

Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya: mapa de situació

Carlos Scolari, Héctor Navarro, Hugo Pardo i Josep Lluís Micó

- *Aquesta investigació –finançada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)– presenta un mapa dels nous perfils professionals en el panorama periodístic català actual com a conseqüència de la digitalització de les eines i els processos de treball en els mitjans de comunicació. L'article analitza també l'extinció i la transformació de figures professionals en els mitjans audiovisuals i multimèdia. A banda d'això, la recerca presenta un panorama de les competències professionals que ha de tenir un o una periodista en la nova realitat creada pels processos de digitalització de la producció informativa.*

Paraules clau

Nous perfils professionals, digitalització, polivalència, convergència, multimèdia, periodisme digital.

Presentació

Aquest informe, elaborat pel Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID), vinculat al Departament de Comunicació Digital de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic (UVic), és el resultat d'un projecte d'investigació anual finançat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). L'estudi, que va començar el juliol de 2005, s'integra en una línia de recerca del GRID oberta el 2003 amb el projecte "Comunicadors Digitals", de la Xarxa Iberoamericana de Comunicació Digital (Xarxa ICOD). El projecte "Comunicadors Digitals" –coordinat des del Departament de Comunicació Digital de la UVic i amb finançament del Programa ALFA de la Unió Europea i del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació (DURSI) de la Generalitat de Catalunya–, ha tingut com a objectiu elaborar propostes concretes que accelerin l'adaptació dels estudis universitaris de comunicació a la nova realitat digital. Entre els seus propòsits, destaquen definir les competències professionals del "comunicador digital", dissenyar recorreguts formatius en el camp de la comunicació digital i debatre la metodologia pedagògica idònia per optimitzar l'ensenyament de les atribucions digitals en els estudis de comunicació de grau i de postgrau. L'objectiu de tots aquests projectes, més enllà de l'especificitat de cadascun, va ser analitzar les conseqüències dels processos de digitalització en els mitjans de comunicació.

Quan es parla de digitalització, es tracta d'un procés que es caracteritza per l'aparició de:

- Suports textuais basats en el codi binari (la qual cosa permet, a diferència dels suports tradicionals, infinites manipulacions del text sense sofrir pèrdues d'informació).
- Dispositius de producció i distribució de la informació

Carlos Scolari, Héctor Navarro, Hugo Pardo i Josep Lluís Micó

Doctors i membres del Grup de Recerca d'Interaccions Digital (GRID) de la Universitat de Vic, amb la col·laboració d'Ignasi Coll

basats en el codi binari (publicació assistida per ordinador, edició no lineal de vídeo, etc.).

- Intercanvis d'informació a través de xarxes basades en la transmissió per paquets de dades (base conceptual i tecnològica d'internet).
- Noves formes d'organitzar la producció (empresa-xarxa) i noves lògiques de crear i de transmetre la informació (xarxa punt a punt, codi font obert, etc.).
- Convergències de llenguatges, mitjans i empreses.

A més, la digitalització ha modificat el perfil i les feines dels professionals que treballen en la indústria cultural. L'impacte ha estat particularment profund en les grans unitats productives, allà on regnava una divisió industrial del treball *taylorista*. Entre altres coses, la digitalització ha transformat les descripcions dels diferents espais laborals, les competències dels treballadors i la qualitat de l'ambient productiu (Rintala i Soulanen, 2005).

1. Objectius i metodologia

Els objectius generals d'aquesta investigació van ser:

- 1) detectar les transformacions en les funcions del o la periodista;
- 2) definir els nous perfils professionals del panorama audiovisual i multimèdia català actual a partir de la introducció de la tecnologia digital.

La recerca va incloure les redaccions de les agències, les ràdios, les televisions i les edicions electròniques de diaris o de mitjans específicament creats per a internet.

Entre els objectius específics de la recerca hi figuren:

- Analitzar les conseqüències de la digitalització del treball periodístic en els mitjans audiovisuals i multimèdia de Catalunya.
- Descriure els canvis estructurals en les empreses catalanes del sector: nous mitjans, nous productes, nous gèneres periodístics.
- Examinar els nous perfils, l'extinció i la transformació de figures professionals en el panorama comunicatiu actual.
- Repassar les competències d'aquests professionals i els canvis en les rutines productives.

Aquesta recerca s'enquadra en la línia dels investigadors que, en els últims anys, han afrontat la relació entre les noves tecnologies digitals i la professió periodística. En aquest context, les referències al treball capdavanter d'Armañanzas, Díaz Noci i Meso (1996) i als primers intents de definir el perfil del "periodista digital" (Gil, 1999) són obligades. Pel que fa a la producció científica catalana, les principals línies d'investigació explorades han estat:

- Nous perfils professionals en el món de la informació (Micó, 2003, 2005).
- Noves rutines i funcions del o la periodista (Masip, 2003, 2005; Micó, 2003, 2005; Soriano, 2004; Domingo, 2005; Franquet *et al.*, 2006; Xarxa ICOD, 2006).
- Ús d'internet com a font d'informació o del correu electrònic en l'àmbit laboral (Luzón, 2003; Masip, 2003, 2005).
- Relació entre periodistes de redaccions convencionals i professionals d'edicions digitals en un mateix mitjà (Domingo, 2006).

La recerca es de tipus qualitatiu, en què s'ha primat l'entrevista no estructurada i l'observació personal com a tècniques principals de recollida de la informació (vegeu el quadre 1).

A diferència d'altres estudis centrats en pocs mitjans de comunicació per aprofundir en les seves dinàmiques productives –com a Masip (2005), on s'analitzen tres empreses (TV3, Catalunya Ràdio i *La Vanguardia*), o a Domingo (2005, 2006), amb quatre firmes (laMalla.net, *El Periódico de Catalunya*, Telenotícies.com –CCRTV en el seu treball de 2006– i Diari de Tarragona Digital)–, per a aquesta investigació s'ha optat per construir un mapa nacional que integrés diferents tipus de mitjans a partir d'una mostra notablement superior. Així, la recerca cobreix 25 mitjans del panorama català actual, amb un total de 35 entrevistes realitzades durant el primer semestre del 2006. El nombre de persones entrevistades supera el de mitjans perquè en les empreses de grans dimensions s'hi van fer dues entrevistes: la primera, a un o una periodista i la segona a un directiu o directiva del mitjà. Aquestes xifres l'acosten a l'estudi elaborat recentment pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, en el qual es van entrevistar en profunditat 30 periodistes després d'enquestar-ne telefònicament 420 (Soriano, 2004; Soriano i Cantón,

Quadre 1. Disseny de la investigació

DISSENY DE LA INVESTIGACIÓ		QUADRE 1
Fases	Activitats/tasques/característiques	
Elaboració metodològica	Antecedents metodològics / Metodologia de la recerca	
	Mostreig, Definició, caracterització i recerca dels participants	
	Elaboració i disseny de la guia i qüestionari d'aplicació	
Treball de camp	Contacte amb els participants	
	Execució de les entrevistes	
Anàlisi de les dades	Procediment d'anàlisi / Disseny de les categories	

Font: elaboració pròpia.

2005). En aquest cas, per tal d'assolir els objectius definits, s'ha recorregut a una recerca de tipus qualitatiu, en què ha primat l'entrevista no estructurada com a tècnica per recollir dades.

2. Síntesis dels resultats de la recerca

En aquesta secció es presenten els principals resultats obtinguts durant la investigació.¹ Per tal de millorar l'exposició dels resultats, es presenten a través de quatre infografies i taules. El quadre 2 presenta les principals figures que han desaparegut des de l'arribada de les tecnologies digitals, les professions que sobreviuen en el nou entorn (encara que hagin sofert canvis en les seves rutines) i els nous perfils professionals. El quadre 3 mostra les competències que assumeix el o la periodista en la nova realitat laboral.

Aquesta recerca presenta un quadre de situació d'un panorama en plena transformació: l'ecosistema mediàtic travessa una fase on cada dia apareixen noves tecnologies, es defineixen nous perfils professionals i s'experimenten

noves formes narratives i models productius. Per aquest motiu, les conclusions es presenten en forma de "tendències", algunes ja gairebé consolidades i d'altres en els seus inicis (la qual cosa no implica necessàriament que es consolidin en el futur). La digitalització dels mitjans de comunicació és un procés recent que ha de continuar sent estudiat a mesura que adopta la forma definitiva i arriba al punt d'equilibri sociotècnic. Les principals tendències detectades en la investigació són les següents:

2.1. La digitalització

La digitalització és un procés que afecta els processos de producció, edició i distribució de la informació. La seva característica principal, a més de la transformació de la matèria informativa (del paper o les cintes electromagnètiques als bits), ve donada per la integració d'internet i totes les seves aplicacions i serveis al treball del o la periodista. És a dir, la xarxa digital canvia la manera de treballar i també la forma d'entendre el periodisme. La digitalització de la producció informativa és un procés en curs. Per això, les seves conseqüències tot just es verifiquen. L'escala del

1 L'informe complet es pot consultar al web del Consell de l'Audiovisual de Catalunya <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/perfilsprofessionals.pdf> o del Grup de Recerca d'Interaccions Digitals <<http://www.uvic.cat/fec/recerca/es/grid/presentacio.html>>.

Quadre 2. Transformacions dels perfils professionals

PERFIS PROFESSIONALS QUE HAN DESAPAREGUT			
Ràdio	TV	Agències	Mitjans en línia
Teletipista	Teletipista	Teletipista	-
Documentalista / Arxivista	Documentalista / Arxivista	Documentalista / Arxivista	-
Muntador musical	Operadors d'imatge / Muntadors	Secretari de redacció	-
Encarregat de la discoteca / Fonoteca			-
Coordinador musical			-

PERFIS PROFESSIONALS QUE ES MANTENEN I TRANSFORMEN			
Ràdio	TV	Agències	Mitjans en línia
Redactor / periodista	Redactor / periodista	Redactor / periodista	-
Tècnic d'emissions	Locutor / Comentarista		-
Gestor de continguts	Muntador		-
Editor del programa	Càmera		-
Productor	Decorador		-
	Programador		
	Infògraf		

NOUS PERFIS PROFESSIONALS			
Ràdio	TV	Agències	Mitjans en línia
Periodista polivalent	Periodista polivalent	Periodista polivalent	Periodista polivalent
Responsable de lloc web	Responsable de lloc web	Responsable de lloc web	Gràfic
Responsable de nous formats	Cap de producció		Gràfic / Programador
	<i>Media browser</i>		Programador
	Superusuari / Gestor de continguts / <i>Media manager</i>		Dissenyador interactiu
	Gestor tècnic de sistema / <i>System manager</i>		Arquitecte de la informació
	Responsable digitalització informatius		Director de continguts
			Gestor de comentaris
			Editor de llocs i pàgines web
			Infògraf

Font: elaboració pròpia.

Quadre 3. Competències del o la periodista

MAPA DE COMPETÈNCIES PROFESSIONALS		QUADRE 3			
	Agències	Ràdio	TV	En línia	
ÀUDIO					
Redacció guions		•			
Edició musical		•	•		
Gravació i edició àudio	•	•		•	
Locució		•			
GRÀFICA					
Fer infografies				•	
Modificar infografies				•	
FOTOGRAFIA					
Fer fotos	•			•	
Retocar fotos	•			•	
VÍDEO					
Redacció guions			•		
Gravació i edició vídeo	•		•	•	
Locució			•		
SOFTWARE I PROGRAMACIÓ					
Ofimàtica	•	•	•	•	
<i>Photoshop</i>	•			•	
<i>CoolEdit</i> (o similar)		•			
<i>FinalCut</i> (o similar)			•		
<i>Dreamweaver</i>				•	
<i>Flash</i>				•	
<i>HTML</i>				•	
ALTRES COMPETÈNCIES					
Gestió CMS			•	•	
Teletreball	•		•	•	
Gestió de la informació	•	•	•	•	

Font: elaboració pròpia.

procés és global, però assumeix característiques específiques en cada realitat. Així, la digitalització es viu d'una manera en els grans mitjans i d'una altra en els petits; varia si les empreses són públiques o privades, etc. Hi ha experiències d'introducció tecnològica rotunda, en què no hi ha hagut una transició del sistema analògic al digital, sinó que s'ha optat directament per incorporar la segona fórmula. En molts mitjans catalans, el procés de digitalització s'ha iniciat en la seu principal i després s'ha estès a les delegacions. És a dir, la tònica ha estat la següent: la fórmula s'ha assajat a Barcelona i després ha passat a les comarques.

El canvi tecnològic ha propiciat la gestió econòmica de xarxes de mitjans, un fet que afavoreix la reducció de les despeses perquè la quantitat de personal que es requereix per treballar és menor. A més, amb aquesta manera d'operar, la gestió se simplifica. Certs mitjans externalitzen el treball tant com poden. Si no poden satisfer els seus compromisos dins de la firma, contracten serveis externs sense deixar de ser rendibles. En aquest context, el/laperiodista independent, aïllat/ada, sí que pot elaborar peces per a la ràdio i la televisió alhora. Es tracta d'experiències més aviat individuals. La dinàmica podria funcionar fins i tot en agències petites. Tanmateix, resulta molt més complex implantar aquesta manera de treballar en mitjans grans, que disposen de tots els processos productius. El fet d'incorporar-hi aquestes noves rutines suposaria un gran esforç.

El procés d'adaptació tecnològica, de vegades, ha estat menys traumàtic del que es pensava. Els departaments de noves tecnologies i de gerència de continguts han procurat treballar amb el/la periodista com a client, per ensenyar-li com ha de treballar per treure el màxim rendiment a la tecnologia en qüestió. La digitalització promou una sèrie de transformacions en les rutines productives i els perfils professionals. Canvien les professions (per exemple, el/la periodista, que ara es torna polivalent) i les relacions entre professions (per exemple, entre el/la periodista i el/la programador/a informàtic/a). Finalment, segons la visió generalitzada, amb la digitalització dels processos productius es guanya temps, però ningú no concreta què fa amb aquest "temps guanyat".

2.2. Els perfils professionals

Durant tot aquest procés, desapareixen figures de llarga tradició en els mitjans, del corrector/a al muntador/a musical, passant per l'operador/a d'imatge. Si aquestes extincions s'analitzen des de la perspectiva de la història social de les tecnologies, es podria dir que es tracta d'un pas gairebé natural: cada nova tecnologia reconfigura l'ecosistema mediàtic i decreta la desaparició d'alguns dels seus agents. A més, la digitalització està modificant els perfils professionals tradicionals. Per exemple, en algunes ràdios, la persona encarregada de la discoteca o de la fonoteca es transforma en una gestora de continguts; la persona que s'ocupa de la decoració televisiva ara tendeix a crear i desenvolupar espais virtuals, etc. Òbviament, la figura central d'aquestes transformacions és la del/de la periodista polivalent. Com podem veure, nombroses figures professionals han experimentat canvis en les competències que històricament les havien caracteritzat. Aquestes transformacions, en general, es poden reduir a dos tipus:

Tecnològiques, per la incorporació dels coneixements necessaris per treballar amb els instruments digitals.

Funcionals: el professional s'ha de fer càrrec de noves tasques o de tasques que abans assumien altres treballadors.

Sigui com sigui, totes dues transformacions es troben íntimament connectades. Si al professional del periodisme televisiu se li exigeix que sàpiga muntar el seu vídeo o al professional del periodisme radiofònic se li reclama que editi el programa, això es deu al fet que les tecnologies digitals han facilitat notablement la manipulació dels continguts gràcies a la difusió de les interfícies amigables.

Igualment, la digitalització està creant nous perfils professionals. Tanmateix, les expectatives inicials del grup de recerca en aquest àmbit no es van veure satisfetes al cent per cent, ja que no es van detectar tantes noves figures com es pensava. A la ràdio i a les agències, l'aparició de nous perfils és mínima. Les empreses que han creat més figures noves a partir de les tecnologies digitals han estat les grans estructures productives de televisió. Per la seva joventut, en els mitjans informatius en línia, hi convergeixen els nous perfils professionals i les figures tradicionals (tot i que amb una altra dimensió) (vegeu el quadre 4).

Quadre 4. Aparició de nous perfils professionals per mitjans



Font: elaboració pròpia.

Entre els perfils nous, destaquen el/la superusuari/ària o gestor/a de continguts televisius (*media manager*) i el/la gestor/a tècnic/a de sistema (*system manager*), en l'àmbit televisiu, i el/la gestor de comentaris o l'arquitecte/a de la informació (*infoarquitect*) en els mitjans en línia. Mentre que en les empreses amb una llarga trajectòria –sobretot en aquelles que tenen unes dimensions més grans– s'observa una certa confusió entre perfils i funcions, en els cibermitjans de petites dimensions, els perfils bàsics estan perfectament detallats: periodista multimèdia, grafista (amb coneixements bàsics de programació) i programador/a.

2.3. La polivalència

Hi ha formes diferents de viure la polivalència del/de la periodista. En els mitjans petits, aquest professional sempre ha estat polivalent. El/laperiodista dels nous mitjans en línia també assumeix la polivalència de manera natural. Però en els mitjans tradicionals de grans dimensions, aquest procés (el/la periodista acumula més i més funcions) encara està obert i sovint resulta conflictiu. És a dir, actualment es caracteritza per la seva naturalesa inestable. Alguns dels professionals entrevistats en aquesta recerca expressen la

seva preocupació perquè saben que s'estan allunyant progressivament del fet noticiable. Cada cop més, el/la periodista tendeix a informar sense sortir de la redacció. Moltes vegades, les tasques per verificar les dades i contrastar les fonts es fa en línia. Els *periodistes natus digitals* dominen la tecnologia, s'adapten fàcilment a l'entorn productiu i tenen la capacitat per treballar per a diferents mitjans i amb llenguatges variats. Els *periodistes migrants digitals* són professionals obligats a reciclar-se, a aprendre com funcionen els nous instruments de treball i a assimilar les lògiques productives.

2.4. La convergència

Amb la digitalització, les fronteres entre els mitjans es tornen difuses. Les diferents plataformes, més que competir entre elles, tendeixen a complementar-se. Per això, les empreses tradicionals s'animen a obrir diversos canals (qualsevol mitjà ha de tenir ja presència informativa a la *World Wide Web*) i a crear divisions que produeixen continguts en llenguatges i formats diferents, inclosos els nous gèneres (com la CCRTV Interactiva o l'Agència Catalana de Notícies). Respecte als continguts, excepte

l'aparició de les infografies interactives en els mitjans digitals, els continguts per a canals mòbils (com els SMS) i algunes experiències limitades (l'Agenda Digital de l'Agència EFE), la digitalització encara no ha generat tots els nous productes o formats que s'esperaven. La tecnologia facilita i accelera el treball, això sí. A més, permet crear o consolidar comunitats de consumidors. Però, essencialment, els continguts interactius encara s'han de desenvolupar. En altres paraules, s'empra el digital per produir, sobretot, el mateix de sempre.

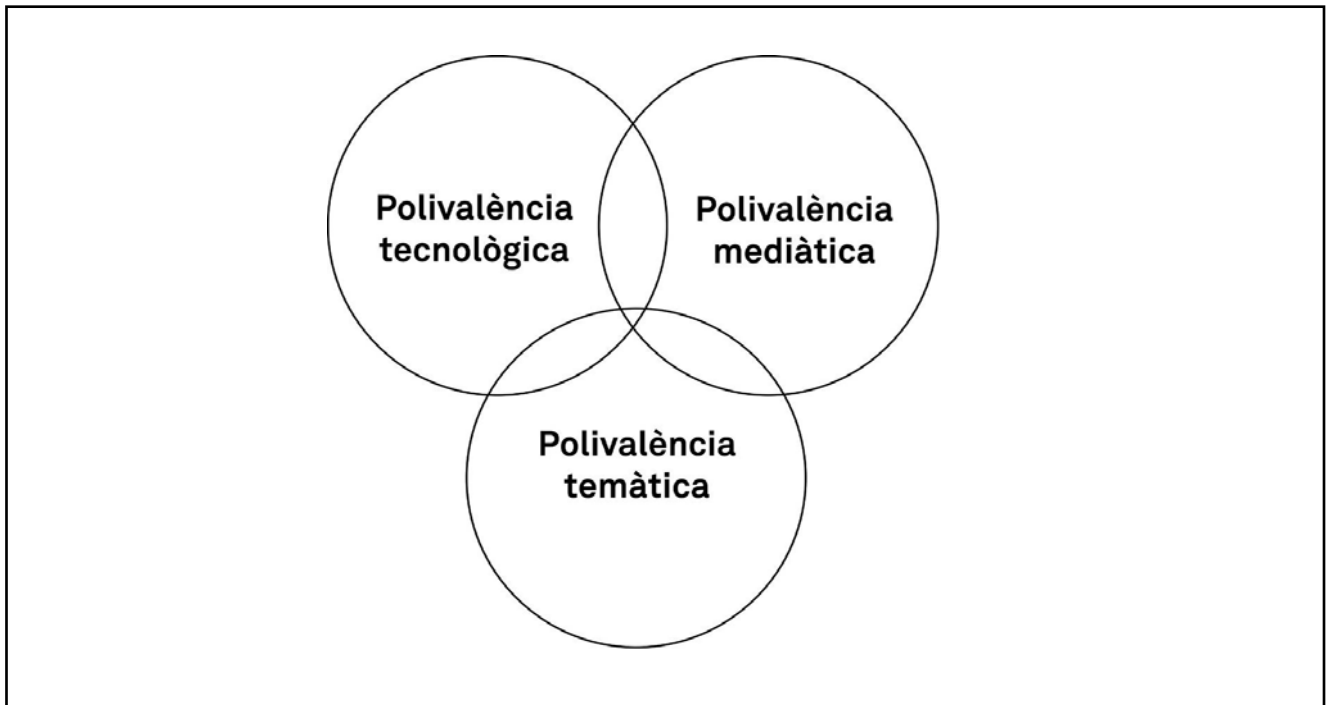
3. Cap a una conceptualització de la polivalència

Segons aquesta recerca, el concepte de *periodista polivalent* és el que millor s'adapta a la situació professional actual, a condició que s'aclareixi el significat i l'abast del terme *polivalència*. El concepte de *periodista multimèdia* no és erroni. No obstant això, únicament fa referència al

professional que produeix continguts per a diferents mitjans. En aquesta investigació s'ha vist que, en alguns mitjans, el o la periodista, a més de preparar informacions per a la ràdio, la televisió i el web de la seva empresa, s'ha d'encarregar d'esdeveniments diversos (esportius, culturals, polítics, etc.) o ha de desenvolupar funcions diverses (redacció, fotografia, edició, etc.). Per aquesta simple raó, el concepte de *multimèdia* no arriba a cobrir totes les noves tasques del o la periodista en els entorns digitalitzats. Pel que fa al *periodista digital*, el seu significat perd especificitat de dia en dia: tots els periodistes són, actualment, digitals, des dels professionals que treballen en un diari fins a aquells que ho fan en una ràdio o una televisió. Tots treballen sobre una *matèria digital*, la modelen i l'adapten a cada suport. Per tant, cal tornar al concepte de polivalència. Així com s'han detectat diferents tipus de convergència (SALAVERRIA, 2003), també es pot acceptar l'existència de diverses formes de polivalència.

Segons l'entrada del *Diccionari de la Llengua Catalana* de

Quadre 5. Les polivalències del professional de la informació



Font: elaboració pròpia.

l'Institut d'Estudis Catalans, el terme *polivalència* fa referència a "qualitat de polivalent". I la definició de *polivalent* és la següent: "1. adj. Que té diversos usos, valors o efectes. *Vacuna polivalent, sala polivalent*. 2. adj. Que admet diversos valors. *Lògica polivalent*. 3. En químic, que actua amb un nombre d'oxidació igual a +2 o superior".

En aquest context semàntic, i a partir del material recollit en aquest estudi, s'entén per *periodista polivalent* el professional de la informació capacitada per desenvolupar diferents tasques amb els mitjans tecnològics que, en molt casos, abans feien servir altres figures per produir continguts per a diferents mitjans.

Es proposa la classificació de les polivalències següent (vegeu el quadre 5):

- Polivalència tecnològica: el professional de la informació utilitza instruments (programari i maquinari) que li permeten produir i gestionar continguts en diferents suports. Per exemple, el o la periodista domina alhora programes d'escriptura, de retoc fotogràfic, sistemes d'edició no lineal de vídeo, programari per a la gestió de xarxes, bases de dades, etc.
- Polivalència mediàtica: el professional de la informació dissenya i produeix continguts en alguns (o tots) dels formats següents: escrit, àudio, gràfic, vídeo i interactiu. Per exemple, el o la periodista, després de cobrir un esdeveniment, prepara un text escrit (per a la premsa i/o el diari en línia), una intervenció radiofònica i edita el vídeo per transmetre'l per televisió. Aquesta polivalència exigeix competències tecnològiques (coneixement dels instruments tècnics) i semiòtiques (coneixement dels llenguatges dels diferents mitjans).
- Polivalència temàtica: el professional de la informació s'ocupa d'elaborar informacions per a seccions diferents (esports, política, cultura, etc.). Per exemple, el mateix periodista cobreix esdeveniments molt variats, des d'un partit de futbol fins a un acte polític.

Les formes que adopta la polivalència no s'exclouen entre si, ans al contrari, ja que conformen diferents graus d'anàlisi. Un mateix periodista pot estar capacitada per confeccionar informacions per a diferents mitjans i, al mateix temps, generar continguts sobre política, cultura o societat (tal com succeeix a l'Agència Catalana de Notícies o al Diari de Barcelona). En altres àmbits, el o la periodista domina els

diversos mitjans i llenguatges, però s'especialitza en una àrea temàtica (per exemple, esports). Aquesta és la situació actual dels periodistes de la CCRTV Interactiva.

Aquesta primera taxonomia de les formes que adopta la polivalència s'hauria de posar a prova en investigacions futures i, eventualment, s'hauria de confrontar amb la situació d'altres àrees de la producció que han sofert processos de digitalització.

Amb aquestes reflexions sobre el concepte de *polivalència*, que es troba en el centre de les transformacions actuals que pateix el rol del o la periodista en els mitjans de comunicació, es conclou aquest informe. Caldrien noves investigacions –on s'integrin altres metodologies i enfocaments– per aprehendre les transformacions que generen les tecnologies digitals en els mitjans informatius de Catalunya. D'altra banda, aquests estudis sobre el procés de producció s'haurien de complementar amb anàlisis del producte –els dubtes sobre la qualitat de la informació han aparegut al llarg de les entrevistes– i l'estudi del consum informatiu.

Bibliografia

- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J.; MESO, K. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel, 1996.
- DOMINGO, D. "La utopia del periodisme digital: innovació i inèrcia en les redaccions digital catalanes". A: MASIP, P.; ROM, J., eds. *Trípodos - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. Volum extra publicat amb les ponències presentades al III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. Barcelona: URL, 2005.
- DOMINGO, D. *Material and organizations constrains in the development of on-line journalism*. COAST-A20 2006 Conferència a Delphi, 2006.
- FRANQUET, R. (et al.) *Assalt a la xarxa. La batalla decisiva del mitjans de comunicació on-line en català*. Barcelona: Col·legi de Periodistes, 2006.
- GIL Q. "Diseñando el periodista digital (I)". A: *Sala de Prensa*, núm. 13, any II, vol. 2, novembre 1999.
Disponible a: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
Visitat el 25 d'abril de 2006
- LUZÓN FERNÁNDEZ, V; *Internet, l'eina inevitable. Periodistes, mitjans i missatges en la xarxa*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya - Diputació de Barcelona, 2003.
- MASIP, P. "Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas". A: *ZER 14*, Universidad del País Vasco, maig de 2003.
- MASIP, P. "Rutinas periodísticas e internet en la información diaria", dins: Masip, Pere i Rom, Josep (eds.). A: *Trípodos - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. Volum extra publicat amb les ponències presentades al III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. Barcelona: URL, 2005.
- Micó, J. L. *La edición digital no lineal en los programas informativos de televisión*. Tesi doctoral. València: Universitat Politècnica de València. Facultat de Belles Arts, 2003.
- Micó, J. L. "L'aplicació de l'edició digital no lineal en els programes informatius de televisió". A: MASIP, P.; ROM, J. (eds.) *Trípodos - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. Volum extra publicat amb les ponències presentades al III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. Barcelona: URL, 2005.
- RINTALA, N.; SUOLANEN, S. "The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life". A: *Nordicom Review 2/2005*, Nordicom, Goteborg (Suècia).
Disponible a:
<http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/222_rintala_suolanen.pdf>
Visitat el 25 de març de 2006.
- SALAVERRÍA, R. "Convergencia de medios". A: *Chasqui 81*, Ciespal, Ecuador, 2003.
Disponible a:
<<http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/>>
Visitat el 25 de març de 2006.
- SORIANO, J. (ed.) *Radiografía previa al Libro blanco de la profesión periodística a Catalunya. Informe de la Recerca Qualitativa*, Barcelona: UAB-Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2004
- SORIANO, J.; CANTÓN, M. J. "La 'mala premsa' d'Internet entre els periodistes", dins: MASIP, P. i ROM, J. (eds.) *Trípodos - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*. Volum extra publicat amb les ponències presentades al III Congreso Internacional Comunicación y Realidad, Barcelona: URL, 2005
- XARXA ICOD *Comunicació digital: Competències professionals i reptes acadèmics*. Vic: Xarxa ICOD, 2006.