manuel Martínez Nicolás, José M<sup>a</sup> García de Madariaga, Fernando Tucho y Carles Marín**

**Departamento de Ciencias de la Comunicación 2 - GEAC – Universidad Rey Juan Carlos.  
España**

**Grupo de Trabajo: Cibercultura y nuevas tecnologías de la información  
IX Congreso IBERCOM  
Sevilla-Cádiz, 2006.**

Desde que Marshall McLuhan pusiera de manifiesto la influencia que las tecnologías de la comunicación tienen sobre las formas de crear, difundir y distribuir el conocimiento social, el estudio de las transformaciones que introduce cada avance técnico en los procesos comunicativos se hace imprescindible. Se parte de la hipótesis de que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación condicionan las rutinas profesionales (los modos de hacer) y la ideología profesional que sustenta las funciones que los periodistas otorgan a su trabajo. Estas transformaciones -la informatización y digitalización de las redacciones y la posibilidad de acceder a gran cantidad de bases de datos, principalmente- afectan la fase de recogida de información y amplía las posibilidades de realizar investigación. Así, se multiplican las fuentes disponibles, lo cual no deja de plantear problemas para el periodista, que tendrá que saber diferenciar muy claramente aquellas informaciones realmente relevantes de las que no lo son, incluso de aquellas que caigan dentro del rumor. Pero más allá del acceso a la información, las nuevas tecnologías de la información, especialmente Internet y la convergencia multimedia, modifican las características básicas de los productos periodísticos y sus modos de elaboración.

Dentro de este marco general, la comunicación que se propone para su aceptación aborda los siguientes objetivos concretos:

1. Estudiar las transformaciones que Internet está introduciendo en los procesos de producción de la información periodística, especialmente en dos aspectos: a) cómo valoran los periodistas la presencia de Internet como herramienta de trabajo; b) en qué grado se modifica la necesidad de especialización temática y, por lo tanto, el perfil profesional que se demanda del profesional de la información.
2. Calibrar la presencia que las nuevas prácticas interactivas con la audiencia tienen en las rutinas periodísticas y cómo están modificando las relaciones emisor-receptor de la información periodística.
3. En última instancia, los objetivos anteriores conducen al estudio de la conformación de nuevas funciones del periodista y del periodismo.

Metodológicamente, se han realizado dos estudios. En primer lugar se diseñaron entrevistas semi-estructuradas a subdirectores y redactores-jefe de las publicaciones online más representativas de nuestro país (el trabajo de campo se llevó a cabo entre abril y junio de 2005): Cadena Ser, Prisa.com, 20 minutos, Vocento, Libertad Digital, El Mundo, Antena 3, Tiscali, Madrid Diario, Cadenacope.es, Telecinco.es, Efe.es, El periodista digital, Europapress.es, Radicable.com, El Confidencial, Ya.com, La Vanguardia, Telenoticias.com, Vilaweb, e Informativos.net. A continuación se procedió a elaborar un cuestionario que se envió entre los meses de octubre de 2005 a enero de 2006 a los redactores de las publicaciones online censadas hasta ese momento.

La comunicación que proponemos es parte de la investigación realizada dentro del proyecto precompetitivo titulado "Periodismo e Internet: rutinas de producción y valores profesionales", que recibió una subvención del Programa propio de fomento de la investigación de la Universidad Rey Juan Carlos (REFERENCIA: PPR 2004-51).