

Management of Visual Contents in Today's Television

Today the job description for a journalist includes the use of digital tools that lead to an improvement in the way the profession serves the world. The functions attributed to professionals in the audiovisual field have expanded greatly and consequently so has the preparation needed to carry them out. The changes taking place today affect not only production processes but also the ways and means with which journalism is practiced, the ways we preserve and maintain information, program content and more importantly job descriptions for journalists. Currently a new job description is making its appearance, that of the content manager. The content manager's main role is to manage previously prepared information and make decisions regarding its final use.

Keywords: new job descriptions, digital television, managing audiovisual content, digital documentation, career changes.

Submission date: March 15th 2007

Acceptance date: April 19th 2007

La definición del nuevo trabajo periodístico está condicionada por la utilización de herramientas digitales que mejoran el servicio global de la profesión. Las funciones de los profesionales audiovisuales se ha ampliado y, con ello, la formación necesaria para ejercerla. Los cambios actuales están afectando los procesos de producción, los modos y maneras de hacer periodismo, las herramientas de conservación y custodia de la información, los perfiles profesionales y los contenidos programáticos. Hoy, un perfil emergente es el llamado gestor de contenidos. Su labor fundamental reside en el manejo de información elaborada previamente y en la toma de decisiones sobre su destino final.

Palabras clave: nuevos perfiles profesionales, televisión digital terrestre, gestión de contenidos audiovisuales, documentación digital, reconversión profesional.

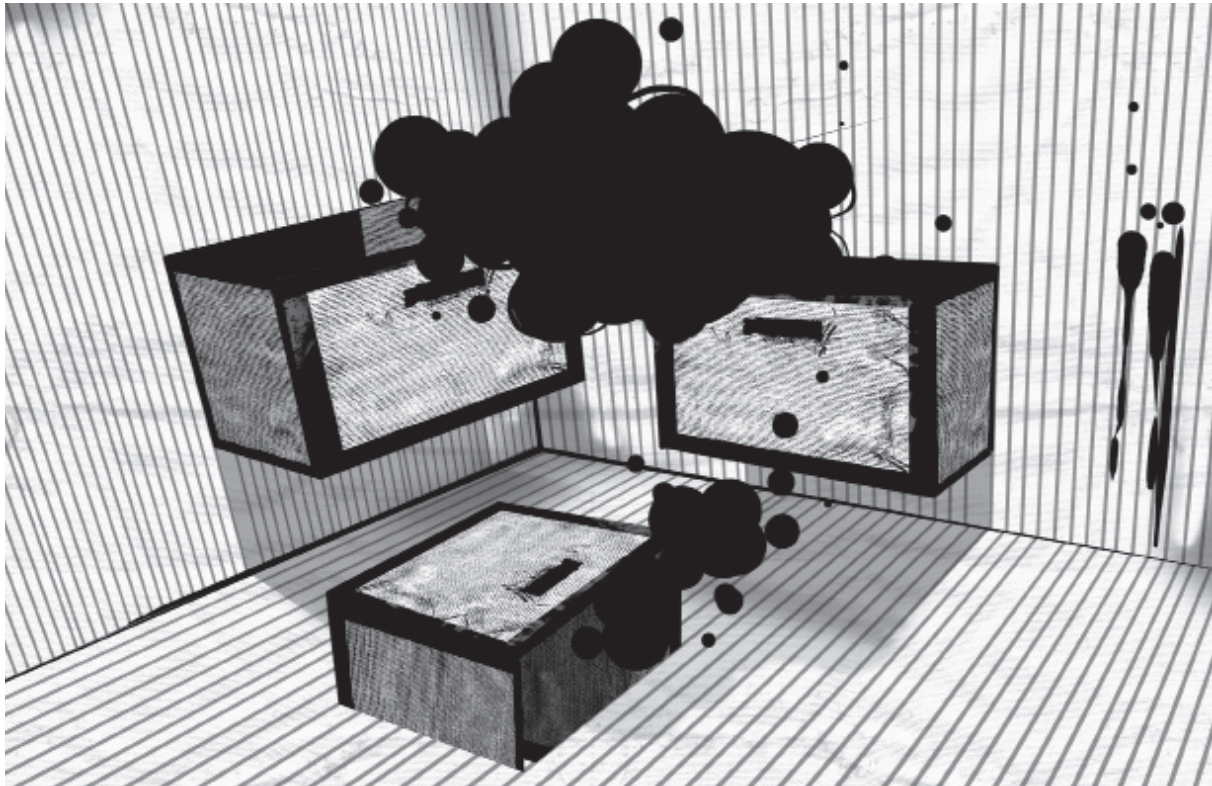
Recibido: 15 de marzo de 2007

Aceptado: 19 de abril de 2007

Origen del artículo

El artículo surge en plena recogida de la información de campo para la investigación "Incidencia de las nuevas tecnologías en las técnicas, procedimientos de trabajo y contenidos de los medios audiovisuales", concedida y subvencionada por la Universidad Francisco de Vitoria (Madrid), y mientras tiene lugar la total digitalización de la televisión autonómica Telemadrid. Nuestro interés radicaba en constatar cómo la digitalización de las televisiones, especialmente la sección de documentación, está provocando cambios importantes, no sólo en los procesos de producción, sino en las tareas profesionales, lo que a corto plazo derivará, irremisiblemente, en un cambio de las propias categorías periodísticas.

Gestión de contenidos audiovisuales en la televisión de hoy



El gran momento de **la televisión en España**

La cautela de la mano del Gobierno y las instituciones, el apoyo incondicional por parte de los fabricantes, la euforia en los distribuidores y

.....
* **Neréida López Vidales.** Española. Doctora en Ciencias Políticas y en Sociología por la Universidad del País Vasco y directora del Área de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación y Humanidades de la Universidad Europea de Madrid (uem); también, directora del Máster oficial en Medios de Comunicación Digitales de la uem (desde el 2006). Ha participado en investigaciones científicas financiadas por la upv-ehu, Gobierno Vasco, e ies de Burdeos, ufvi de Madrid, de las que se han publicado ya siete libros, cuatro de ellos como manuales de asignatura. Es autora de varios artículos científicos nacionales e internacionales sobre la influencia de las nuevas tecnologías en los medios actuales. **Correo electrónico:** nereida.lopezvidales@uem.es.

Alicia Tapia López. Española. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense y responsable de Documentación de Telemadrid desde 1999, momento en el que se iniciaron los cambios tecnológicos en la televisión

operadores, algunas dudas de los difusores y un cierto escepticismo en la audiencia son algunas de las coordenadas que definen el contexto emergente tras la aprobación del Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrestre (TDT), de Liberalización de la Televisión por Cable y del Fomento de la Pluralidad, aprobado a finales de 2004 y materializado en junio de 2005.

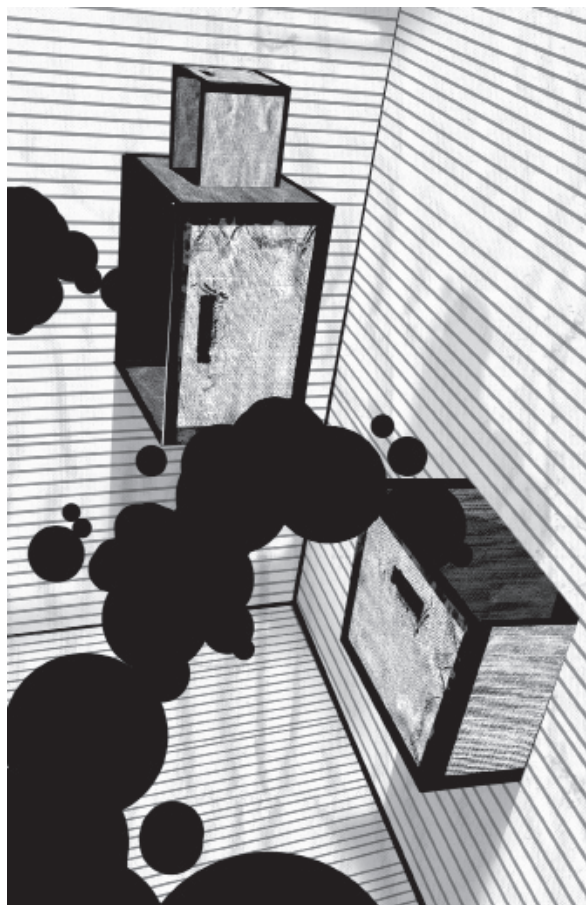
En este Plan se recogía la iniciativa de adelantar el apagón analógico de enero de 2012 a abril de 2010, la adjudicación de los canales nacionales de televisión digital terrestre otorgados en su día a Quiero tv, la coordinación de las fechas de lanzamiento de la TDT de distinta cobertura (nacional, autonómica y local) y la eliminación del límite de tres concesiones analógicas, previsto anteriormente en la Ley de Televisión Privada (Palacio, 2006, p. 423).

El público asiste perplejo e ilusionado al nacimiento de nuevos canales analógicos, al estreno de versiones temáticas digitales, mientras la industria ligada a la comunicación vive momentos de cambio decisivos, relacionados con la facturación de la producción, la inversión publicitaria, la ampliación del periodo de compatibilidad de la presencia accionarial en televisiones de distinta tecnología, el salto hacia las plataformas móviles¹, la diversificación de negocio, los matrimonios entre empresas del sector...², la convergencia tecnológica y mediática, cuya protagonista es la televisión, y que marca de cerca el futuro panorama audiovisual español.

Los “vientos de cambio” para la televisión en España soplan hoy más cerca, aunque el atraso digital del modelo de sociedad de la información se mueve lentamente desde el 2000, lo que deja en evidencia un contexto audiovisual que, en ocasiones, no evoluciona adecuadamente, pero que empieza a mostrarse más en sintonía con sus vecinos europeos³.

.....

autonómica. Desde 1997, es profesora de Documentación Informativa en la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid. Además, colabora en el curso de Gestor de Información Digital de la Universidad Complutense y en el Máster en Documentación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Mantiene dos líneas de investigación de las que se han publicado diferentes artículos; una se centra en la enseñanza de la documentación informativa, y la otra está relacionada con su profesión, la documentación audiovisual. **Correo electrónico:** aliciatapia_prof@yahoo.es.



.....

1. En septiembre de este mismo año, Createcna y Motorola presentan el 3G-News Mobile Studio, una solución que permite a rtvv ser la primera televisión en el mundo en emitir en directo y en tiempo real desde la cámara de un teléfono móvil de tercera generación. Con el desarrollo de esta tecnología, cualquier persona puede convertirse en un “reportero de televisión” (*Producción Profesional*, 2006, p. 6).
2. Una de las últimas (noviembre de 2005), por ejemplo, ha sido la adquisición de Auna por parte de ono Cable por medio de su filial Cableuropa.
3. No podemos olvidar algunos datos recientes: España ocupa el puesto 29 en el *ranking* mundial de desarrollo e introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación, y el grupo mediático más importante del país durante más de 40 años, rtve, está inmerso en una profunda crisis (Plan de Saneamiento de rtve).

Cambios reales

Los avances tecnológicos han transformado los medios. La tendencia apunta a que en apenas una década la radio y la televisión convencionales pasarán a engrosar las páginas de los antecedentes de la comunicación moderna, esto es, de la prehistoria de la comunicación. La llamada *revolución silenciosa* provocada por la introducción de las nuevas tecnologías en la comunicación está teniendo efectos que no fueron previstos inicialmente y que requieren nuestra atención: el desarrollo de los medios no camina por sendas diferentes como hasta ahora, sino que convergen en una “oferta casi única” a través de un soporte “casi único”. La convergencia aquí debiera ser sinónimo de suma de servicios y prestaciones, aunque amenaza con la desaparición de algunos “viejos conocidos” en el mundo de la comunicación.

Desde que Internet se convirtió en un fenómeno social de consecuencias incalculables, la televisión se ha visto obligada a revisar el modelo tradicional para poder competir en la era digital. Conscientes del sentido de la expresión “medio de comunicación rey en los hogares”, programadores, gobiernos e ingenieros se han volcado en la reconversión de la *caja tonta*. El resultado es una televisión mejorada, con más calidad, que utiliza tecnología digital y que fabrica contenidos casi sin límite. Sin embargo, hay viejas preguntas que siguen cuestionando al medio y más al contemplar algunos de los efectos de la transformación: ¿qué ha ganado y qué ha perdido la televisión con los cambios?, ¿ha aumentado la calidad de los programas al mismo ritmo que la cantidad de las informaciones?, ¿qué ha pasado con la utopía de la especialización?, ¿cómo afecta esto a los profesionales?

En el actual momento profesional, se constata cómo paulatinamente están surgiendo nuevos perfiles, en ocasiones al amparo del nacimiento de nuevas tareas profesionales, otras veces “metamorfosadas” de una situación anterior que requiere actualización. La implementación tecnológica afecta directamente las relaciones laborales y contractuales de los trabajadores de la comunicación, lo que incide en la gestión de los recursos humanos en nuestras fábricas de contenidos.

Atendiendo a la hibridación profesional que genera este contexto, el informe de la Asociación de Prensa de Madrid (APM)⁴ revela que la situación actual se parece mucho a la anterior en cuanto a precariedad laboral, intrusismo profesional elevado, baja remuneración y una imagen que debe mejorar mucho. También es cierto que la especialización tecnológica está condicionando la forma de trabajar en los medios y para los medios, y que los profesionales asimilan, en su mayoría, de forma muy positiva la introducción de las nuevas herramientas por cuanto facilitan en gran medida su trabajo cotidiano y contribuyen a diversificar su propia preparación periodística.

Una de las mayores polémicas en este sentido viene de la mano de las imágenes: si manipulamos información con imágenes, ¿podemos hablar de un periodista?; si tratamos con archivos y documentación, ¿se trata de un comunicador audiovisual?; quien diseña gráficos por ordenador o monta la pieza ¿es un técnico multimedia o puede ser periodista?

Conscientes del interés que despiertan estos cambios, vamos a intentar sintetizar algunas de las tendencias en cuanto a perfiles profesionales que se avecinan en el mundo mediático actual, que suponen el colofón de más de un año de

.....

4. El informe de la Asociación de Prensa de Madrid, titulado “Informe anual de la profesión periodística 2005”, ha sido dirigido por el profesor de la Universidad de Málaga Pedro Farias, y el estudio ha sido realizado por Demométrica, entre profesionales pertenecientes a las 42 asociaciones de prensa española (encuesta nacional). Se presentó en Madrid el 20 de diciembre de 2005 (Asociación de Prensa de Madrid, 2005).

investigación en el “corazón de la televisión” en España⁵.

Las pistas nos llevan hacia **los servidores**

En los antecedentes más inmediatos relacionados con las nuevas tecnologías y su cambio de modelo es obligada la referencia al proceso de digitalización interna y externa de la televisión, impulsado desde numerosos sectores económicos, políticos y comunicativos. El primer gran paso ha sido digitalizar las redacciones de las televisiones, la digitalización de los procesos, desde la realización de las piezas hasta la emisión por satélite o a través de cable. La primer área en experimentar el cambio de infraestructuras y equipos fue la de informativos, la gran fábrica de noticias, por su indudable importancia competitiva (Peñafiel, López y F. de Arroyabe, 2005, p. 45).

El núcleo de la transformación más importante en televisión consiste en un sistema de servidores de video —videoservidores— que permite la entrada de contenidos audiovisuales en un disco duro y facilita el acceso a ellos por parte del periodista en cuestión de segundos; su almacenamiento, su reproducción inmediata, su transformación, su envío, etc., desde el mismo ordenador personal y con sólo pulsar un botón. Desde este lugar no sólo elabora su pieza, sino que tiene acceso al trabajo del resto de los profesionales del área de *redacción*: realizadores, documentalistas y productores, lo que facilita enormemente el proceso informativo.

Sin embargo, no olvidemos que aunque estos sistemas tecnológicos de recepción y distribución de material audiovisual impliquen ventajas tan importantes como una mayor rapidez en la elaboración de los contenidos, siempre hay que superponer el trabajo de los profesionales cuya exigencia de especialización en la *era de la información* les capacita para asimilar y discernir la esencia del aluvión de informaciones que reciben diariamente⁶.

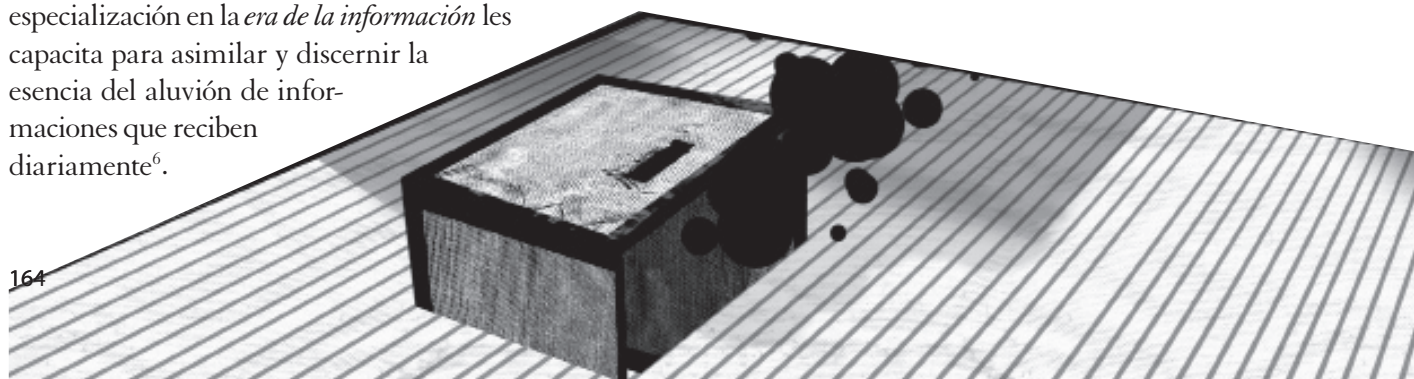
El periodista audiovisual busca y selecciona las mejores noticias en imágenes para después “ilustrar con palabras” lo que estamos viendo. Tras la revolución tecnológica, el profesional audiovisual debe convertirse en un profesional digital, especializado en tecnología y en realización de imágenes.

Las funciones de los profesionales audiovisuales se han ampliado y, con ello, la formación necesaria para ejercerla. Es importante definir las nuevas categorías profesionales y sus funciones, ya que se han visto perturbadas por la llegada de la *era digital* (Peñafiel y López, 2002, p. 15), al igual que es interesante, también, determinar si las variaciones están siendo tan importantes como para hablar de un “nuevo profesional de la comunicación”, con unas pautas laborales y profesionales que lo identifiquen como claramente distinto del modelo anterior y que signifiquen una auténtica tendencia de futuro (Tapias López, López Vidales, Medina de la Viña y Martínez, 2004).

Lo que tenemos por ahora señala en la siguiente dirección: los cambios que han llegado

.....

5. El proyecto de investigación titulado “Incidencia de las nuevas tecnologías en técnicas y procedimientos de trabajo” fue llevado a cabo por los profesores Alicia Tapia, Nereida López, Elena Medina y Pedro Gómez (2004). El estudio de campo de esta investigación se centró en más de 100 entrevistas a responsables de ingeniería, de documentación, servicios informativos, directores de programación, directores generales de cadenas (con canales tdt), productores, realizadores y redactores.
6. Este es uno de los puntos más importantes de la nueva *visión* del profesional de los medios actuales. En la formación de periodistas se ha pasado de ofrecer algunos conocimientos instrumentales del *oficio* a facilitar una formación muy académica. En la profesión se demanda cada vez más un auténtico *evaluador* y distribuidor, competente y con conocimientos más profesionales que disciplinares. Asociación de Prensa de Madrid (2005, p. 129).



de la mano de la implantación de las nuevas tecnologías están afectando los procesos de producción, los modos y maneras de hacer periodismo, las herramientas de conservación y custodia de la información, los perfiles profesionales y los contenidos programáticos.

El “nuevo” profesional se encuentra más especializado en el proceso de producción, convirtiéndose en una extraña mezcla de periodista, productor, realizador y documentalista, cualquiera que sea su categoría de origen. Se da una utilización casi exclusiva de los terminales de ordenador favorecida por la aparición de los servidores, con lo que el periodista puede ver y trabajar con las imágenes desde su puesto; han cambiado los controles de estudio con la implantación de terminales para el realizador, así como de mezcladores de audio y video; ha disminuido el número de cabinas y se han informatizado; en documentación, las herramientas de trabajo han visto reducido su tamaño y se han sofisticado, los grandes magnetoscopios han dado paso a otros mucho más pequeños que permiten visualizar cintas analógicas y digitales⁷.

La modificación de la realidad física también ha alterado las relaciones entre los trabajadores. El profesional digital es mucho más autónomo y más sedentario, porque puede desarrollar su labor completamente desconectado del resto, centrado únicamente en su pequeño cosmos digital desde el que tiene acceso a todo lo que necesita. Con el cambio tecnológico no parece haberse ganado en profesionalización, aunque haya surgido el profesional polivalente, multiuso, cuyo trabajo abarca áreas y facetas que pertenecían a otras categorías profesionales.

Son muchas las figuras televisivas afectadas en mayor o menor grado. Los sectores de edición y redacción, junto con el realizador, parecen ser las más *evidentes*. La cate-

goría profesional más perjudicada por las novedades tecnológicas es la relacionada con el montaje de imágenes, los operadores de edición, debido a que se están cerrando cabinas y los redactores montan ellos mismos las imágenes en su ordenador. El actual sistema de separación rígida de tareas está desapareciendo. Las empresas audiovisuales deben favorecer el reciclado o la actualización en nuevas categorías útiles de los profesionales cuya labor actual no sea necesaria.

El gestor de contenidos

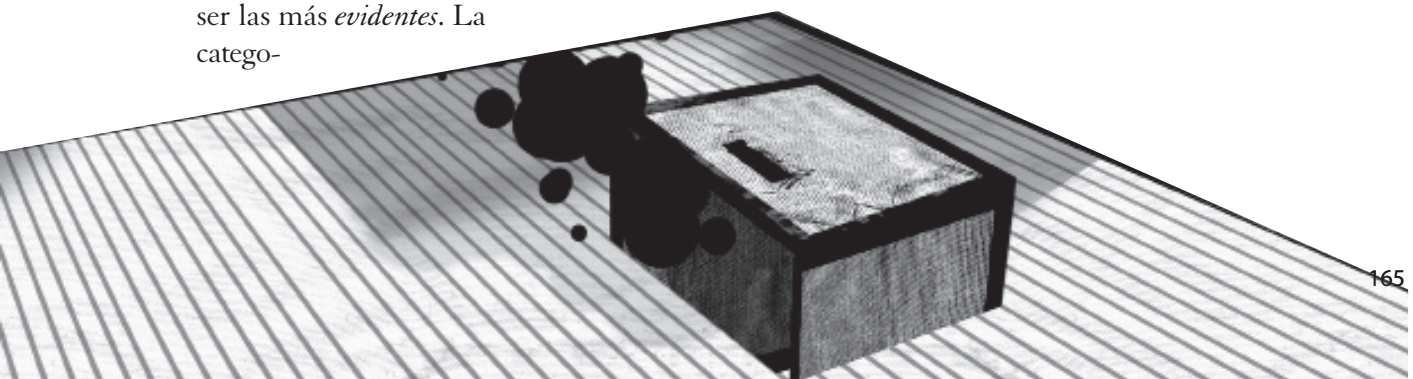
La definición del nuevo trabajo periodístico está condicionada por la utilización de herramientas digitales que mejoran el servicio global de la profesión. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), o mejor, la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación en nuestros centros de trabajo está causando severas mutaciones no sólo en el aspecto físico del espacio, sino, también, en la labor de los profesionales que le dan sentido laboral a ese espacio.

Por efecto de los recientes cambios que acompañan la incansable convergencia digital de nuestra era y dentro de un proceso interactivo multidireccional, las profesiones mediáticas deben reconvertirse para demostrar el *valor añadido* de los nuevos tiempos (López y Tapia, 2005, p. 28).

Un perfil del que se habla hoy es el llamado *gestor de contenidos*. Podemos entender su función

.....

7. En opinión de “los contratadores” de periodistas, aquéllos cuyo quehacer profesional está en relación con aspectos técnicos (cámaras, iluminación, escenografía, sonido, etc.) poseen una categoría de técnico, no de periodista; éstos serían los comunicadores audiovisuales. Los periodistas, en cambio, serían todos aquellos que “utilizan” la parte técnica para realizar su trabajo en relación con los contenidos (Carcedo, 2005).



desde perspectivas diferentes o variables entre sí. Su labor fundamental reside en el manejo de información elaborada previamente y en la toma de decisiones sobre su destino final, entendiendo éste como público o audiencia, soporte y canal de difusión. A la denominación se le ha añadido, con cierta alevosía, carácter ejecutivo, por cuanto interviene en el proceso de toma de decisiones, lo que otorga un valor añadido de nuevo cuño. Sin embargo, no podemos olvidarnos de la producción implícita y necesariamente anterior que también recae en el profesional “digital” de hoy (López y Tapia, 2005, p. 28).

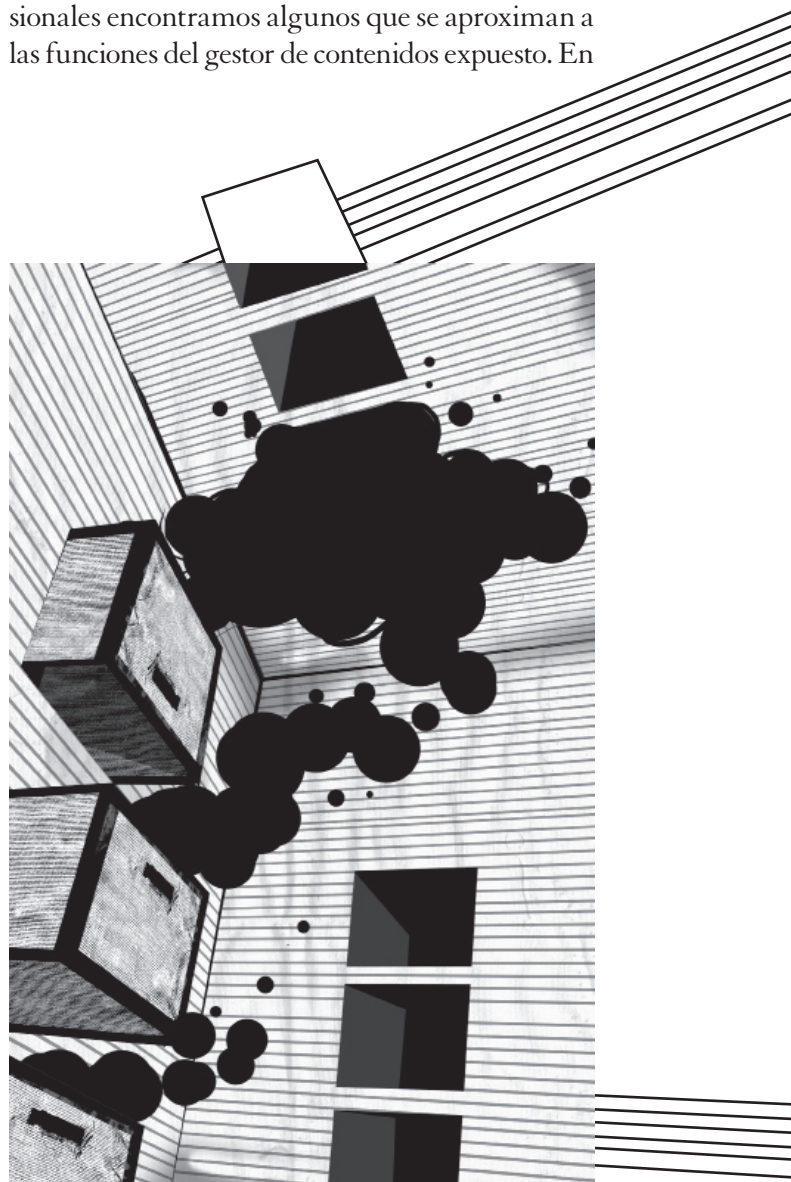
El gestor de contenidos de una redacción digitalizada debe controlar, supervisar e informar sobre los contenidos que entran en el servidor de video. Esta labor, en principio, debe ser llevada a cabo por los productores del medio que tienen la obligación de informar al resto de los profesionales sobre los contenidos que están llegando a través de línea o satélite. Al final, son muchos los productores y falta una figura que centralice toda esta información. En su lugar, ha aparecido la figura del “buscador digital” o “hallador de contenidos” que indaga en el servidor de video hasta encontrar el contenido deseado. La esencia de esta operación es la combinación entre organización y comunicación de los contenidos audiovisuales; una labor administrativa y periodística cuya fusión nos conduce al perfil mencionado, el *gestor*.

En la cadena del trabajo diario de televisión también cambia la figura del reportero-redactor. Este profesional graba su noticia y la inyecta en el video servidor sin preocuparse de que pueda ser encontrada por otro profesional del medio (ya sea para difundirla en otro programa o para documentarla con vistas a una reutilización futura), y a veces no establece una marca con la que la información pueda ser recuperada por los productores.

Esta situación trae consigo que otros profesionales vaguen desconcertados por las redacciones buscando al responsable que les ofrezca la pista del contenido deseado. Ahora bien, los periodistas que conocen esta realidad e incluso la han sufrido,

cada vez están más atentos a la entrada de sus materiales en el video servidor, para cuidar su recuperación y difusión. Sin embargo, el fracaso de la continuación de estas tareas nos dirige hacia un periodista que centralice el conocimiento de la información de actualidad en los sistemas digitales, tarea que actualmente intentan realizar los responsables de cada sección entre sus otras funciones diarias, como coordinar a los redactores de la sección, supervisar las piezas y textos, organizar las previsiones y atender telefónicamente a las fuentes oficiales primarias.

Al observar los cambios en los perfiles profesionales encontramos algunos que se aproximan a las funciones del gestor de contenidos expuesto. En



cuanto al concepto *gestión*, hay que precisar que el contenido que se pretende gestionar es aquel que predomina en la empresa informativa, desde la perspectiva de la información que genera, quién la genera, con qué herramientas y fines (Flores Vivar y Arruti, 2004, p. 16). Por tanto, difiere de la gestión que se lleva a cabo en los departamentos de recursos humanos (y planificación de medios), que incluyen una gestión de la información desde

una perspectiva empresarial, conceptos que se solapan al considerar, en ambos casos, la información como instrumento. Los elementos definitorios son el objetivo o fin que se persigue.

De la determinación de las necesidades de los periodistas surge, en algunos medios de comunicación, la figura de un redactor específico que recibe los enlaces de las agencias internacionales y otras, para distribuir temáticamente las noticias audiovisuales y dirigir sus contenidos a cada sección. Su labor de organizador de contenidos agiliza la recuperación de los mismos por parte de los profesionales del medio. Sus funciones se originan de la premura e inmediatez de la información audiovisual, característica de los medios de comunicación audiovisuales, ya que a veces la información debe ser emitida en minutos.

Según se vaya desarrollando la 'televisión a la carta', cada vez será más importante la capacidad para poner en antena rápida y con eficacia cualquier información. Este perfil es importante porque los medios de comunicación generan grandes cantidades de información heterogénea, muchas veces repetitiva, que crean problemas de almacenamiento y de tratamiento en el servidor de video.

En realidad, el periodista es un ordenador de informaciones y opiniones (Aguinaga, 2001, p. 243). Sin embargo, esta figura no se ocupa del resto de los contenidos que se encuentran en el servidor

de video ni tampoco de la emisión, conservación y reutilización de los mismos.

Derivada de los problemas de almacenamiento y gestión de las redacciones digitales nace la figura del jefe de medios o *media manager*. Tanto las redacciones de la BBC como de la RAI incluyen dos puestos de gran relevancia: el jefe de medios (*media manager*) y el administrador del sistema (*system manager*). El *jefe de medios* es un periodista encargado de gestionar, en la redacción, el correcto flujo de la elaboración de las noticias⁸. También vela para solucionar los imprevistos durante la emisión en directo y está en comunicación permanente con la realización del informativo para conocer y dar parte de las incidencias durante el proceso.

En un estudio acerca de la influencia del proceso de digitalización en la BBC y la RAI se señala cómo es el jefe de medios, quien controla la grabación, el borrado y la catalogación de ficheros en el servidor; organiza el trabajo de la redacción para que el uso de los dispositivos digitales se produzca de la forma más fluida posible, conoce las prioridades editoriales y distribuye recursos en función de ellas:

Se trata de un periodista con un buen conocimiento del sistema, incluso técnico. Algunos lo describen como "un guardia de tráfico" de la Redacción, que ha de tener en su cabeza todo el flujo informativo, de manera que conoce todas las necesidades y las herramientas disponibles. (García Avilés, 2005, p. 5)

El administrador del sistema o *system manager* se ocupa del correcto funcionamiento de las redes, incluidos ordenadores y servidores.

También, la Redacción de Rainews 24, que opera con seis *media managers*, uno por cada turno, además de un jefe y dos ayudantes, destaca:

.....

8. Esta categoría también se encuentra en algunas televisiones españolas, como Tele5.

Son puentes entre los técnicos y la infraestructura periodística. Asignan línea de trabajo de los perfiles y capacidad del sistema, para poner en marcha la escaleta. Coordinan la entrada de envíos externos. Trabajan junto con los productores, que son responsables de medios externos, y sirven de puente con los técnicos, para solucionar y prevenir problemas.⁹

Sin duda, las obligaciones del *media manager* se acercan a ciertos objetivos del gestor de contenidos, aunque no llega a completar todas sus funciones. Esta figura surge cuando aparece la necesidad de controlar un excesivo volumen de materiales, noticias e informaciones. La apuesta digital del presente incluye producción y emisión de contenidos para una amplia gama de canales de distribución a través de satélite, fibra óptica, móvil y ADSL, con mejoras sustanciales en la calidad de imagen y sonido, y con capacidad de interacción con la audiencia, al tiempo que aumentan los soportes para los anunciantes.

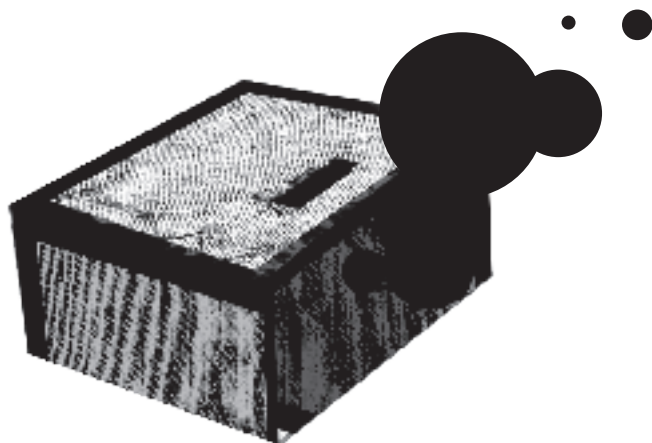
La publicidad digital e interactiva se convierte en un previsible *nuevo medio* y la programación puede consultarse en la diminuta pantalla del teléfono móvil. Las televisiones aspiran a convertirse en grandes “fábricas de contenidos” para los nuevos canales temáticos, abiertos y por abono, y la edición digital avanza en pos de la inmersión en la tercera dimensión. La complejidad de estos cambios incluye la desaparición del espectador y, por ende, del receptor tradicional en beneficio de un agente activo, cliente potencial, que paga por muchas de las posibilidades que le ofrecen los nuevos medios¹⁰.

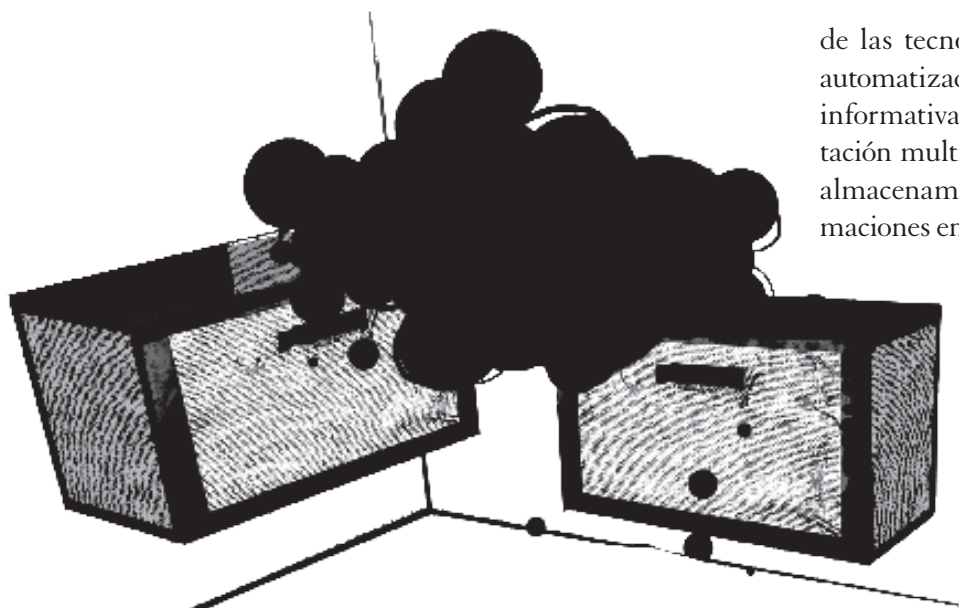
La gestión de la información y la documentación

Para entender la verdadera labor de un gestor de contenidos sería preciso distinguir *contenido de información* y recobrar la esencia de la investigación periodística: la documentación, ahora digital, que forma parte indisoluble de los nuevos productos desempeña aquí un papel fundamental. El nivel más bajo de los hechos conocidos son los datos. Los datos no tienen un significado intrínseco. Deben ser ordenados, agrupados, analizados e interpretados. Cuando los datos son procesados de esta manera se convierten en información. La información tiene una esencia y un propósito¹¹.

El redactor construirá la información, según su palpito periodístico, conectando el presente con un ayer vivo, situándolo en el mismo ambiente en que nació. El trabajo del periodista es asimilar y discernir la esencia del aluvión de noticias que acoge diariamente. El redactor recibe las noticias a través del ordenador y elabora su información en él, convirtiéndose en especialista en contenidos audiovisuales que entiende y maneja la esencia de la información audiovisual. Lo que ha cambiado es la naturaleza manifiesta de esa información ahora en HD o digitalizada por paquetes, disponible para su recepción en móviles 3G o en los nuevos iPods, junto con audio mínimo en 5.1 digital, que acompaña imágenes en movimiento grabadas en el lugar de la noticia o prefabricadas para ilustrarla y que han de competir con series de ficción e incluso películas “visionables”, ahora también en estos soportes (López y Tapia, 2005).

-
9. Este artículo forma parte de un proyecto de investigación de la Universidad Miguel Hernández de Elche, con el título “La tecnología al servicio de la televisión pública. El impulso de la televisión digital terrestre” (2005).
 10. El Informe de la Unesco 1999-2000 advertía que la carrera para ser el primero en presentar las últimas noticias, en antena o en Internet, ha dado nacimiento a una nueva forma de periodismo, centrado sobre lo inmediato, el relato del testigo ocular directo y el seguimiento de los sucesos a medida que se desarrollan hasta su conclusión. Y esta carrera se afirma en detrimento de un periodismo analítico, claramente en declive (Diezhandino, 2005, p. 69).





Lo cierto es que al principio de la década de los ochenta, siguiendo el camino abierto en los Estados Unidos, se empezó a avanzar en Europa hacia el concepto de gestión de la información (*information management*) como eje central de la dirección y administración de las empresas. Linda Woodman la definía como “Todo lo que se refiere a conseguir la información adecuada, para la persona adecuada, al coste adecuado, en el momento adecuado, en el lugar adecuado, para tomar la decisión adecuada” (citada en López Yepes, 1996, p. 79). Y desde este momento muchos autores iniciaron su preocupación por sus cometidos, sus competencias y sus misiones en las organizaciones.

A medida que se fue desarrollando Internet y se implementaron las tecnologías en los medios de comunicación, el concepto de documentalista como gestor de la información (IM, por sus siglas en inglés) se fue consolidando. No debemos olvidar que las técnicas documentales han estado siempre presentes en la evolución del *periodismo*, desde su formulación más primitiva. La importancia de estas prácticas ha sido proporcional a la complejidad del quehacer informativo.

Actualmente, la figura del gestor de información se encuentra especialmente relacionada con Internet y la sociedad multimedia. La aplicación

de las tecnologías en los ámbitos de la gestión automatizada de los contenidos en las “factorías informativas” establecerá servicios de documentación multimedia en línea para la recuperación, almacenamiento, producción y difusión de informaciones en tiempo real. Sin embargo, la integración de las redacciones digitales con los sistemas digitalizados de gestión de la información o tratamiento documental plantea la necesidad de concretar las funciones de este sector. El documentalista es un gestor de información, pero también registra la historia. Como gestor debe organizar la información documental y prepararla para que pueda ser utilizada de forma fácil y rápida.

Un valor añadido a las funciones del documentalista es planteado en las tendencias presentes y futuras de gestión de contenidos en los medios informativos, y su integración en las redes de comunicaciones (Tapia, 2003, p. 275). La lógica del proceso informativo traspassa esta responsabilidad a dichos profesionales, cuyo objetivo es administrar los contenidos audiovisuales desde el mismo momento en que surgen en el servidor de video, con la finalidad de asegurar que todos los contenidos importantes se conserven para el futuro.

En su rutina se encuentra la organización del trabajo de la redacción para que el uso de los dispositivos digitales sea lo más fluido posible, además de conocer las prioridades informativas de la televisión, para distribuir los recursos en función de ellas: “Se trata de un periodista con buen conocimiento del sistema, incluso técnico. Algunos lo describen como ‘un guardia de tráfico’ de la redacción que ha de tener en su cabeza cada informativo”¹¹.

.....

11. Sonsoles Meana, gestor de contenidos de la televisión de Castilla La Mancha (declaraciones para el estudio de campo). Datos obtenidos del proyecto de investigación “Incidencia de las nuevas tecnologías en técnicas y procedimientos de trabajo” (Tapia López, López Vidales, Medina de la Viña y Martínez, 2004).

En la práctica, tanto la categoría del *media manager*, que parte del área de redacción, como la del *gestor de contenidos*, que se inicia en el área de documentación, son similares. Sin embargo, es preciso contemplar de cerca sus posibles diferencias de evolución futura.

La gestión global de contenidos

Actualmente, los centros de producción audiovisuales desarrollan proyectos de *gestión global de contenidos* (CGC) cuyas funciones abarcan la reutilización, distribución, emisión y archivo de contenidos. Esta integración se hace realidad con los *media asset management* (MAM) o gestores de media, que se perfilan como el cerebro de la televisión digital.

Respecto al futuro, se hace necesario destacar la creciente importancia del *archivo digital* debido a la nueva orientación tecnológica, que se sustenta en la reutilización de contenidos y en la integración con las plataformas de servicios interactivos (Giménez Blesa, 2003, p. 195)¹³.

Sin duda, las nuevas tecnologías han propiciado que el proceso de almacenamiento en la librería digital y las descargas de este archivo al servidor de video se realicen de una forma rápida y transparente para el usuario. A su vez, algunas televisiones han comenzado a programar la emisión de sus películas y otros elementos de

continuidad por medio del archivo digital. Esto conlleva una mayor relación entre los departamentos de continuidad y videoteca-documentación, tradicionalmente separados, y, por tanto, a un nuevo factor de globalización de contenidos y a una nueva función del gestor de los mismos.

Por otra parte, como en todo proceso de elaboración de contenidos, los avances tecnológicos en la información audiovisual también afectan el área de grafismo y realización. El desarrollo armónico de las nuevas tecnologías suprime la división tradicional entre las funciones de *postproducción* y *grafismo*.

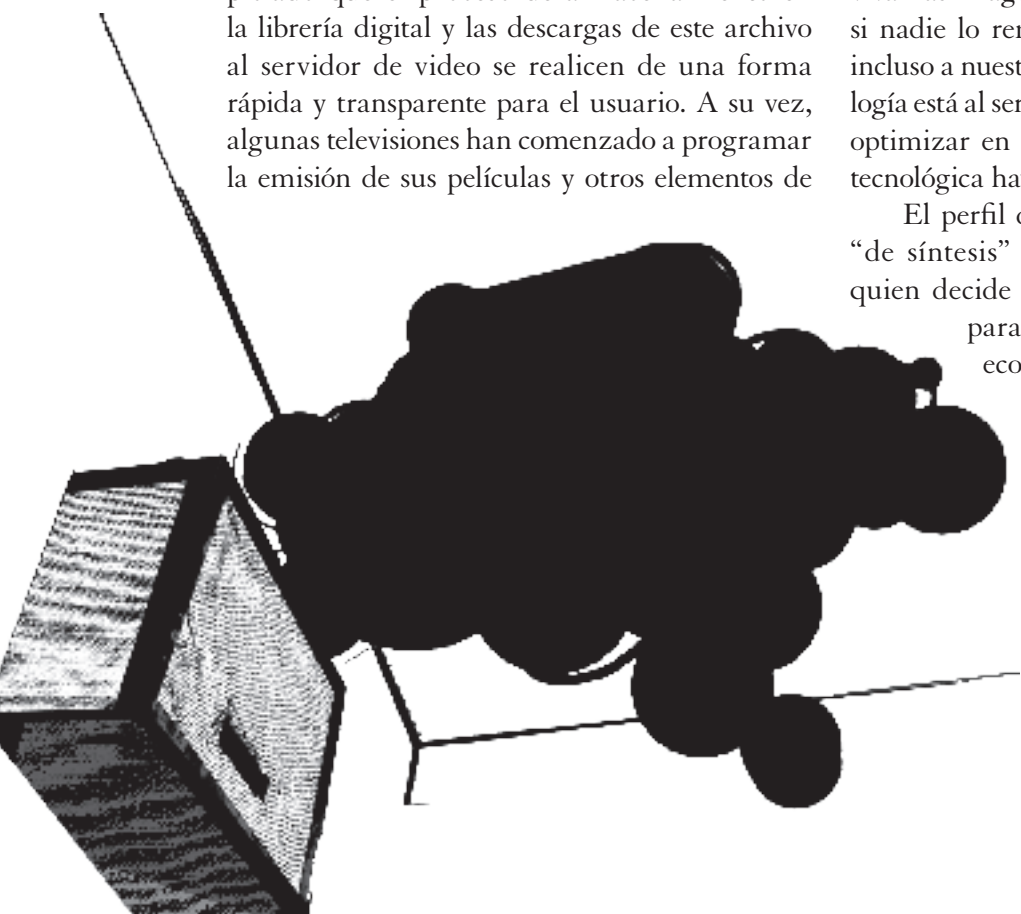
Los nuevos sistemas y programas los obligan a tener un cierto conocimiento y dependencia de las funciones de ambos. Se sabe, igualmente, que el realizador lleva a cabo un manejo más operativo de aparatos, labor que tradicionalmente efectuaba el operador (Tapia López, López Vidales, Medina de la Viña y Martínez, 2004).

Las piezas de ahora se elaboran con abundancia de elementos “virtuales”, los cuales, gracias a la técnica, resultan más creíbles que la propia realidad. De hecho, se trabaja en dotar de “presencia viva” las imágenes generadas por ordenador, que, si nadie lo remedia, en breve podrían sustituir incluso a nuestras “cabezas parlantes”: “La tecnología está al servicio de los profesionales, pero para optimizar en todos sus aspectos esta revolución tecnológica hay que dotarla de contenidos”¹².

El perfil de quien gestiona estos contenidos “de síntesis” responde a un experto pulidor, quien decide no sólo la presentación del *pack*, para obtener una rápida rentabilidad económica, sino que mezcla adecuadamente la información con el

.....

12. Javier Reyes, director de producción de Canal Cuatro (declaraciones para el estudio de campo). Datos obtenidos del proyecto de investigación “Incidencia de las nuevas tecnologías en técnicas y procedimientos de trabajo” (Tapia López, López Vidales, Medina de la Viña y Martínez, 2004).



entretenimiento: “Un comunicador audiovisual bien formado, con conocimiento de los temas, que tenga en cuenta siempre al espectador, que sea honesto al elegir su punto de vista, que no intente camuflar o disfrazar lo que pasa, que no trate al espectador como menor de edad”¹³.

Apuntes para el futuro

Tras más de un año de investigación hemos observado cómo a pesar de los cambios percibidos en el entorno laboral por efecto de las tecnologías, los profesionales de la comunicación evolucionan adaptándose en su mayoría a los nuevos procedimientos de producción.

Esta adaptación está protagonizada, también, por una suerte de convergencia de funciones que derivará, sin duda, en una relación menor de categorías laborales en el futuro, aunque está por verse si esta cuestión influirá de algún modo en la escala de profesionalidad o de especialización de los periodistas.

Fruto de esa convergencia de tareas se habla, en estos momentos, de la necesidad de un perfil profesional diferente que asuma diversas funciones: el gestor de contenidos. Sin embargo, ni su perfil está aún muy definido ni todas las cadenas de televisión lo denominan del mismo modo.

En las cadenas más jóvenes, digitalizadas en su mayoría —Televisión Autónoma de Castilla, La Mancha, España (CMTV) o La Cuatro—, es una figura conocida, al igual que en aquellas, como es el caso de Telecinco, Telemadrid y Euskal Telebista (ETB, Televisión Autónoma del País Vasco o Euskadi, España), donde la apuesta modernizadora ha sido pionera. En otras, como en tvG, es un desconocido.

En cualquier caso, podemos resumir algunas ideas sobre todo ello que inviten a la reflexión:

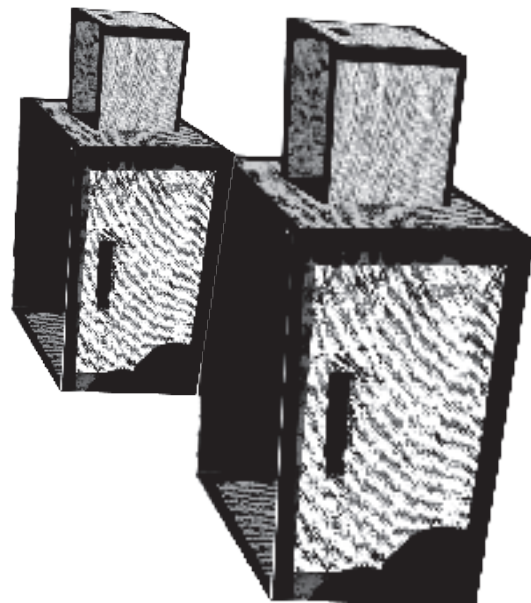
a) Nos encontramos con categorías profesionales ampliadas y además con una nueva figura o perfil, la del gestor de contenidos: un profesional de la información con una pluralidad funcional en la que se combinan funciones

de diferentes categorías profesionales, que se mezclan, se complementan, se perfeccionan.

- b) Gracias a la “gerencia” de los contenidos en los medios audiovisuales se rompen los moldes de separación que tradicionalmente tienen la redacción principal, los programas y las redacciones de radio e Internet dentro de la empresa.
- c) El objetivo del gestor de contenidos no debe ser controlar y ensamblar los mismos, sino facilitar la creación, distribución y uso de los contenidos por otros profesionales. Por otra parte, esta figura no debe confundirse con otros nuevos métodos de gestión, entre los que cabe destacar la llamada “gestión del conocimiento”, aunque ambos hayan nacido en esta *tercera revolución industrial* propiciada por las TIC (Bolaño, 2005, p. 28).

.....

13. Andoni Ortúzar, director general de eitb (Euskal Irrati Telebista o Radio Televisión Autónoma del País Vasco o Euskadi, España) (declaraciones para el estudio de campo). Datos obtenidos del proyecto de investigación “Incidencia de las nuevas tecnologías en técnicas y procedimientos de trabajo” (Tapia López, López Vidales, Medina de la Viña y Martínez, 2004).



Referencias

- Aguinaga, E. (2001), “Hacia una teoría del periodismo”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, Universidad Complutense de Madrid, p. 243.
- Asociación de Prensa de Madrid (2005), *Informe anual de la profesión periodística*, Madrid, Fundación Telefónica.
- Bolaño, C. (2005), “La tercera revolución industrial. Sociedad de la información, reestructuración, productividad y economía del conocimiento”, en *Telos*, núm. 64. Fundación Telefónica, p. 28.
- Carcedo, D. (2005, 19 de diciembre), “La situación actual de RTVE” [conferencia], Madrid, Universidad Europea de Madrid (UEM).
- Castillo, A. (2005), “Final de año... caliente”, en *Producción Profesional*, núm. 68, Bolina, p. 3.
- Cronin, B. (ed.) (1985), *Information Management. From Strategies to Action*, Londres, ASLIB.
- Diezhandino, P. (2005), “España: periodistas y medios de comunicación en el escenario del siglo XXI. Que la esperanza sea lo último que se pierda”, en *Telos*, núm. 63, Fundación Telefónica, p. 69.
- Flores Vivar, J. y Arruti, A. M. (2004), *Gestión del conocimiento en los medios de comunicación*, Madrid, Fragua.
- García Avilés, J. A. (2005, 10 y 11 de noviembre), “Influencia de la digitalización en los canales ‘Todo noticias’ de las televisiones públicas: los casos de BBC News 24 y Rainews 24” [conferencia], en XX Congreso Internacional de Comunicación “Los desafíos de la televisión pública en España”, Pamplona, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.
- (2005), “La tecnología al servicio de la televisión pública. El impulso de la Televisión Digital Terrestre” [proyecto de investigación de la Universidad Miguel Hernández de Elche, Grupo de Trabajo 9], Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Giménez Blesa, J. A. (2003), “Sistemas de producción, gestión y transmisión de contenidos en un entorno digital”, en López, N. y Peñafiel, C. (coord.), *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual*, Madrid, Fragua.
- López Yepes, J. (coord.) (1996), *Manual de información y documentación*, Madrid, Pirámide.
- López, N. y Tapia, A. (2005, 16 de noviembre), “¿Adiós al periodista?”, en *Broadcast Diario*, Bolina, p. 28.
- Palacio, L. (2006), “Radiografía de los grupos de comunicación”, en *Medios de comunicación. Tendencias 06. El año de la televisión*, Madrid, Fundación Telefónica.
- Peñafiel, C. y López, N. (2002), *Claves para la era digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Peñafiel, C.; López, N. y F. de Arroyabe, A. (2005), *La transición digital de la televisión en España*, Barcelona, Bosch Comunicación.
- Producción Profesional*, “RTVV: actualidad en directo desde móviles 3G”, en *Producción Profesional*, núm. 65, Bolina, p. 6.
- Real Decreto 944/2005, “Sobre medidas para el impulso a la televisión digital terrestre”, s. d.



Tapia López, A. (2003), “La memoria de la televisión: un viaje al archivo digital”, en López, N. y Peñafiel, C. (coord.), *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual*. Madrid: Fragua, p. 275-291.

Tapia López, A. (inv. prin.); López Vidales, N.; Medina de la Viña, E. y Martínez, P. (2004), “Incidencia de las nuevas tecnologías en técnicas y procedimientos de trabajo” [proyecto de investigación 1COM/03], Madrid, Universidad Francisco de Vitoria.

Direcciones de páginas web consultadas
(Webgrafía)

[http://www.elpais.es/
articulo/20051125elpepusoc_2/Tes/elppor-
soc/](http://www.elpais.es/articulo/20051125elpepusoc_2/Tes/elppor-soc/)

<http://www.campusred.net/telos/>

[http://www.elpais.es/
articulo/20051125elpepusoc_2/Tes/elppor-
soc/](http://www.elpais.es/articulo/20051125elpepusoc_2/Tes/elppor-soc/)

[http://www.ucm.es/info/periodI/Period_I/EMP/
Portad_7.htm](http://www.ucm.es/info/periodI/Period_I/EMP/Portad_7.htm)

[http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20
Comunicaciones/grupo%203/garcia%20
aviles.pdf](http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%203/garcia%20aviles.pdf)

<http://www.unav.es/fcom/cicom/grupos.htm>.

