

El perfil del periodista de Internet en Galicia

(The profile of the Internet journalist in Galicia)

García Orosa, Berta; Túñez López, Miguel;
López García, Xosé

Univ de Santiago de Compostela. Fac. de CC. de la Comunicación.
Avda. Castelao, s/n. 15782 Santiago de Compostela

BIBLID [1137-4462 (2005), 11; 159-169] Recep.: 18.05.04
Acep.: 22.07.04

El artículo presenta las conclusiones de una investigación realizada sobre las actitudes profesionales y las condiciones laborales de los primeros periodistas en red que trabajan en medios gallegos. A lo largo del estudio se intenta describir no sólo las características objetivas del trabajo de los nuevos comunicadores sino también sus expectativas y reflexiones sobre el nuevo medio.

Palabras-Clave: Periodismo electrónico. Periódico digital. Internet. Ciber-periodista.

Galiziako sareko komunikabideetanlan egiten duten lehen kazatarien jarrera profesionalei eta lan baldintzei buruzko emaitzak aurkezten dira artikulu honetan. Komunikatzaile berrien lan ezau-garri objetiboak deskribatzen saiatzeaz gainera, kazetari horiek komunikabide berrian jartzen dituzten itxaropenak etahari buruzko gogoetak agertzen dira azterlanean zehar.

Giltza-Hitzak: Kazetaritza elektronikoa. Kazeta digitala. Internet. Ziber kazetaria.

L'article présente les conclusions d'une recherche réalisée sur les attitudes professionnelles et les conditions de travail des premiers journalistes sur réseau qui travaillent dans les milieux galiciens. On essaie, tout au long de l'étude, de décrire non seulement les caractéristiques objectives du travail des nouveaux communicateurs mais également leurs attentes et leurs réflexions sur le nouveau moyen de communication.

Mots Clés: Journalisme électronique. Journalisme numérique. Internet. Ciber-journaliste.

1. INTRODUCCIÓN

Los datos presentados a continuación son fruto de una investigación realizada en Galicia en el año 2002 sobre el periodismo electrónico en la comunidad autónoma. El nuevo medio de comunicación abría líneas de estudio marcadas por la indefinición inicial de los instrumentos de análisis e, incluso, del propio campo de investigación. La primera dificultad de la investigación estuvo señalada ya por la propia configuración del medio la delimitación del objeto de estudio, ¿que entendemos por «periodismo electrónico» y qué por «periodismo gallego en Internet»? Optamos en esta primera aproximación por incluir las cabeceras de información general y los medios que tienen a la sociedad gallega como destinatario principal (idioma, contenidos vinculados a Galicia). En este contexto diseñamos una investigación que nos permitiese realizar un primer censo y análisis de los diferentes ámbitos implicados directamente en el incipiente periodismo electrónico: los medios, las audiencias y los periodistas. Con el fin de alcanzar una mayor amplitud y contraste entre los datos recogidos y analizados combinamos la metodología cuantitativa y cualitativa (encuestas, entrevistas en profundidad y grupos de discusión). El objetivo fundamental era conocer la realidad del periodista de un medio electrónico dentro del contexto mediático gallego y no sólo desde el punto de vista de las condiciones laborales objetivas sino también desde la perspectiva de su actitud hacia el nuevo de medio de comunicación. A continuación presentamos algunas de las conclusiones.

2. CONTEXTO

La investigación partía de dos parámetros contextuales específicos que conviene resaltar ya que sus características influirán no sólo en el diseño del estudio sino también en los propios resultados.

El primero de ellos está delimitado por la propia comunidad autónoma y su contexto informativo. Galicia consolidó durante las últimas décadas un sistema mediático propio, aunque diferente según los soportes. En el caso de los medios de comunicación escritos, la comunidad autónoma gallega cuenta con un sistema de medios impresos propio –de información general y de diversas periodicidades– marcado por las empresas centenarias de carácter local¹ con mercados pequeños pero muy definidos que impidieron o dificultaron durante las últimas décadas la difusión de prensa foránea o la entrada de grandes grupos de comunicación².

1. De los 12 periódicos diarios de información general editados actualmente en Galicia únicamente *La Voz de Galicia* tiene difusión representativa en toda la comunidad.

2. Solamente *Faro de Vigo* y *La Opinión* pertenecen al grupo Prensa Ibérica.

Sin embargo, el sector del audiovisual no consiguió consolidar un sistema propio y está actualmente distribuido entre las delegaciones de las grandes cadenas estatales y las nuevas emisoras de televisión y radio locales³. Pese a que la radio cobró importancia dentro de sector de la comunicación tanto en difusión como en número de emisoras⁴, actualmente sólo dos emiten las 24 horas en gallego. En el caso de las televisiones, el mercado se reparte entre las de ámbito autonómico –TVG y las delegaciones de TVE, Tele5 y Antena3– y las incipientes de carácter local.

En este contexto se desarrolla el nuevo medio, Internet, que, además de sus propias características técnicas está condicionado, en segundo lugar, por una realidad de infraestructura y empleo que también es peculiar en la comunidad autónoma –con tendencia ascendente, pero con un cierto retraso en infraestructura y consumo de información a través de la red como analizaremos en la última parte del artículo–.

Pero, ¿qué ocurre en los medios de comunicación? ¿Tienen la infraestructura necesaria para lanzar al mercado un medio de comunicación en red?

Grandes cambios y expectativas, pero incertidumbre son los rasgos característicos de unos medios de comunicación que tienen una buena infraestructura, un uso habitual de la red para el trabajo diario de la mayoría de los periodistas pero que en raras ocasiones utilizan todos los recursos que ofrece Internet para la implantación de un nuevo medio de comunicación. En general, los medios gallegos cuentan con buena tecnología, pero empleo y formación relativos.

3. EL NUEVO O VIEJO PERIODISTA EN INTERNET

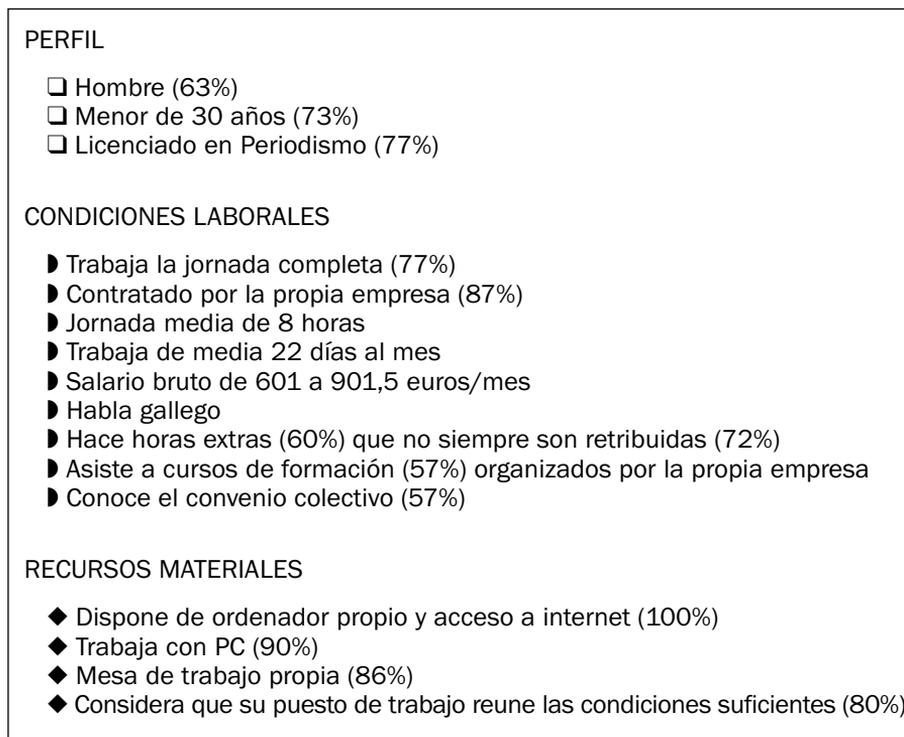
Dentro de este apartado nos interesaba no sólo conocer la situación laboral de los periodistas sino también sus actitudes y expectativas ante el nuevo medio. Por eso, además de las técnicas de recogida de datos cuantitativas (encuesta mediante el sistema CATI *Computer Assisted Telephone Interview*) recurrimos a las entrevistas en profundidad y a los grupos de discusión.

Un hombre joven, licenciado en Ciencias de la Comunicación, con buena formación en nuevas tecnologías, medianamente satisfecho con las condiciones de su trabajo pero con un sueldo relativamente bajo en función del horario y las características del puesto laboral que ocupa. Así dibujan los datos obtenidos al prototipo de periodista en Internet en la actualidad.

3. Aunque comenzaron en muchos casos como emisoras de carácter municipal, están siendo adquiridas por grandes grupos de comunicación.

4. Se multiplicó por cinco en veinte años.

Figura 1



Fuente: elaboración propia.

Según podemos observar en el gráfico, la precariedad laboral y las condiciones laborales irregulares caracterizan al personal del nuevo medio. Analicemos los datos detenidamente.

a) Condiciones laborales

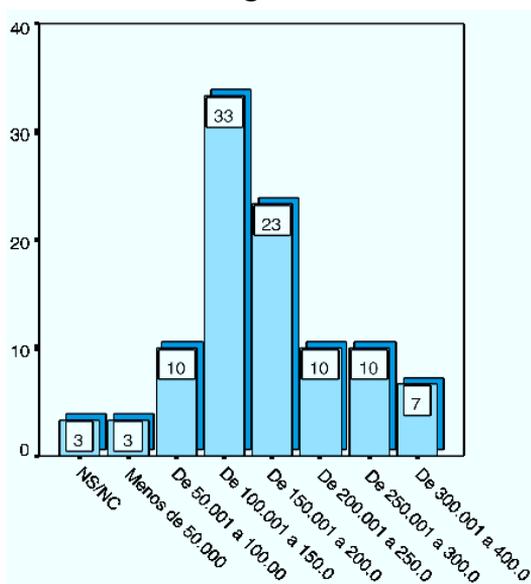
Sólo tres de cada diez periodistas que trabajan en medios lo hacen exclusivamente en Internet. La mayoría (7 de cada 10) emplean simultáneamente la red con otro soporte, principalmente la prensa escrita⁵.

La mayoría de los periodistas de medios digitales está contratada para la jornada completa (77%), trabaja 8 horas al día durante 22 jornadas laborales al mes.

5. En los grupos de discusión se indicaba que las cifras responden a los periodistas que trabajan para empresas con medios en más de un soporte y a casos de periodistas de la red que buscan un complemento salarial como colaboradores de medios en otros soportes, sobre todo como articulistas de prensa diaria.

El salario medio por hora trabajada es de 6,73 euros brutos (1.120 pesetas) en un abanico que va desde los 1,8 hasta los 14,42 euros (de 300 a 2.400 pesetas). Por lo tanto, uno de cada tres periodistas electrónicos (34%) tiene una nómina mensual entre 601 y los 901 euros brutos (100.000 y 150.000 pesetas)⁶. Más de la mitad de los entrevistados (58%) gana entre los 601 y los 1.202 euros (100.000 y 200.000 pesetas) brutas al mes. También es destacable que un 10% de los periodistas trabaje por menos de 601 euros (100.000 pesetas) y un 3% ni siquiera llegue a los 300 euros (50.000 pesetas).

Figura 2



Fuente: elaboración propia.

b) Precariedad: sin contrato y becarios

Un tercio de los periodistas electrónicos (36,7%) reconoce que en su empresa hay compañeros trabajando sin contrato y el resto (63,3%) asegura desconocer que se da esa situación.

Casi la mitad de los entrevistados (46,7%) afirma conocer casos de becarios trabajando en la empresa que sustituyen a periodistas de baja o de vacaciones. El 53,3% restante no aprecia esta situación en su lugar de trabajo.

6. En esta franja está el salario medio de los periodistas gallegos.

c) Convenio

Existe un elevado porcentaje de empresas que no cuentan con un convenio específico que regule las condiciones económicas laborales de los periodistas que trabajan en medios electrónicos (43,3%). Y, entre los empleados se registra una gran desconocimiento. Uno de cada diez de los entrevistados no sabe si su empresa tiene convenio colectivo.

d) Formación

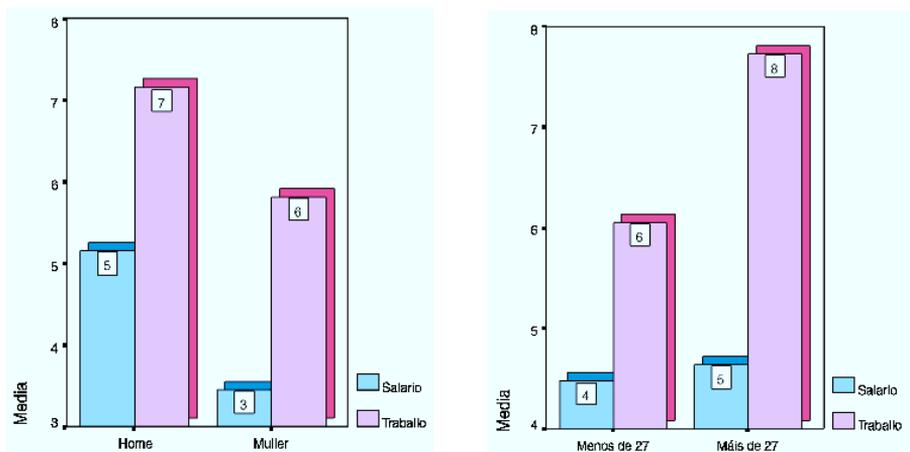
El periodista en Internet es un sector en constitución y en constante evolución que reclama una formación continua. Por eso, los porcentajes de periodistas que hacen cursos específicos de formación se eleva hasta el 56,7%. Normalmente asisten a dos cursos al año, lo que supone un porcentaje alto y positivo en relación con el conjunto de la profesión.

e) Espacio de trabajo y recursos

Todos cuentan y utilizan Internet, pero sólo el 86,7% dispone de mesa propia. Pese a que se muestran satisfechos con las condiciones de trabajo (80%), un 13% reconoce haber tenido algún problema físico de salud relacionado con las mismas.

En general, los más jóvenes son los que declaran una mayor satisfacción, pese a que la mitad de los trabajadores del medio pensaron en cambiar de profesión en los últimos meses.

Figura 3. Grado de satisfacción de los periodistas en Internet



Fuente: elaboración propia.

En general, la precariedad laboral –sobre todo salarial–, la necesidad de consolidar Internet como medio informativo, de que se reconozca esa función, caracterizan el privilegio de participar en la creación de una nueva forma de comunicación con un gran potencial comunicativo.

La red como instrumento de trabajo

Pero además de Internet como medio de comunicación, ¿qué uso hacen de la red los periodistas en su rutina diaria? Los datos son menos positivos ya que se puede intuir un desaprovechamiento o infrautilización de las infraestructuras con que cuentan los medios de comunicación en Galicia. Los datos así lo reflejan.

Cuatro de cada diez consideran que su empresa no hace un uso adecuado de las nuevas tecnologías y sólo dos de cada tres periodistas utilizan Internet habitualmente en su trabajo, frente al 35% que nunca lo emplea. Además el 47% asegura que no utiliza correo electrónico.

Pese a que la mayoría se manifiesta satisfecho con los recursos materiales de su trabajo, entre las reivindicaciones resaltan el correo electrónico, un nuevo editor de textos o un programa de maquetación.

4. MEDIOS GALLEGOS EN INTERNET

¿En qué medios trabaja este periodista electrónico? Con el objetivo de realizar una radiografía de la estructura empresarial de medios de comunicación en Internet en Galicia analizamos los periódicos en línea con versión en papel y a aquellos otros que solamente tienen presencia en la red.

En el primero de los casos, prácticamente todos los periódicos diarios de información general de Galicia tienen una versión electrónica (desde el año 1995 en el que comenzó *El Correo Gallego*), pero la mayoría se convirtieron únicamente en un traslado directo a la red de las informaciones elaboradas por la redacción para el periódico tradicional –incluso con varias actualizaciones a lo largo de un día–.

En el segundo caso, aparecen las instituciones con medios propios, las empresas nacionales con ediciones gallegas y las iniciativas surgidas en la comunidad autónoma (portales como Vieiros o R; edición única en Internet como xornal.com o digital-celtanet.com). También se caracterizan por tener cuadros de personal reducido aunque más numerosos que los medios tradicionales que tienen versión electrónica y un uso muy importante de la información de agencias.

La indefinición e incluso la inexistencia de un «periodista electrónico» se enmarca dentro de esta tendencia de necesidad de tener presencia en la red pero, al mismo tiempo, sin acometer grandes inversiones o adaptaciones a un nuevo medio todavía desconocido. De este modo, presentan contenidos idénticos y, en muchos casos, aprovechan el personal de las redacciones del medio

tradicional. Los grupos de discusión realizados a lo largo de la investigación no consiguieron una definición del periodista en Internet salvo pequeñas aproximaciones por negación en la mayoría de los casos. Los periodistas gallegos consideran inexistente la diferenciación entre el comunicador que trabaja en medios de línea y el de medios tradicionales.

5. AUDIENCIAS

Otro de los puntos analizados en el informe por considerar que ayuda a la definición del nuevo periodista electrónico fue la recepción del medio, es decir, las audiencias de los diarios electrónicos. El universo del estudio no abarca a toda la población gallega, únicamente a los denominados internautas. Con este motivo analizamos las características generales del usuario de Internet en Galicia y, dentro de esta franja de población, la difusión de los medios de comunicación en red en la comunidad autónoma. El internauta gallego prototípico es un hombre de unos 25 a 33 años, con un alto nivel de estudios y familiarizado de antemano con la informática y con la red, según los datos facilitados por EGANET (Empresa Galega Adicada a Internet)⁷.

CUADRO COMPARATIVO	Internauta gallego	Internauta español
Edad	25-33 años: 48%	21-30 años: 49,1%
Sexo	Hombres: 79%	Hombres: 80,3%
Provincia	Pontevedra: 58%	Cataluña: 23,7%
Nivel de estudios	Tit. superior: 58%	Tit. superior: 52%
Situación laboral	Trabajo por cuenta ajena: 52%	Trabajo por cuenta ajena: 51,7%
Conocimientos de informática previos al uso de internet	Si: 62%	Usuario medio: 39,7%
Tiempo que llevan usando internet	+ 3 años: 63%	6 meses-2 años: 45,2%
Tiempo que usan internet en el trabajo	+ 10 horas: 40%	4-10 horas: 34,6%
Desde dónde se conecta	Princ desde trabajo: 29% Sólo desde trabajo: 24%	Casa: 73,6% Trabajo: 44,5%
Portales más visitados	Yahoo.es	Yahoo.es
Productos más utilizados	Noticias: 78,9% Servicios de información: 66% Banca: 48,8% Música: 30,1% Tiendas: 25,3%	Software: 28,7% Libros/revistas: 21,2% Hardware: 17,8% Música: 14,7% Vídeos/películas: 4,9%

Fuente: elaboración propia.

7. Encuesta sobre el usuario gallego de Internet realizada por EGANET en www.pegaso.org/enquisa/

La primera gran característica relevante para la investigación y, al mismo tiempo, una diferenciación con las medias del resto de España es el lugar de acceso a la red: en el conjunto del Estado es el hogar (un 75%) mientras que en Galicia es todavía el trabajo (62%). Desde nuestro punto de vista, esta cifra revela un importante atraso en la implantación de nuevas tecnologías en los hogares gallegos que, aunque registra una tendencia creciente en los últimos años, tiene un ritmo mucho más lento que otras comunidades autónomas.

En segundo lugar, es significativa la confirmación de que el internauta se enmarca dentro de una franja de población joven (el 65% menores de 34 años), pero a la que se añaden paulatinamente otros sectores (como los mayores de 50 años en los que recogíamos un porcentaje del 4 por ciento pero que está creciendo), que, pese a ser reacios o ajenos a las nuevas tecnologías pueden tener el tiempo, el interés y la formación suficiente para introducirse en el mundo de la lectura electrónica.

En tercer lugar, el internauta gallego trabaja mayoritariamente por cuenta ajena (52%), sólo un 19% por cuenta propia (19%) y un 13% en la administración pública.

En cuarto lugar, debemos señalar que los servicios que más utilizan son el correo electrónico (95,2%) y el envío de mensajes a móviles, seguido de los foros y charlas.

Finalmente, las web favoritas de los gallegos son *Vieiros*, Xunta de Galicia, *La Voz de Galicia*.

El retraso en la penetración y uso de la red en Galicia se refleja no sólo en la producción de contenidos informativos para Internet sino también en la propia audiencia del medio. Pese a registrar una tendencia ascendente durante los últimos años, el nivel de penetración de los medios en red es el más bajo de todos los soportes de medios de comunicación (8,2%).

Esta situación debemos enmarcarla dentro de una comunidad autónoma que registra la mayor penetración de medios de comunicación en la televisión (87,1%), seguida de la radio (48,5%) y, de lejos, por la prensa diaria (10,73%).

En relación a las audiencias existen diferencias importantes según los soportes. En el caso de los medios impresos utilizamos como fuente los datos facilitados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). En general, como tendencia, podemos señalar que existe una mayor audiencia en días laborables y un descenso en fines de semana (dato que coincide con el hecho de que la mayoría de las consultas se realicen desde el lugar de trabajo). También se da una constante de mayor número de visitas en las franjas horarias que coinciden con el tiempo laboral, especialmente a primeras horas de la mañana. Finalmente, se registra una pequeña tendencia al alza en los últimos meses.

6. CONCLUSIONES

Infraestructura calificada de suficiente, recursos humanos con formación específica y condiciones laborales que se mantienen al filo de la precariedad. El periodista en Internet en Galicia se dibuja con el paso de los meses en el entorno de un sector empresarial que todavía no realiza grandes inversiones en un medio nuevo y en un contexto social en el que entra paulatinamente en la denominada Sociedad de la Información.

7. BIBLIOGRAFÍA

CANEL, María José; RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto; SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. *Periodistas al descubierto*, Madrid: C.I.S., 2000.

CASTILLO, J.J. *A la búsqueda del trabajo perdido*, Madrid: Tecnos, 1998.

COLLER, X. *La empresa flexible: estudio sociológico del impacto de la flexibilidad en el proceso de trabajo*, Madrid: C.I.S., 1997.

DÍAZ NOSTY, Bernardo. *Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España*, Madrid: Edicións Zeta, 2001.

LÓPEZ GARCÍA, X. *A comunicación en Galicia 2000*, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 2000.

POUSA, Xosé Ramón. *El sistema radiofónico gallego*, Barcelona: Universitat Autònoma, Tese de doutoramento, 1995.

RIFKIN, J. *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Barcelona: Paidós, 1996.

TÚÑEZ, Miguel. *Da teoría á práctica. Perfil do xornalista galego*, Santiago de Compostela: Lea, 1996.

TÚÑEZ, Miguel; LÓPEZ, Xosé. *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación*, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 2000.

VV.AA. *Informe da comunicación en Galicia*, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 1993.

Páxinas web consultadas:

duvi.uvigo.es
lri.laregion.net
www.acontrafío.com
www.aimc.es
www.baquia.com
www.barrapunto.com
www.celtanet.com
www.crtvg.es
www.culturagalega.org
www.diariodearousa.es
www.diariodeferrol.com

www.diariodepontevedra.com
www.diosquepais.com
www.elconfidencial.com
www.elconfidencialdigital.com
www.elcorreogallego.es
www.elidealgallego.es
www.elprogreso.es
www.elsemanaldigital.com/breves.htm
www.espaciodircom.blogspot.com
www.farodevigo.es
www.galiciadigital.com
www.galiciaestrella.com
www.gatipedro.com
www.hispanidad.com
www.lacorrientalterna.com
www.lapaginadefinitiva.com
www.lavozdeg Galicia.es
www.micanoa.com/confidencial/home/html
www.ojd.es
www.opinioncoruna.com
www.pegaso.org
www.periodismo.org
www.periodistadigital.com
www.politicadigital.net
www.revistagam.com/confidencial.htm
www.riadevigo.com
www.usc.es
www.vieiros.com
www.xanela.com
www.xornal.com