

Polivalència periodística en el sector audiovisual i multimèdia català

Josep Lluís Micó
Universitat Ramon Llull

Carlo Scolari, Héctor Navarro,
Hugo Pardo, Ignasi Coll
Universitat de Vic

This research set outs to identify the changing functions of journalists within the current panorama of audiovisual and multimedia production in Catalonia following the introduction of digital technology. The research, funded by the Consell de l'Audiovisual de Catalunya – the Audiovisual Council of Catalonia (CAC), covered the newsrooms of news agencies, radio stations, television channels, online editions of newspapers, and media specifically created for Internet.

The network, and the digitalising of the information production processes, together with social, economic and cultural changes, have all contributed to modifying the profile of professionals working in the media. With the introduction of digital technology, journalists have had to take on new tasks and learn to simultaneously produce information for different supports.

This specific type of convergence of tasks (or polyvalence) is at the heart of academic and professional discussions regarding digital communication.

This research sets out to demonstrate that it is the concept of the 'polyvalent journalist' that best fits the current situation of professionals working in Catalonia, though one that first requires some clarification regarding both the meaning and scope of the term 'polyvalence'. The concept of the 'multimedia journalist' is not an erroneous one. Nevertheless, it can only be taken to refer to those professionals who produce material for different types of media. With respect to the concept of 'digital journalist', its meaning has lost specificity: all journalists are now digital - from professionals working on a newspaper to those doing so on radio or television. They operate with digital material, model it and adapt it to the support on which they are working.

Thus, it is necessary to return to the concept of 'polyvalence'. On the basis of the material gathered in this study, we understand 'polyvalent journalists' to be those information professionals who are capable of undertaking distinct tasks, using technological tools that were previously the preserve of other figures, in order to produce material for different media. The following classification of types of polyvalence is proposed:

- Technological polyvalence: journalists employ instruments that allow them to generate and handle information on different supports.

- Media polyvalence: journalists design and produce material for use by more than one

of the following media: press, radio, television, Internet.

- Thematic polyvalence: journalists produce material for different sections (sports, politics, etc.).

The forms that polyvalence takes are not mutually exclusive, since they correspond to different levels of analysis.

El cos de la present comunicació forma part d'un informe elaborat pel Grup de Recerca d'Interaccions Digital (GRID) de la Universitat de Vic i que ha estat finançat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Amb aquesta iniciativa, molt més extensa que l'estudi que aquí es presenta, es pretèn analitzar les conseqüències dels processos de digitalització en els mitjans de comunicació audiovisuals i multimèdia del país. En aquesta ocasió, ens centrarem en les atribucions actuals de la figura professional que anomenarem *periodista polivalent*.

Objectiu

L'objectiu d'aquesta investigació és detectar les transformacions experimentades en les funcions del periodista en l'actual panorama audiovisual i multimèdia català a partir de la introducció de la tecnologia digital. La recerca inclou les redaccions de les agències, les ràdios, les televisions i les edicions electròniques de diaris o de mitjans específicament creats per a internet.

Metodologia

El present estudi s'enquadra en el marc delimitat pels 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 pioner d'Armañanzas, Díaz Noci i Meso (1996) i als primers intents de definir el perfil del "periodista digital" 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, 2006).
- Noves rutines i funcions del periodista (Masip, 2003; Micó, 2003, 2006; Soriano, 2004).
- Ús d'internet com a font d'informació o del correu electrònic en l'àmbit laboral (Luzón, 2003; Masip, 2003).
- Relació entre periodistes de redaccions convencionals i professionals d'edicions digitals en un mateix mitjà (Domingo, 2006).

Per a aquesta investigació s'ha optat per un abordatge de tipus qualitatiu, on s'ha primat l'entrevista no estructurada i l'observació personal com a tècniques principals de recollida de la informació. Ruiz (1999) assenyala els avantatges d'aquest mateix abordatge:

- La metodologia qualitativa és tan vàlida com la quantitativa, la diferència rau en les seves diverses utilitats i capacitats heurístiques, cosa que la fa recomanable en situacions i casos diferents. L'encert de l'investigador depèn, no de la metodologia que empra, sinó de l'habilitat a aplicar-la a aquells casos específics per als quals sigui més apta.
- La metodologia qualitativa no és incompatible amb la quantitativa, un fet que porta a una reconciliació entre ambdues i que en recomana la combinació en aquells casos i per a aquells aspectes metodològics que ho reclamin.

En aquest estudi s'ha optat per una forma de mostreig que no és probabilístic o intencional. S'ha triat un mètode en què l'elecció dels participants fa referència a sistemes que no estan subjectes al càlcul o a la probabilitat que els individus obtinguin la mateixa oportunitat a l'hora de ser escollits (Ruiz, 1999). Aquesta alternativa es caracteritza perquè no obeeix a unes regles fixes. Tampoc s'hi especifica prèviament el nombre de persones que s'ha de sondejar. A més, s'accepta que la mostra s'alteri en el transcurs de la recerca; es permet que s'hi incorporin nous subjectes per tal d'enriquir la informació o bé que, contràriament, s'intrompi quan es consideri que les dades recollides comencen a ser repetitives.

Més concretament, i dins d'aquesta tipologia de mostreig no probabilístic, s'ha escollit la fórmula opinàtica, que consisteix en la selecció d'una mostra que sigui com més representativa millor (no en termes estadístics, sinó en relació a les seves característiques) per a la investigació que es pretengui realitzar (Rodríguez, 1986).

Així, s'ha tingut en compte un conjunt de variables que ha aportat una major riquesa de matisos, alhora que ha permès aprofundir en la comprensió del tema. Per seleccionar les alternatives que constituïrien la mostra, s'han creuat aquests elements. Els mitjans escollits han estat els més ben situats en les interseccions, ja que reuneixen la major part de les característiques requerides. Els factors d'inclusió han estat:

- Perfil de l'entrevistat:
 - Professionals amb càrrec dins de l'estructura del mitjà: director, cap del servei d'informatius, editor, etc.
 - Redactors
- Tipus de mitjà:
 - Agències de notícies
 - Emissores de ràdio
 - Canals de televisió
 - Mitjans en línia
- Zona geogràfica:
 - Barcelona
 - Tarragona
 - Lleida
 - Girona

- Dimensió de l'empresa:
 - Gran (més de 100 treballadors)
 - Mitjana (entre 10 i 100 treballadors)
 - Petita (menys de 10 treballadors)
- Titularitat del mitjà
 - Públic
 - Privat
- Antiguitat del mitjà:
 - Antic (nascut abans de l'última dècada)
 - Nou (nascut en l'última dècada)

La recerca cobreix 25 mitjans de l'actual panorama català, amb un total de 35 entrevistes. El nombre d'entrevistats supera el de mitjans perquè en les empreses de grans dimensions es van fer dues entrevistes: la primera a un periodista i la segona a un directiu.

Marc teòric

Les competències del periodista es van reconfigurant amb les transformacions socials, polítiques i tecnològiques. A principis del segle XVII, un periodista anglès havia de conèixer l'holandès, l'idioma de les informacions que arribaven setmanalment per mar des de La Haia. L'aparició de la figura del reporter en el segle XIX va significar l'adquisició de noves competències: havia de saber com observar, avaluar i enregistrar ràpidament declaracions, etc. La taquigrafia va ser la gran innovació tecnològica en el camp de l'escriptura periodística del moment. Era "la *lingua franca* del treball lliure" (Smith, 1981: 213).

Les transformacions de la tecnologia d'impressió, òbviament, van deixar les seves marques en la professió periodística. Entre els segles XVIII i XIX el procés productiu de la premsa no va introduir-hi grans canvis. Aquests van arribar-hi en la segona meitat del segle XIX, amb la rotativa i els motors de vapor per a les premses, unes eines que van multiplicar la producció horària d'exemplars i, al seu torn, van donar cabuda a noves formes de publicació. Sobre les perspectives per al periodista de finals del segle XX, les previsions de Smith (1981: 220) resultaven més que interessants:

"Un mitjà de comunicació és un conjunt de possibilitats tècniques, la manifestació física d'alguna cosa que implica la convergència d'una sèrie de tendències i impulsos existents en la societat. Els periodistes, com altres parts de la maquinària, constantment es reprofessionalitzen, per dir-ho d'alguna manera, per a noves tasques a mesura que cada formulació d'un mitjà pren el lloc de la seva predecessora".

Però la situació actual, a gairebé dos decennis de la introducció dels ordinadors en les redaccions, és ben distinta. La xarxa i la digitalització dels processos de producció d'informació, juntament amb modificacions de caràcter social,

econòmic i cultural, han generat mutacions en el perfil dels professionals. Com en molts altres sectors, el coneixement de les tecnologies digitals s'ha convertit en la nova *lingua franca* (fent servir la terminologia de Smith) dels periodistes del segle XXI.

Amb les tecnologies digitals, els periodistes s'han vist obligats a assumir noves tasques i a aprendre a produir simultàniament informacions per a diferents mitjans. Aquest tipus específic de convergència de tasques (o polivalència) se situa al centre de les converses acadèmiques i professionals sobre la comunicació digital.

Pineda (2005) manté que la digitalització va generar una reclassificació de funcions del periodista, a més de l'aparició de nous perfils professionals. Algunes administracions, com la Junta d'Andalucía, han analitzat les oportunitats professionals derivades de la societat de la informació en l'àmbit de la indústria dels mitjans audiovisuals. De fet, l'interès per aquesta qüestió a Espanya es remunta al moment en què aquestes redaccions van començar a automatitzar-se.

Igualment, els mitjans digitals interactius han cridat l'atenció dels investigadors per desenvolupar recerques sobre les tasques dels seus professionals. La profunditat dels canvis detectats en les successives recerques ha impulsat alguns autors a batejar amb denominacions ben variades el professional que combina les activitats tradicionals del periodista amb noves atribucions: "informador audiovisual" (Díaz, 1990), "teleperiodista" o "teleinformador" (Micó, 2003; 2006), etc.

La polivalència no es verifica únicament en els mitjans tradicionals. Tal com revela un informe relativament recent:

"Entre les tasques que habitualment realitza un periodista digital hi ha, per ordre de més a menys freqüents: la producció de continguts originals, la direcció de projectes, l'edició de continguts elaborats per terceres persones, el retoc de fotografies, la maquetació web, el manteniment de directoris o bases de dades, la moderació d'espais virtuals i el disseny gràfic avançat" (GPD/SPC, 2003).

L'altra cara d'aquesta convergència funcional és la desaparició o mutació d'alguns "vells" perfils professionals. L'elasticitat en l'adquisició de competències per part del periodista es complementa amb una "flexibilitat" en les formes de contractació. L'ocupació autònoma, a temps parcial i la subcontractació tendeixen a augmentar en totes les economies. Les noves tecnologies, a més, desplacen empleats, però, al mateix temps, creen nous llocs de treball, generen altres gèneres i productes i fan augmentar la producció.

Noves competències del periodista

Quan es reflexiona sobre les noves competències del periodista, necessàriament s'ha d'abordar la qüestió de la polivalència. Abans d'entrar en la situació

específica de cada mitjà de comunicació, donarem algunes pautes generals sobre un perfil que es troba encara en fase de definició. El procés mitjançant el qual el periodista assumeix més responsabilitats i funcions no és lineal. A més, el grau de polivalència que ha de demostrar cada professional varia segons el tipus de mitjà, les seves dimensions i la seva història.

Gran part dels redactors entrevistats per a aquesta investigació associen la polivalència que es practica en les empreses més petites a la precarietat en el treball. En les agències, alguns periodistes consideren que el més rellevant continua sent la velocitat a l'hora de difondre la informació, no pas la polivalència. A més, encara es manté la idea que només els especialistes (en mitjans, suports, temes, etc.) poden oferir productes de qualitat. En moltes ocasions, l'orientació multidisciplinària es veu com un factor que degrada la informació.

Els mitjans més joves (sobretot els digitals) solen potenciar la polivalència entre els empleats. El director d'un aquests diaris resumeix: "Aquí, tothom fa de tot". Aquests redactors s'encarreguen de documentar-se, busquen informació, fan fotografies (de vegades amb un telèfon mòbil) i graven talls de veu o imatges en moviment, redacten textos, els editen, els presenten, gestionen els comentaris dels lectors, etc. Aquesta és la dinàmica que, si fa no fa, se segueix també a la principal agència catalana. D'aquesta manera es guanya en immediatesa. Els responsables dels mitjans, però, no creuen que calgui ser un expert en tecnologia, només un usuari competent. Com que aquest "periodista multimèdia", com l'anomena el director d'un periòdic electrònic, pot dur en una simple motxilla tot el que necessita per afrontar qualsevol esdeveniment, "està preparat les 24 hores del dia", apunta.

Però aquesta situació no va quallar en el passat tal com s'esperava. Per exemple, els periodistes d'una emissora de televisió privada pertanyent a un gran grup de comunicació català van començar a operar en el decenni passat amb aquesta mateixa filosofia, fins i tot sortien a cobrir les notícies amb dues càmeres. Però els informatius de la casa van fracassar. Alguns càrrecs directius relaten les pressions i les queixes sindicals per aquesta tendència. I nombrosos professionals de la informació troben a faltar més voluntat entre algunes fonts (normalment institucionals) per facilitar-los informació a través de la xarxa per desenvolupar les seves atribucions tradicionals (cerca i contrast de dades) a través d'una nova via (la web). Tot i això, cada cop n'hi ha més que preparen les seves informacions des del lloc dels fets, gràcies als ordinadors portàtils, els telèfons mòbils, etc.

En general, els periodistes de les empreses públiques mantenen les mateixes tasques que desenvolupaven fa anys. La introducció de les noves tecnologies hi ha influït ben poc. Si més no, aquesta és la percepció més generalitzada. Quan s'han dut a terme canvis notables en la plantilla, normalment han estat conseqüència de problemes econòmics, no d'una voluntat de modernitzar les rutines de les redaccions. En alguns casos, com ara en una agència espanyola ben implantada a Catalunya, sí que s'ha estès la pràctica del teletreball. A més, s'han aprofitant les "sinergies", segons revela un empleat. Els redactors de carrer d'aquesta

empresa passen les declaracions que han enregistrat per a les seves notícies al servei de ràdio, a Madrid, per tal que n'extreguin talls de veu. Igualment, el material recopilat i gravat per un equip de televisió pot servir per als teletips escrits.

Les successives innovacions tecnològiques han influït en les operacions en les redaccions d'informatius. Però, a més, s'han convertit en matèria periodística, ja que el volum de notícies que se'n deriven és considerable. Per aquest motiu, molts professionals s'han pogut especialitzar en aquest assumpte.

Una altra novetat són els anomenats periodistes multimèdia de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) Interactiva. Es tracta de professionals que transformen els continguts radiofònics i televisius en format web. Són multiplataforma, ja que produeixen per a diferents canals, i *polivalents*, perquè dominen llenguatges i mitjans diversos.

Pel que fa a la formació continuada, amb l'excepció dels grans ens públics, no és gaire intensa ni constant. De moment, preval l'aprenentatge sobre la marxa quan s'introdueixen equipaments que porten els redactors a assumir noves competències. Així i tot, entre els directius, les queixes sobre l'eventual incapacitat dels treballadors per reciclar-se són escasses. En qualsevol cas, hi ha unanimitat a l'hora d'admetre que els més reticents a assimilar els canvis han estat els veterans.

Agències

Entre les aptituds més reclamades en les agències destaquen la preparació cultural i tecnològica dels periodistes i el coneixement de l'anglès. Les opinions sobre la polivalència varien en funció de la dimensió del mitjà i de la seva antiguitat. Les més favorables es corresponen amb les firmes més petites i/o més noves (com l'Agència Catalana de Notícies o Zoom, en contrast amb EFE o Europa Press). Les reticències sobre la possibilitat que un redactor faci també fotografies apel·len a la complicada qüestió de la qualitat.

En canvi, les atribucions d'alguns càmeres de vídeo s'han incrementat. Ara també munten les peces (en moltes emissores de televisió ho fan els redactors), operen igualment com a tècnics d'àudio, etc. Sigui com sigui, els periodistes s'adonen que els seus caps tendeixen a eliminar mà d'obra, com reconeixen tant empleats de mitjans públics com privats. Però la producció és la mateixa o, fins i tot, superior (quantitativament parlant).

Cada vegada és més freqüent el teletreball, sobretot en el cas dels periodistes que s'encarreguen de la informació comarcal. Llavors passa el mateix que amb els corresponsals dels diaris: els redactors treballen des de casa, amb l'instrumental o el programari de l'empresa. Una novetat que ha introduït la principal agència catalana és una mena de consells de redacció en línia, a través del servei de missatgeria instantània amb més difusió a internet.

L'equipament amb què surten els periodistes d'aquesta mateixa companyia a cobrir els assumptes d'interès és similar a les màquines que manegen els seus companys dels diaris electrònics. Els uns i els altres han d'enregistrar sovint imatges estàtiques i en moviment, so, etc. A més, s'han d'ocupar de la part tex-

tual de la informació. Alguns entrevistats es refereixen a situacions poc comunes, en les quals els periodistes també han de gestionar econòmicament el dia a dia de l'empresa, per exemple, a través de fulls de càlcul, per controlar les despeses de producció.

La polivalència, en les agències més modestes, no afecta exclusivament el redactor. També el fotògraf assumeix noves competències. Fins i tot es pot donar el cas que acabi escrivint el text del reportatge que havia d'il·lustrar gràficament. Si el cost d'un viatge a l'estranger es dispara amb dues persones, aquestes agències no s'ho pensaran dues vegades: enviaran un únic professional perquè s'encarregui de totes les tasques per als diferents suports: televisió, premsa, etc.

Una de les claus per explicar tots aquests canvis operatius rau en la implementació de les noves tecnologies. Amb menys inversió es poden desenvolupar més tasques. Tot plegat es pot fer de forma simultània i sense que calgui especialitzar el personal. Amb tot, aquest nou escenari no significa que el clima laboral sigui el més propici. Les queixes per la precarització són constants, especialment entre els treballadors. Les referències a les "sinergies" són constants. No obstant, una periodista d'una agència d'una certa envergadura lamenta que encara no s'hagi passat de la teoria a la pràctica: "Tothom en parla, però ningú no les aplica".

Ràdio

La situació en les grans emissores públiques estatals no ha canviat gaire en els últims anys. Els canals privats i, especialment, els més petits, han estat els principals impulsors de les noves competències dels periodistes i de la resta de personal de la plantilla. En aquests mitjans, els periodistes fins i tot s'encarreguen de les falques publicitàries. Desenvolupen tasques de producció, elaboren guions, seleccionen músiques, etc. Programaris com el CoolEdit els permeten treballar de manera flexible. Això no significa que en companyies públiques com la catalana, els periodistes no intervinguin en la producció de la notícia des de la documentació fins a l'edició i la locució. I tot això en molt menys temps que abans. Però les motivacions i les necessitats d'un tipus d'empresa i de l'altra són diferents.

Els directius consideren que, en essència, les rutines no han canviat. No obstant, ara ja és possible que la mateixa persona que ha començat a buscar dades per a una notícia l'acabi presentant als oients. De manera unànime, els entrevistats indiquen que l'esperit de la feina a la redacció tampoc no ha variat. Fins i tot es manté la dependència i la col·laboració entre mitjans: els més pròxims proporcionen notícies als més grans; els periodistes que treballen per a suports diferents s'ajuden quan l'ocasió ho requereix; les agències tendeixen a concentrar-se en els espais que les altres empreses, incloses les ràdios, no poden (o no volen) cobrir.

Un directiu d'una gran cadena privada diu que les tecnologies faciliten la feina dels periodistes, "tot i que encara queda camí per recórrer". Els redactors han incorporat a les seves funcions certes tasques que, tradicionalment, desenvolupaven els empleats de producció (trucades per concertar entrevistes, reserves d'espais, etc.), els tècnics (operacions i manteniment d'aparells) i els locutors (lectura dels textos).

Des d'emissores públiques com la catalana es confessa que, encara que no s'hagi reduït el nombre de professionals, "les mateixes persones han de fer més coses". O sigui, que la productivitat augmenta. L'horitzó que dibuixa la ràdio digital porta alguns directius a pensar en la possibilitat de contractar més personal.

De moment, molts periodistes ja intervenen en la confecció de la pàgina web de la ràdio. Aquesta investigació permet comprovar que cap canal prescindeix de la xarxa: a diari la fan servir en múltiples tasques, des del correu electrònic fins a les recerques d'informació. Un directiu d'una ràdio comarcal evidencia la utilitat que també els periodistes d'aquest mitjà tinguin nocions d'imatge digital, ja que poden ocupar-se d'una informació per a la ràdio i, a més, prendre fotografies per a la pàgina web.

La responsable d'una altra emissora comarcal prefereix parlar d'"autosuficiència" abans que de polivalència. Com que, al seu parer, el component tecnològic és molt senzill, els periodistes no haurien de tenir massa problemes per arribar a aquest estadi. En canvi, un directiu d'una de les principals emissores d'Espanya rebutja la idea del "periodista tot terreny" i aposta per l'especialització "en funció de la dimensió de l'empresa". Aquest aclariment, però, no li impedeix admetre a continuació que el redactor té ara més responsabilitat que en el passat, ja que intervé en totes les fases. La part positiva és que, gràcies a la tecnologia, el ritme no és tan angoixant com en els estudis del passat. Tecnològicament, els periodistes radiofònics són més autònoms, la qual cosa no implica que es minimitzi la importància del treball en grup.

Televisió

La majoria dels canals reclamen als seus redactors que siguin capaços d'intervenir en totes les etapes de l'elaboració de la notícia. Equipaments com les càmeres modernes, lleugeres i fàcils d'usar, i els sistemes d'edició digital no lineal impulsen el perfil del *periodista polivalent*. Les empreses petites o les emissores més noves no han hagut d'adaptar mentalitats. Han nascut directament amb aquesta filosofia. Les companyies més grans i experimentades han viscut una transició que, de vegades, ha resultat traumàtica. En casos com el de la televisió pública espanyola, aquest pas encara no s'ha donat. No hi ha hagut, doncs, cap increment en la productivitat de la plantilla. A grans trets, es pot dir que els periodistes de l'emissora pública estatal continuen treballant com ho feien fa deu anys. La regulació interna i les categories laborals perpetuen un model que ningú més manté. Ni tan sols les altres cadenes públiques.

La televisió pública catalana ha estat una de les emissores que més ha ajudat a consolidar la figura dels ENG (de l'anglès Electronic News Gathering). Dos periodistes que s'alternen per torns les funcions de càmera i redactor integren aquests equips. Tal com relaten els treballadors, en aquest mitjà, fins i tot els periodistes munten les seves peces, un esquema de treball que va introduir a l'Estat Telecinco el decenni passat.

Molts periodistes mostren un elevat esperit crític quan reconeixen que no aprofiten al cent per cent les possibilitats que els ofereix la tecnologia amb què

operen. Tanmateix, ells mateixos arriben a la conclusió que és difícil canviar aquesta tònica per la celeritat amb què es treballa a les redaccions. Amb tot, és igualment possible trobar directius de mitjans que refusen radicalment aquest plantejament. Reneguen de la polivalència i admeten que la seva redacció s'ha separat del centre de treball d'un diari comarcal del seu grup, com en el cas d'un conglomerat de mitjans d'Osona.

Entre els professionals que s'han adaptat a la nova situació, preval un recel. Una redactora d'una empresa privada d'àmbit estatal el sintetitza: "Alguns periodistes que treballen en redaccions digitalitzades (com era el seu cas) no tenen prou cultura televisiva per fer productes equivalents als que feien abans els muntadors en analògic". A més, al seu parer, si els periodistes s'ocupen cada vegada de més activitats i no s'especialitzen en cap tasca concreta, són cada vegada més vulnerables davant de les seves empreses, "perquè no són experts en res".

En cas de dubte, davant de la proliferació d'activitats, la preferència és sempre la mateixa: els periodistes han de saber trobar bones històries i explicar-les amb claredat. Així ho creuen els professionals de la informació i també els seus superiors jeràrquics.

Una altra peculiaritat en aquest terreny és que alguns serveis de les grans televisions espanyoles estan digitalitzats a la seu central de Madrid, en canvi, a Catalunya encara no s'ha arribat a aquest grau. Tanmateix, la progressió és imparabile i això és una simple qüestió de temps.

En una de les emissores privades d'àmbit estatal es detecta una circumstància digna de menció. Com que el canal ofereix també un servei d'agència, els seus treballadors han d'adoptar aquesta doble mentalitat en la seva feina.

El teletreball, un element comú a tots els mitjans, també apareix amb força en el cas de la televisió. El director d'un canal comarcal subratlla la facilitat amb què els nous llicenciats (i els estudiants de Periodisme) s'adapten a la nova manera de funcionar.

El responsable d'un altre mitjà recorda la importància que pren la infografia en la televisió en particular i en la comunicació en general. Si els exemples "que tenim actualment al nostre abast no són millors és perquè falta temps", afegeix.

Com passa en algunes agències, si un periodista és a sou d'una televisió que pertany a un grup del qual depèn també un diari imprès, pot elaborar la mateixa informació per a dos mitjans diferents, amb dos llenguatges específics. En qualsevol cas, els responsables dels mitjans confessen que la qualitat és desigual. Potser el text per al periòdic és excel·lent i la peça audiovisual no passa de mediocre, o viceversa. Però rarament tots dos exemples són satisfactoris.

Una competència que sí que haurien de tenir els periodistes és el coneixement del procés productiu. Si saben com es desenvolupa, des del principi fins al final de la cadena, la seva feina millorarà, serà més ràpida, més eficient, etc.

Mitjans en línia

Els periodistes dels mitjans electrònics reivindiquen una consideració idèntica a la categoria de la resta de professionals d'altres suports. Tot i això, són conscients que algunes fonts i certs companys encara no els veuen així. En canvi, compten amb un avantatge. Dominen la xarxa i els seus recursos molt millor que els seus competidors. Amb tot, saben que el contacte personal mai no hauria de ser substituït "per les relacions exclusivament digitals", tal com assegura el director d'un d'aquests diaris.

Tanmateix, en els mitjans més petits, aquest ideal no s'arriba a complir. Si una empresa compta amb pocs treballadors i aquests professionals han de produir un volum elevat d'informacions, no poden destinar gaire temps a cada peça. Malauradament, el treball de carrer comporta haver d'invertir en cada notícia moltes més hores que si el contacte amb les fonts es fa a través del correu electrònic i del telèfon.

El llenguatge que han de fer servir aquests professionals és diferent de l'expressió radiofònica, televisiva, etc. L'especialització temàtica (per seccions) sol mantenir-se. No obstant això, el domini de les aplicacions informatives multimèdia és cada cop més sol·licitat, així com l'ús de programaris i llenguatges específics (Flash, Dreamweaver, HTML, Java, etc.).

Molts dels entrevistats separen tres àrees en aquest mitjà: la programació, el disseny i el periodisme. Un directiu d'una empresa pública de continguts multimèdia apunta la necessitat que els periodistes tinguin també nocions de programació. Per descomptat, han de ser capaços d'emprar programari gràfic, d'edició de vídeo, etc. Aquests professionals també fan de moderadors de fòrums i xats. Aquesta tasca, que també es du a terme en els mitjans privats i d'una grandària menor, està consolidada igualment en la gran empresa pública del país. Fins i tot, aquests redactors elaboren "segments informatius en temps reals" sobre esdeveniments destacats, una tasca híbrida, a mig camí entre la transmissió radiofònica en viu i el text per als mitjans escrits.

La preparació de continguts per a telèfons mòbils és una altra novetat entre les atribucions dels periodistes. En aquest punt es produeix un salt qualitatiu. La majoria dels entrevistats es refereix al mòbil com una eina per millorar la feina dels periodistes. En aquest àmbit, però, la visió és ben distinta: aquí es veu com una via per difondre notícies.

El responsable d'un diari electrònic impulsat per l'Administració a Barcelona sosté que els periodistes han de tenir la capacitat d'"estimular la participació del públic". A més, caldria que els professionals sabessin "controlar, canalitzar i aprofitar" aquesta intervenció de l'audiència.

Per cobrir aquestes necessitats, la redacció de la CCRTV Interactiva s'estructura de manera matricial. Al model tradicional d'organització se superposa una segona fórmula, basada en el canal o mitjà (internet, telèfons portàtils, etc.). Tot i que el responsable d'Interactiva creu que convindria tenir una superestructura capaç d'elaborar informació indistintament, per a qualsevol mitjà, de moment

ho veu difícil. Opina que caldria "un canvi cultural" pel que fa a la manera de treballar i de formar periodistes. De moment, els redactors de l'ens ja treballen amb un sistema anomenat Content Management System (CMS) per combinar vídeos, fotografies, so, text, etc. en funció del que reclami cada suport. De manera que, en realitat, els periodistes no produeixen per a un mitjà determinat, sinó que alimenten una base de dades que, posteriorment, proporcionarà el material adequat a la xarxa, el teletext, els mòbils, etc.

Malgrat que comparteixen interessos i, en certa mesura, també llenguatges, experiències com les d'un diari digital associat a una xarxa de televisions locals mostren algunes dificultats sobre les sinèrgies. Com que el ritme d'un ciberdiari és diferent del d'una televisió, aquestes dues firmes comparteixen la informació dels consells de redacció a primera hora. Però, a partir de llavors, segueixen camins diversos.

El concepte de la formació continuada hi reapareix. Sovint, l'interès es desplaça a les facultats de Comunicació, una circumstància que demostra la necessitat d'uns fonaments sòlids per desenvolupar unes competències cada vegada més variades i heterogènies, segons els entrevistats.

Com en la majoria de mitjans analitzats, els periodistes i els responsables dels ciberdiaris creuen que és vital tenir la capacitat de treballar bé en equip. L'autonomia i la polivalència no s'haurien de confondre amb l'aïllament.

Conclusió

La polivalència del periodista es pot donar de diferents formes. En els mitjans petits, aquest professional sempre ha estat polivalent. El periodista dels nous mitjans en línia també assumeix la polivalència de manera natural. Però en els mitjans tradicionals de grans dimensions, aquest procés (el periodista acumula més i més funcions) encara està obert i sovint resulta conflictiu.

Alguns dels entrevistats expressen la seva preocupació perquè saben que s'estan allunyant progressivament del fet noticable. Cada cop més, el 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.

El *periodista natiu digital* domina la tecnologia, s'adapta fàcilment a l'entorn productiu i té la capacitat de treballar per a diferents mitjans i amb llenguatges variats. El *periodista migrant digital* s'ha vist obligat a reciclar-se, a aprendre com funcionen els nous instruments de treball i a assimilar les lògiques productives.

Aquesta recerca demostra que el concepte de periodista polivalent és el que millor s'adapta a l'actual situació professional, a condició que s'clareixi el significat i l'abast del terme "polivalència". El concepte de *periodista multimèdia* no és erroni. No obstant, únicament fa referència al professional que produeix continguts per a diferents mitjans. En alguns casos, el 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 variats (esportius, culturals, polítics, etc.) o de desenvolupar

lupar diverses funcions (redacció, fotografia, edició, etc.). Per aquesta raó, el concepte "multimèdia" no arriba a cobrir totes les noves tasques del periodista en els entorns digitalitzats.

Pel que fa al *periodista digital*, el seu significat ha perdut especificitat: 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. Operen 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" (Salaverría, 2003), també es pot acceptar l'existència de diverses formes de polivalència. Segons l'entrada del Diccionari de la Llengua Catalana de l'Institut d'Estudis Catalans, el terme "polivalència" fa referència a la "qualitat de polivalent". I la definició de polivalent és la següent: "1. adj. Que té diversos usos, valors o efectes. 2. adj. Que admet diversos valors. 3. En quíim., que actua amb un nombre d'oxidació igual a +2 o superior".

A partir del material recollit en aquest estudi, s'entén per periodista polivalent el professional de la informació capacitat per desenvolupar distintes tasques amb les eines tecnològiques que abans feien servir altres figures per produir continguts per a mitjans diferents.

Es proposa la següent classificació de les polivalències:

- *Polivalència tecnològica*: el periodista utilitza instruments (programari i maquinari) que li permeten generar i gestionar continguts en diferents suports. Per exemple, domina programaris d'escriptura, retoc fotogràfic, sistemes d'edició de vídeo, etc.

- *Polivalència mediàtica*: el periodista dissenya i produeix continguts en alguns dels següents formats: escrit, àudio, gràfic, vídeo i interactiu. Per exemple, després de cobrir un esdeveniment, prepara un text escrit, una intervenció radiofònica i edita un vídeo.

- *Polivalència temàtica*: el periodista s'ocupa d'informacions per a seccions diferents (esports, política, cultura, etc.). Per exemple, 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, ja que conformen diferents graus d'anàlisi. Un mateix periodista pot estar capacitat 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)...

Bibliografia

- DOMINGO, D. *Material and organizations constrains in the development of on-line journalism*. COST-A20 2006 Conference in Delphi.
- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J.; MESO, K. (1996). *El periodismo electrónico*. Barcelona: Ariel, 1996.
- GRUP DE PERIODISTES DIGITALS / SINDICAT DE PERIODISTES DE CATALUNYA [en línia]: *Informe sobre la situació laboral i professional dels periodistes digitals a Catalunya*. <<http://www.periodistesdigitals.org/cat/infor>>
- DÍAZ, R. "La redacción automatizada, un sistema de redacción". *Mensaje y medios* (1990), núm. 15, p. 57.

mes.htm> [Consulta: 25/03/06].

- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS. *Diccionari de la Llengua Catalana*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1995.

- LUZÓN, V. *Internet, l'eina inevitable. Periodistes, mitjans i missatges en la xarxa*. Barcelona: Col·legi de Periodistes, 2003.

- MASIP, P. "Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas". *Zer* (2003), núm. 14, p. 29-42.

- MICÓ, J. L. *La edición digital no lineal en los programas informativos de televisión*. València: Universitat Politècnica de València. Tesi doctoral, 2003.

--- (2006) *Teleperiodisme digital*. Barcelona: Trípodos.

- PINEDA, M. "La profesión de periodista y los retos de las tecnologías de la información".

Diálogos de la Comunicación (2005), núm. 72.

- RODRÍGUEZ OSUNA, J. "La muestra, teoría y aplicación". A: García Ferrando, M. et al. *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza, 1986.

- RUIZ OLABUÉNAGA, J. *Métodos y técnicas de investigación*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1999.

- SMITH, A. "Tecnología y control: Las dimensiones interactivas del periodismo". A: Curran, J.; Gurevitch, M.; Woollacot, J. *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1981.

- SORIANO, J. coord. *Radiografía prèvia al Llibre Blanc de la Profesió Periodística a Catalunya. Informe de la Recerca Qualitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.

Transformacions digitals i tensions professionals en les redaccions de televisió espanyoles

Josep Lluís Mico, Pere Masip
Universitat Ramon Llull

Over the last 10 years, Spanish television newsrooms have adopted two key technological innovations: the internet, followed by digital editing technology. The latter featured the gradual replacement of analog systems with digital component systems. Obviously, systems with digital component have been in use in newsrooms for a long time, through wire service computer system, news editing programs, automatized news systems, autocue, digital newsgathering equipment. Nevertheless, internet and the new integrated television newsrooms have had a greater bearing than other technologies on journalistic practices, the nature of work, and on the profession itself.

The paper particularly analyses the transition to digital technology and their impact on journalistic routines. Thanks to digital technology and particularly non-linear editing systems, journalists hold different functions until now performed by specialized workers. As a consequence of this convergence of functions stages in the labor process have been eliminated as well as some technical jobs. In some cases the transition was carried out without cutback in the workforce and the skilled workers. Nevertheless, in others trade unions pressures made it difficult the whole establishment of digitalization in all the production process.

Els canvis estructurals en el sector audiovisual espanyol durant les dues darreres dècades han repercutit en l'organització empresarial i laboral, en l'oferta dels canals de televisió i, en conseqüència, en el consum del discurs i en la seva recepció. La televisió del segle XXI està obligant les cadenes a ajustar els continguts informatius a les noves exigències tecnològiques i expressives del mitjà. Les modificacions van començar amb la implantació de les redaccions informatitzades, entre finals del decenni dels vuitanta i principis dels noranta. Llavors naixia també una època marcada per la filosofia de l'*Electronic News Gathering* (ENG). Així, el periodisme electrònic permetia que una sola persona es responsabilitzés de tot el procés de gravació. La nova tecnologia facilitava un enregistrament molt més ràpid, fluid i immediat. A més, amb els equips compactes d'edició, el reporter desplaçat al lloc dels fets podia muntar la peça i