



**Transcripció del**

**XVI Col·loqui Aula d'Història del Periodisme**  
***Diari de Barcelona***

**"Els mitjans digitals i el futur de la memòria"**

**Campus de la Comunicació**

**Universitat Pompeu Fabra (Barcelona)**

**25 de maig de 2015**

**Jaume Guillamet**, catedràtic de Periodisme, Universitat Pompeu Fabra.

Bon dia a tothom. Bé, ens tornem a trobar. Feia un parell d'anys que ens havíem pres una mica de descans, després de quinze anys seguits fent el col·loqui de l'Aula Diari de Barcelona. De fet en aquests primers quinze anys havíem fet tot un cicle, defensant la idea que el paper era un patrimoni documental a conservar i havíem començat a reflexionar sobre com s'estaven replantejant, sobretot les administracions, les polítiques de preservació digital. Vam decidir prendre'ns un descans i veure quina orientació podia tenir el col·loqui més endavant.

Avui reprenem amb aquest XVI col·loqui, no ens comprometem a cap periodicitat, anirem veient les preocupacions que compartim, que ens porten a plantejar-nos. Però en tot cas si el darrer col·loqui, el XV, va ser sobre les polítiques de preservació digital, i era una pregunta adreçada a l'administració. Avui la pregunta que ens fem, i que es una pregunta més aviat adreçada als actors, als mitjans i als experts, és quina memòria podem confiar que tindrà el món digital. De manera que moltes gràcies a tots per venir. Com sempre a L'Arxiu Històric de la ciutat, amb en Xavier Tarraubella, que prendrà la paraula després de mi, amb qui compartim, com sabeu, l'Aula Diari de Barcelona. Agraïm a en Mario Tascón que hagi acceptat la nostra invitació. A continuació en Javier Diaz-Noci presentarà. També agraïm a representants de mitjans i empreses que han acceptat participar en la segona part.

Aprofito per fer un petit espot, no pas publicitari, però sí per presentar una obra de la qual hem parlat a vegades. Ara veurem la portada a la pantalla d'aquí un moment. S'acaba de publicar, aquesta és la portada d'una obra que molts dels participants en aquest col·loqui ens hi han ajudat. És el Catàleg Històric General de la Premsa en Català, aquest és el volum I, i avarca del 1641 al 1898. Insisteixo, és una obra que la hem fet un equip d'investigadors encapçalats per mi mateix i per en Marcel Mauri, amb investigadors de la UPF i també d'altres universitats catalanes, de València i de les Illes Balears.

Ha sortit el primer volum, els altres volums trigarem una mica perquè la investigació, a mesura que els anys avancen, es va complicant molt. Això són els inicis de la premsa en català, posteriorment, quant més publicacions neixen, més feina requereix aquesta investigació. Per tant, estem contents avui de presentar-vos aquesta obra que s'acaba de publicar. En la introducció consta el nostre agraïment, sobretot a l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona i a la Biblioteca de Catalunya, però també a tota una sèrie de biblioteques i arxius que no nomenaré perquè seria molt llarg però que allà hi consten, que ens hi han ajudat.

Bien, quisiera saludar a quienes nos siguen por streaming. Esta es la primera vez que este coloquio se emite por streaming, por lo tanto es posible que en estos momentos investigadores, profesionales y gente interesada en este tema, muy amplio y con muchos puntos de interés, que nos están siguiendo, les damos la bienvenida y les agradecemos su atención. Esperamos que esta sesión resulte para ellos, como estamos seguros que va resultar para nosotros, muy interesante. Muchas gracias.

**Xavier Tarraubella**, director Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona.

Molt bon dia, com bé deia el professor Guillaumet, aquesta és una activitat organitzada conjuntament per la Universitat Pompeu Fabra i l'Ajuntament de Barcelona, amb l'Arxiu Històric de la ciutat. Aquest parèntesi de dos anys ens va servir per reflexionar sobre la continuïtat i l'enfoc del col·loqui. Amb aquesta represa, doncs, volem manifestar la voluntat de continuar, en la mesura del possible, creant aquests espais de debat al voltant de la història de la premsa i de tot el que gira al voltant.

Deia el professor Guillaumet que el XV col·loqui, que vam fer el 2012, va estar dedicat també a qüestions de preservació digital, però una mostra o una prova de que aquesta qüestió, aquesta temàtica o problemàtica, ha estat un dels elements d'interès del col·loqui, és que al llarg de les setze edicions, s'han dedicat quatre col·loquis a parlar d'aspectes relacionats amb la qüestió digital.

En quatre edicions des de l'any 2001, en que es va dedicar a la digitalització de premsa, hi ha hagut quatre edicions dedicades a la qüestió digital. Això es una

prova de que els professionals que treballem al voltant de la premsa, del patrimoni hemerogràfic, de la història del periodisme, la qüestió digital i la seva preservació és un tema que interessa. Per tant, dedicar aquest XVI col·loqui de la represa novament al món digital, vol ser també una mostra d'aquest interès, i perquè no dir-ho també, d'aquesta preocupació, des d'una de les perspectives en relació a la seva preservació i perdurabilitat. Per tant, gràcies per haver respost a aquesta setzena convocatòria del col·loqui.

Per acabar també faré una cunya publicitària, com ha fet el professor Guillamet, per anunciar que l'any 2017 coincidiran dues efemèrides que són força rellevants per l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. La primera serà la commemoració del centenari de la seva creació, l'any 1917. I la segona serà la que es compliran 225 anys de l'aparició del Diari de Barcelona, l'1 d'octubre de l'any 1792. En relació amb aquesta segona qüestió, és un tema que d'alguna manera ens afecta o ens interessa en aquest marc.

Hem de dir que tenim la intenció d'organitzar l'any 2017 una activitat acadèmica que giri al voltant d'aquesta commemoració, dedicada a la Història del Diari de Barcelona en particular, però a la història de la premsa de Barcelona en general. Serà una activitat que organitzarem conjuntament amb el Grup de Recerca en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra, i amb totes les altres institucions que s'hi vulguin sumar. D'aquí poques setmanes tinc una trobada amb la directora de la Biblioteca de Catalunya per parlar d'aquesta qüestió. Per tant doncs, es un projecte a dos anys vista. Es possible que aquesta activitat sigui fins i tot el Congrés d'Història de Barcelona de l'any 2017, però tot i que encara estem molt a l'inici d'aquesta efemèride, si que he volgut avui en el col·loqui de l'Aula d'Història de Periodisme Diari de Barcelona, anunciar que hi ha aquesta intenció, perquè tots vostès en tinguin coneixement i constància. Gràcies, i ara sí comença pròpiament el col·loqui.

**Javier Díaz-Noci**, catedràtic de Periodisme, Universitat Pompeu Fabra.

Moltes gràcies. Voy a hablar en castellano. Es para mi un placer que agradezco a los organizadores de este coloquio que vuelven a iniciar su andadura. Es la edición numero dieciséis. Para mi es una alegría y un placer

que sea tratado el tema de la preservación de los medios puramente digitales y también de volver a encontrar a Mario Tascón, con quien habíamos coincidido hace tiempo y después por cuestiones profesionales hace tiempo que no coincidíamos.

Cuando nos planteamos hacer este coloquio con este tema, como se deberían preservar los medios digitales, ponerlos a disposición de los investigadores y lo que están haciendo las empresas y las instituciones públicas, a mi no se me ocurrió mejor nombre que el de Mario Tascón. Yo lo conocí cuando él estaba en El Mundo. Él puso en marcha la edición digital de El Mundo en la World Wide Web. Cuando pensamos en internet pensamos en la World Wide Web, estamos en el año 94, 95. El Mundo fue uno de los pioneros, como lo fueron algunos diarios catalanes por cierto, después paso a Prisa, que es una empresa que él prácticamente la puso en marcha. Hizo las webs y todo el diseño digital de los medios de uno de los grupos más poderosos del panorama de medios en España, de PRISA. Después fue uno de los fundadores de [lainformacion.com](http://lainformacion.com), un medio exclusivamente digital. Ahora dirige la empresa Prodigioso Volcán. Es un hombre que nos parecía apropiado, porque él participó y puso en marcha muchas iniciativas técnicas e informáticas, pero es sobretodo es un periodista que se ha dedicado a la información, y pensamos que nadie mejor que él para ilustrarnos sobre cuáles son las necesidades, retos y soluciones, si las hay, que seguramente que sí las habrá, para la preservación de los medios digitales. Así que yo callo y le doy la palabra a Mario Tascón, que es la persona que hemos venido a escuchar hoy. Gracias

**Mario Tascón**, consultor, director de Prodigioso Volcán, S.L., especialista en mitjans digitals i xarxes socials.

Muchísimas gracias por la presentación, muchísimas gracias a todos ustedes por estar aquí. Yo la verdad es que cuando me invitaron, que acepté gustoso, ya advertí que una parte de lo que se ha anunciado aquí, yo no la tenía, que es la de las respuestas, lo lamento. Yo les puedo plantear preguntas, que seguramente aquí se están planteando las mismas. Insistí en que era lo único que yo podía hacer. Aún así insistieron los organizadores, y que sepan que es

culpa de los organizadores y mía, porque respuestas tenemos pocas y preguntas tenemos muchas.

En este tsunami en el que estamos todos situados ahora mismo, y no me refiero al político de ayer, sino al general de la profesión y de todo lo que hay alrededor, yo les voy a mostrar un pequeño detalle de mi empresa, de la que yo no he venido a hacerles publicidad, pero sí me parecía relevante contarles un pequeño detalle de dónde viene el nombre de mi empresa. Hace ya unos cuantos siglos, en las Islas Azores, surgió un volcán como el que está surgiendo ahora mismo en Canarias, un volcán submarino que tenía fascinados a los marineros españoles y portugueses, que iban y volvían de América, porque aquel espectáculo que salía del mar, y aquel fuego que el agua no conseguía para le parecía fascinante.

Un editor de Madrid, (esto seguro que la mayoría de ustedes sí que controlan. Sorprendentemente, en el Madrid de aquella época estaba la prensa mas culta y en Barcelona era más popular. Con los siglos ha cambiado, pero entonces era así. En las redacciones de sucesos, que muchos de ustedes conocen, las de Madrid son más serias, no tiene tantos dibujos, las de Barcelona eran más populares, estaban más llenas, y las imprentas, para vender mejor, ponían dibujos). Aquí tienen ustedes la edición de Madrid que da nombre a mi empresa, Prodigioso Volcán de fuego, donde alguien explica a los madrileños cómo era un volcán. Los editores de Barcelona vieron que esta redacción tenía éxito e hicieron una versión y pidieron los permisos correspondientes, no como ahora, y se reeditó aquí en Barcelona, con la portada que ustedes ven, que es mucho más bonita, que tiene una historia pero que no es el día hoy para contarla. Sí es para contar que al editor de Madrid se le ocurrió que una de las mejores maneras para acompañar un texto, y no solo de acompañar, sino que le dio mucha importancia, era dibujar y explicar con un gráfico, que es uno de los primeros que aparece en un papel con propósito periodístico en España, cómo era aquel volcán: a que distancia estaba de la costa, como era la erupción, que cosas salían de allí....y aquí lo pueden ver a su izquierda.

Los editores de Barcelona, en cambio, sustituyeron el volcán por un dibujo del infierno, que supongo que era lo más parecido que ellos tenían en sus planchas de madera para representar el volcán. El texto lo dejaron igual. A lo

que voy es que dentro de cualquier papel hay muchas partes importantes, y esto tiene que ver con lo que vamos a ver a continuación.

Les voy a contar otra anécdota. Saltamos varios siglos y nos situamos en otro asunto que tiene que ver con el tema. Este es el complejo de la Moncloa visto desde Google Earth. Habrán oído ustedes que se dice, se comenta, que debajo del complejo de la Moncloa hay un bunker secreto. No es secreto porque todos lo sabemos, hay un bunker. Yo trabajaba en el diario El Mundo, como ha dicho mi presentador, hace muchos años, y nosotros tuvimos acceso a los planos del bunker de la Moncloa, trabajaba en el periodismo más activamente que ahora.

En El Mundo nos pidieron, yo llevaba el departamento de infografía, si podíamos representar para el periódico el bunker. Todo el equipo se puso a dibujar sobre los planos del bunker de Moncloa. Donde estaban las fosas sépticas, la morgue, el centro de manejo... y cuando estábamos con el trabajo prácticamente acabado, uno de los directores adjuntos, todavía sigue siendo director adjunto, se llama Iñaki Gil, nos dijo: "quitar todo, borrar todo, porque hemos tenido un chivatazo que va a venir la policía, porque esto es un secreto de estado. Nos van a aplicar la legislación y nos van a pillar con las manos en la masa. Nos han advertido que no se puede publicar, que incurriríamos en un problema grave".

Yo como trabajaba en ese periódico que ustedes conocen, que tiene muchos defectos y algunas virtudes. En aquel caso los defectos me aterraban, esto es lo típico que me hacen borrar todo el trabajo y a los tres días me dicen que volvamos a sacarlo. Pues no, yo lo que hice fue no borrar nada y guardé todo en un disquette, que guardé en la camisa. Yo a veces ahora pienso, para que valdría ese disquette hoy en día. Habría que tener un ordenador que lo leyera, habría que suponer que ese ordenador tuviese un sistema operativo que lo pudiese leer y habría que suponer que ese sistema operativo tiene los programas de la época, no les estoy hablando del pleistoceno, les estoy hablando de hace 20, 25 años. Es decir, de que vale esa documentación digital, si no vale de nada. Si se lo pasamos a los servicios secretos de cualquier país extranjero tendrían serios problemas para recuperar los planos del bunker de la Moncloa. Pues ahí lo tengo en casa, en una caja de galletas de la época, fíjense que sitio para guardarlo. Me pareció como más discreto si

venia la policía a casa, que nunca vino y nunca vendrá, porque ni la policía sabría lo que hay en ese disquette

Estos son dos de los problemas que tenemos, por poner un ejemplo histórico, en la documentación en general y en la documentación de medios de comunicación.

Algunos datos. Hace poco el New York Times sacó un informe sobre las problemáticas de la prensa, en el que hacía referencia a una problemática muy conocida en innovación. En una industria se van haciendo innovaciones poquito a poco, pero llega un momento en el que aparecen competidores disruptivos que lo que hacen es que en un momento determinado cambian las reglas del juego, porque atienden las mismas necesidades de los usuarios, mientras que el sistema convencional se cae.

En ese momento el New York Times, por primera vez, de manera pública, se dieron cuenta de que su competencia no eran el Washington Post, el Wall Street Journal o el Financial Times, sino que eran otros, de los cuales seguramente algunos de los periodistas del New York Times no sabían ni quienes son. Son estos medios nuevos, diferentes, que hacen las cosas de otras formas: redes sociales, agrupaciones de medios... ya lo veremos.

Es evidente que los medios están en crisis, pero les recuerdo que está en crisis todo. Ustedes recordarán esta gran compañía, Kodak, que hoy en día no sabemos dónde está. Que también tiene que ver con lo nuestro, con la fotografía con la documentación, y ¿dónde están estos hoy día? Acuérdense ustedes de quienes fueron, que gran compañía. Alguna gente dice, "que suerte yo trabajo en una tecnológica, y las tecnológicas vamos a sobrevivir porque lo que está agotado es el asunto analógico, físico". En este aspecto tengo guardadas unas fotos de una visita que hice, fíjense que instalaciones más bonitas y más lujosas, esto se llamaba Nokia. Pues no se qué es Nokia hoy día, era una tecnológica, era líder del mercado. Aquí nadie asegura nada.

Por si les falta el dato, este gráfico lo tengo guardado desde hace tiempo porque es una de las pocas cosas que me sirve para un hijo que tengo que ya es un poco más que adolescente, para demostrarle que su padre no es tan tonto como él piensa. Allí es donde yo me fui de un grupo de comunicación, en



ese pico de ahí, es la señal del tsunami que tienen ahí. Me fui y esa es la cotización bursátil. Esa cotización es común a casi todos los grupos de comunicación del mundo. Las cotizaciones bursátiles saben ustedes que anticipan el futuro, pues ese gráfico deja en muy mal lugar el futuro de los medios de comunicación como los hemos conocido. Ese gráfico en concreto no es del grupo PRISA, es de Vocento, pero es bastante parecido al del grupo PRISA, es bastante parecido al de Riccioli Corriere della Sera, muy similar al de New York Times.

Porque entre los medios, la sociedad y las cosas que están sucediendo, hay un social lag importante. Es el que hay cuando, ya hace unos años, viendo esta estatua en el Reina Sofía, detrás de una madre con su hijo, el hijo le preguntó a la madre: "mamá, ¿qué es lo que hay debajo de la langosta?". A mi me inquietó la pregunta, porque claro, aquí estamos mirando las cosas de una manera antigua. Vemos los objetos con gafas del pasado, como decía McLuhan, con el espejo retrovisor, pero la pregunta correcta la está haciendo este niño. No es la langosta lo que le llamó la atención, sino lo que había debajo, la langosta la conocía.

Algunos datos más, por situar un poquito este debate. Estamos hablando de documentación y de cómo se distribuye, antes de cómo se ordena y archiva, y nos encontramos con un problema previo, con el problema de la confianza. La confianza en los sistemas de distribución de información tradicionales y convencionales.

Este gráfico me parece más preocupante que el de las ventas o el de que si la gente lee las noticias más en internet o en la prensa. Este es el gráfico en Estados Unidos, muy similar al español, de la confianza de los norteamericanos hacia los distintos medios de comunicación a la hora de creerlos, la reputación, el trust. Ahí ven que está cayendo ininterrumpidamente desde los años noventa en prensa, en televisión y por supuesto en internet, que es baja, no es que caiga, es baja, pero ahí está.

Yo les propongo un pequeño juego para que visualicemos durante un segundo. Ustedes conocen seguramente la película de El informe Pelicano, no les voy a hacer spoiler, pero me extrañaría que no la conozcan, porque después de Pretty Woman es la segunda película que más veces han pasado en televisión

en todo el mundo. Conocen ustedes la historia, la mujer tiene una documentación importantísima que revela una serie de secretos que ponen en compromiso unas inversiones en unos pozos. Al llegar el final de la película, para el guionista de hace un tiempo era muy sencillo, la protagonista llama a un periódico y le dice donde le deja los papeles a un periodista. Y ese es un final estupendo para un guionista, ¿no? Corta ahí, la imaginación de los espectadores vemos como sigue porque sabemos lo que va a pasar con esa información, como se va a distribuir, y porque sabemos que está en buenas manos.

Bueno yo les propongo un juego, imagínense que ustedes son los guionistas de una nueva versión de El Informe Pelicano y ustedes son los guionistas. Si tuvieran que hacer el guión y tuvieran que elegir un final, yo les preguntaría: ¿ustedes a quién le darían, en ese final supuesto que están escribiendo, si quisiéramos que tuviese éxito, para no hacer una cosa vintage. Vamos a buscar un guión de éxito, ¿a quién de estos dos le darían ustedes la información?, para hacer un guion de éxito esta claro, ¿no? Buscaríamos sistemas alternativos de difusión de la información a los convencionales, porque del convencional ya no nos fiamos, no nos lo creemos.

Y esto ustedes están pensando que es un juego divertido, pero ¿saben que el símbolo de la revolución turca, el equivalente al 15M de Turquía, es un pingüino? Ustedes que son personas con acceso a documentación, si buscaran, verían que es difícil encontrar relación entre Turquía y un pingüino, porque no parece un país que los tenga. Claro, esto viene de que mientras se transmitían las revueltas turcas en la CNN Internacional, como ven en una de las pantallas, en la CNN turca se retransmitía en un loop sin fin un documental sobre la vida de los pingüinos. Si hemos conseguido que los medios de comunicación, incluso los internacionales, incluso los que suponemos no mediatizados, incluso los que suponemos no manipulados, emitan la vida de los pingüinos en Turquía, cuando están habiendo unas tortas sin parangón en las calles de la capital, parece que es un problema que va más allá de la distribución y de la credibilidad.

Algunos datos más. Todo el consumo es digital, está evolucionando. Esas barritas que ustedes ven son como va evolucionando desde el 2010 hasta el

2013. Fíjense en que poco tiempo el consumo a través de medios digitales, un asunto que no solo debemos tener en cuenta, pero que es muy importante, el consumo de medios digitales a lo largo del día, varía el tipo de contenido y el tipo de canal dependiendo de los horarios. Pero como seguimos pensando algunas veces en modelos de trabajo antiguos, esto no lo solemos tener en cuenta. No accedemos de la misma manera ni a través de los mismos canales dependiendo de las horas en las que trabajamos, en las que vivimos, en las que estamos en casa. Aquí tienen ustedes un grafico de como sucedes esto.

Además estamos en un mundo, como saben, rodeados de pantallas, en las que la mayor parte del consumo de información se produce a través de pantallas. En un porcentaje grandísimo, incluida la televisión, que aumenta un rato el asunto, frente al consumo en soportes print, u otros tipos de soporte. Además, con cambios que son continuos. Por ejemplo los móviles, todos sabemos que son importantes, pero yo les voy a dar un dato de dinero. Aquí tienen los ingresos de hoy día de Facebook. El área roja es el ingreso de mobile, de publicidad en móviles. Aquí tienen como se supone que va a incrementarse en los próximos años el mercado de dispositivos. Esa franja azul que ven son los móviles y la franja roja son los pc. Pues bien, insistir en algunas ideas que me gustaría fijarles. El soporte mediante el cual las personas acceden me parece muy importante y muy relevante . De nuevo insisto, no es un tema de futuro sino de presente.

A día de hoy en la mayor parte de los medios de comunicación, el otro día daba datos el propio diario El País, la semana pasada, que ya un 45% de sus usuarios acceden a través del móvil. En la Cadena SER dieron el dato de un 60% de las personas que acceden a la radio digital lo hacen a través del móvil, no del pc. Son datos a tener en cuenta.

Además de esto, para complicarnos un poco el tema, les explicaré que tiene que ver con el archivo y la documentación. Los accesos se hacen multipantalla, nosotros no consumimos ni los servicios ni la información de manera única, en un único dispositivo. Cada vez hay mas consumo en dispositivos variados. Leerán un libro y no lo leerán solo en el Kindle, si es digital, sino que su propia aplicación hará que en un rato que estén en el metro, o no tengan el Kindle a mano, sigan leyendo una parte en su móvil, y que su móvil sepa exactamente

dónde estaban ustedes. Este proceso es automático y nos parece lógico, pero no es tan lógico, lleva detrás todo un sistema que hay que organizar para saber que punto de lectura ha dejado en el Kindle, o en que punto después de leer 5 ó 6 páginas, o su equivalente, porque aquí páginas sería muy aventurado denominarlas así, están en esta parte.

Entonces nos encontramos también con una dispersión de los canales a través de los que los objetos son consumidos. Por lo tanto, quien prepara estos objetos, sean libros, sean periódicos, sean cualquier cosa, hay que tenerlo en cuenta. Lo veremos ahora. Creo que hay aquí todo un mundo de nuevas definiciones, seguimos denominando con nombres antiguos a las cosas nuevas y eso es parte de nuestro problema. Luego es difícil, si la carga que tienen las palabras nos hace que no sepamos algunas veces entender qué es lo nuevo si lo llamamos como la antiguo. Esto es una imagen del diario El País Digital. ¿De verdad ustedes piensan que esto es un periódico? en todo caso sería un continuo, un esporádico, no se como llamarlo porque la actualización no es periódica, es continua, es diversa, es variable, dependiendo de las páginas, hay páginas que se actualizan cada milisegundo, hay páginas que se actualizan cada día y hay páginas que se actualizan cada mes.

Hay un tema cultural importante en las organizaciones en estos tiempos de transición entre lo digital y lo analógico. Este es un chiste que seguramente se puede aplicar a muchos a campos, es un clásico desde hace unos años que circula por la red, en el que hay digitales, y ahí ven como se ven unos y otros, estos dos mundos que no son tan fáciles de integrar. Además un periódico, por decirlo así, en digital ha ido variando, y un periódico antes tenía fundamentalmente texto y algunas imágenes, hoy el digital tiene muchos formatos que manejar. En un periódico antes la autoría era profesional, hoy día la parte de los usuarios cada vez tiene más importancia. Un periódico antes era fundamentalmente información, poco entrenamiento y pocos servicios. Hoy en día esa composición, esa tarta, ha variado.

Por dar algún dato más, formalmente venimos de un mundo vertical y estamos pasando a un mundo más horizontal, por motivo por las pantallas en las que trabajamos. Y seguimos haciendo documentos verticales, cuando la gente nos

lee en espacios horizontales. Supongo que es la tradición y los siglos de peso de las industrias culturales.

Además, en los formatos los medios han sido casi monoformato. Avanzaron un poquito cuando se introdujo el texto digital. Y digo un poquito porque si ustedes buscan referencias sobre hipertextos se encontrarán con los libros que yo estudiaba hace diez años. No hay muchas referencias nuevas, el tema hipertextual, que avanza muchísimo en informática y en los nuevos medios, en cambio en los estudios sobre el hipertexto avanza poquísimo, hay pocas referencias, pocos trabajos, pero ahí está y es una grandísima parte de lo que manejamos.

Como he dicho hay toda una serie de nuevos formatos que acompañan estos soportes, por lo tanto la creación de estos objetos culturales, periodísticos es mucho más variada y diversa, diferente. Además, los usuarios nos esperan en muchos soportes y formatos. Para los usuarios que consumen El País, la Cadena SER o un libro, empiezan a no distinguir o no plantearse si es una versión digital o no, es una versión, es un objeto cultural, periodístico, que ellos ven en muchos sitios. Y por tanto, y tiene mucho que ver con lo nuevo, a la hora de difundir un contenido, quien lo fabrica tiene que pensar que hay una difusión que ahora se llama 360. ¿Por qué? Porque intenta abarcar todas las posibilidades que te da un mundo en el que difundes de muchas maneras para usuarios que se encuentran en muchas circunstancias. Esto nos está haciendo fabricar objetos informativos de una manera muy diferente a como se fabricaban antes.

Tenemos que tenerlo en cuenta, hoy no me puedo plantear un trabajo para una de las empresas para las que trabajamos, o para un medio de comunicación de los que rediseñamos, sino contemplo que ese medio de comunicación pueda ser consumido en distintos tipos de pantalla, en distintos canales y de distintas maneras, y no solo de manera conjunta, de lo que yo ofrezco, sino de manera fragmentaria. Es un tema también importante, porque los fragmentos, como ese volcán que les enseñé antes, ahora son tan importantes como el conjunto, incluso algunas veces más. Por tanto hay que tenerlos contemplados a la hora de hacer, guardar y referenciar, porque sino no funciona, o no funciona tan bien. Este asunto es importante.

Algunos tipos de medios, voy a ir rápido, la propia definición de medios salta por los aires. Si antes les preguntaba si aquello era un periódico, no se si pensarán ustedes si esto es una radio...pues sí o no. Porque si tocas un botón suena, pero de radio tiene poco esto, o esto, ¿no? Radio son poco. Pero además hay gente nueva que ha tomado el formato, Spotify, por poner un ejemplo, y el formato sobre el formato juegan de otra manera, lo construyen de otra manera, el propio formato, el propio programa, los propios tramos, es más, hay gente que hace agregadores de formatos. Algunas cosas de la Cadena SER las encontrarán ustedes mejor aquí que en la Cadena SER, porque la gente las viene a buscar aquí, porque el troceado de los fragmentos o segmentos, los tienen mejor aquí que en las plataformas en las que está el contenido original. Aquí tienen otra, Soundcloud... Los portales que han derivado a hacer las cosas de cierta manera, los medios digitales de cabecera que tienen sus versiones web, sean periódicos, televisiones, la verdad que todos se parecen un poco, porque parece que el ecosistema nuevo los iguala.

Si se fijan ustedes la diferencia que hay en el mundo antiguo sobre una radio, un periódico o una tele, se diluye. Si yo les quito las marcas sería muy difícil de distinguir, porque el nuevo medio las iguala. Lo más parecido a una tele, que es youtube, parecido parecido es, porque luego vemos videos, pero tampoco es tan parecido, pero sí se parece a otros sitios de video de internet, porque es el nuevo medio el que iguala, el que hace la convergencia. No es tan los antiguos, no están solo las convergencias famosas de los equipos o redaccionales, que creo que funcionan mal y poco, está más en el nuevo ecosistema.

Medios digitales nuevos, puros, como el diario, confidencial, vox populi. Medios específicas de temáticas específicas, como es este de periodismo de datos. Nuevos medios que están intentando innovar formalmente en la manera de hacer cosas, las redes sociales por supuesto que conocen, los agregadores que, lamentablemente este lo tengo aquí guardado porque desaparece, se lo acaba de cargar la Asociación Española de Editores de Diarios, que es Google News, caprichos de los editores, y es un agregador que tiene un papel importante, incluso personalizable. Menéame, que es un agregador social que conocerán. Hay sitios como Viralizer, que es un agregador de lo más visto en

redes sociales. Agregadores más formales como Flipboard. Agregadores potentísimos como ven este de pago Moreover, que agrega fuentes de 350.000 fuentes, para que se hagan idea, Google News agregaba 750. 350.000 en tiempo real, es de pago, no hay versión gratuita. Confidenciales, las propias wikipedias o enciclopedias, que se distinguen poco de los periódicos, porque si van ustedes a buscar noticias de lo que paso ayer en Barcelona, Madrid, o España, tendrán noticias actualizadas en las enciclopedias. Medios que son de información especifica, por temáticas, por géneros, por tipos de periodismo, periodismo local, incluso agencias de periodismo local, medios hipermegalocales de ciudades o de barrios incluso. Los propios blogs, que en algunos casos tienen más difusión que medios convencionales, especialmente en algunas temáticas como la tecnología, la moda. Agrupaciones de blogs, que no son diarios, sino agrupaciones de blogs de varios tipos. Revistas especificas de formatos especificos, como esta, que es solo para ipad, no existe en otro formato. Revistas también, medios de comunicación para móviles o una de las últimas tendencias, que son medios de comunicación que son marcan que los patrocinan, los pagan, los dirigen. Este es uno muy famoso, de Credit Suisse, que es un medio muy prestigioso en temas de banca, o este, que en este caso agrupa un conjunto de cosas que hizo Red Bull alrededor del lanzamiento o caída del astronauta que se tiró desde un globo.

Luego además, estamos ante un nuevo esquema de la comunicación, en este esquema tenemos también un cambio importante, que es que hay mas actores, y sobretodo uno nuevo, que no solo hay un profesional, un usuario, un lector, un emisor y un receptor, sino que también juegan un papel importante las máquinas, los algoritmos. En todo el esquema de la comunicación había una captación de información en un medio, una elaboración un almacenamiento, una documentación, una emisión. Ahora los tres actores, profesionales, usuarios, máquinas y algoritmos están en todas las partes del proceso. Hay toda una serie de implicaciones alrededor de esto.

Hay un asunto del que me gustaría hablarles, cuando ahora hay un contenido que se emite, esa emisión es de alguna forma múltiple y hay muchos elementos asíncronos en ella. Por ejemplo esta es una esquematización de una radio en la que en los momentos en que ese pulso ven que sube, pues es

el programa que se emite, pero hay luego alertas en determinados momentos que se emiten antes por otro canal, porque los canales o los programas ya no son únicos, porque un periódico o una noticia ya no es del momento dado que publicamos, sino que podemos estar en las redes sociales anticipándola, contándola cuando la hay, teniendo un elemento en directo distinto y complementario a la noticia que se está produciendo en directo en ese momento. O sea, es un mundo más complejo en el que hay que sincronizar una serie de flujos de emisión. Podemos estar lanzando una alerta por correo electrónico antes, que a lo mejor nos leen después. Podemos estar con los móviles, estar haciendo otro tipo de acción. Los medios en esta emisión, en esta fabricación se han hecho mas complejos, y lógicamente nos están afectando mucho a los perfiles profesionales, que están cambiando.

Los miembros de las redacciones en general tienen que hacer toda una serie de tareas nuevas, que algunas las acabo de citar, como la difusión en RSS. Los móviles hoy día son herramientas muy importantes que pueden hacer muchas cosas. Hay toda una serie de edición web, saber de redes sociales, toda una serie de cosas nuevas, porque claro, el mundo ha cambiado. Hasta ahora el equipamiento que yo llevaba hace unos años para poder hacer algo fuera del periódico, no hace tantos años, ahora se ha reducido a esto, esto es todo lo que necesito en lugar de todo esto. Se ha simplificado mucho el trabajo, y como digo, esto está afectando a los perfiles profesionales. Antes solo con escribir, editar y tener fuentes, que no era poco, era suficiente, pero hoy día, al menos pides a los periodistas que sepan algo de redes sociales, algo de difusión en esas redes, algo de edición web, o incluso algo de multimedia.

Creo que me estoy comiendo bastante tiempo. Me gustaría hablarles un poquito de la ordenación de la información, que es un tema que durante años me obsesionó y que a la hora de plantear las hemerotecas de El País o de El Mundo, en su tiempo, me obsesionaron bastante. Cómo ordenar el caos que les he estado citando. Tantos medios, tantos formatos, tantas fórmulas, tantos fragmentos. Ustedes que se dedican a esto, como saben nos gustan las cosas ordenadas, no el orden como se ha demostrado en las elecciones, pero las cosas ordenadas han gustado siempre, el árbol genealógico, los ríos más



largos, las montañas más altas, los animales... Nos gustan las cosas ordenadas, ustedes lo saben perfectamente.

Seguro que conocen a un teórico de la información, que es arquitecto y que además, ahora se ha hecho más famoso de por lo que hizo en temas de información, se ha hecho famoso porque ha sido el fundador de los TED, Richard Saul Wurman. A mi me gustaba mucho su ejemplo clásico de cómo se ordenaban los perros del catálogo del Kennel Club. Decía que solo había una manera finita de ordenar el club. Que se podían ordenar de 5 maneras, por orden alfabético, por lugar de origen, por la fecha del Kennel Club, por el peso y se podían ordenar por el tamaño. ¿Cuántas formas había clásicas de ordenar la información? Estaba la ordenación temática, podíamos organizar las semillas de esta tienda que hay en Madrid por sus categorías, como hacen las librerías, donde están las cosas más o menos ordenadas temáticamente. Podemos hacer en cambio, una ordenación jerárquica por algún tipo de medida. Esta es mi hija, vamos marcándole la altura, o como hacen los periódicos cuando ponen las noticias más grandes si son más importantes. Tenemos la ordenación cronológica que todos conocen y que los periodistas conocemos porque era la de los teletipos. Teníamos la ordenación alfabética de las páginas amarillas, las enciclopedias. La ordenación geográfica que era ubicar las cosas en un mapa. Estas eran las cinco ordenaciones clásicas de la información.

¿Qué ha pasado con los contenidos digitales? Los contenidos digitales con estas ordenaciones nos hemos encontrado que utilizamos las etiquetas frente a cajones. Nos hemos encontrado que ya no guardamos solo los calcetines en cajones, sino que hay etiquetas de calcetines, etiquetas de colores que no nos obligan a elegir un cajón determinado, y nosotros ese objeto lo podemos guardar en la caja de las mariposas o en la caja de las cosas amarillas, porque ya no son cajas, son tags, como ya conocen ustedes. No estamos obligados a que las cosas estén en un sitio, sino que estas características van anotadas en el propio objeto y constituyen una parte fundamental del propio objeto, si lo queremos hacer bien, por tanto están allí. Algunas de ellas para complicarlo un poco, no son características o etiquetas fijas sino que son dinámicas, esto es otra complicación adicional. Antes todo era fijo, ahora pueden haber muchas

etiquetas dinámicas, añadiendo una complicación adicional y los objetos se buscan por software.

¿Cuántas formas hay ahora de ordenar? Sigue existiendo la ordenación temática, ahí tienen Amazon, que lo tiene todo ordenado temáticamente, con la diferencia que un objeto puede estar en varios sitios la vez, cosa que antes no era posible. Tenemos aquí visualizaciones de ordenaciones temáticas. Podemos ordenar todo en alguna escala, eso sigue siendo posible. Las portadas de alguna manera de los diarios o de los medios que hemos visto están hechas así. Otra, aquí tienen lo mas leído, lo mas visto, una ordenación jerárquica. Las noticias que tienen mas pinchazos están más arriba y las otras más abajo. Podemos ordenar las cosas cronológicamente y, a parte del teletipo, tenemos el timeline de Twitter. Es una ordenación cronológica de alguna forma, o predomina lo cronológico. O en Google cuando buscamos también tiene posibilidades de una segunda lectura sobre una cronología, o sea la cronología sigue siendo importante. La ordenación geográfica sigue siendo importante, no me voy a parar en ella, pero tienen ustedes muchos ejemplos de la importancia que esta teniendo hoy día. Y la ordenación alfabética, en cambio, es algo que ha muerto, un poco porque es para volúmenes pequeños de información o entradas a sitios relativamente pequeños, no es tan importante. No es que no sea importante, es que no es útil, no la necesitamos tanto como la necesitamos en otras épocas. De hecho había un directorio que Google compró, que yo preparando esta parte de la charla, me encontré que el directorio ya no está disponible, y decía Google que la forma mas rápida de encontrar información en la web era la búsqueda en la web y no el directorio alfabético, que llegaron a comprar, por lo que en algún momento hasta Google llegó a pensar que tendría alguna utilidad. En cualquier caso, si prefieres un directorio de internet visita este sitio.

Pero hay alguna más a parte de estas, efectivamente la búsqueda, esa optimización de la búsqueda ante una pregunta concreta una respuesta específica que es lo que ahora está. Pero también hay otra que antes no se utilizaba a penas, que es la ordenación azarosa, que dirán ustedes eso no es una manera de ordenar. Sí que es una manera de selección de información, sí que es importante con volúmenes grandes. ¿Por qué? Por ejemplo una

aplicación que conocerán donde tengo tanta música que una de las maneras que quiero escuchar la música es que me la de aleatoriamente. Mi ipod me da aleatoriamente, dentro de un universo relativamente controlado, temas aleatorios que me gustan y uno detrás de otro, que ha elegido de forma aleatoria. La ordenación aleatoria tiene algunas utilidades que en otros tiempos, en el mundo analógico no tenía. Por tanto, tenemos algunas formas de ordenar nuevas

Por acabar sí que me gustará hacer referencia a nuevos objetos, para no hacer muy largo esto y si quieren dedicar un poco de tiempo a preguntas a charlar o lo que quieran. Son los nuevos objetos, pero me voy a detener solamente en uno de ellos. Estamos buscando como loco nuevas maneras de comunicar, nuevas narrativas y seguimos pensando en formas de hacer antiguas.

Yo hace poquito, escribiendo un artículo para el diario El País, para la sección de opinión, sobre el aniversario de los zapatistas, me encontré de nuevo con las restricciones físicas del papel cuando me llamaron: “oye te ha quedado esto larguísimo, déjalo en 1400 palabras que esto no cabe”. Claro, yo durante años llevando tiempo escribiendo para digital, donde el espacio es algo relativo, porque a la hora de escribir no tengo una restricción física, porque escribo más o menos teniendo en cuenta lo que yo quiero contar. Entregué el artículo, todo fenomenal, pero me volví al origen i dije, si yo ahora mismo no tuviera las restricciones culturales, ni mentales que tengo, y yo tuviera veintitantos años, ¿qué estaría haciendo con este artículo? Para empezar una versión hipertextual, que la hice. En la cual, donde yo quería ponía hiperenlaces para que la gente supiese dónde esta la sierra Lacandonda, poner una imagen del subcomandante Marcos, poner unos mapas de cómo fue la revuelta... Eso es obvio, parece que es lo mínimo que se presupone. Pero además de esto, si recuerdan ustedes, hubo una broma que hacían los zapatistas en tiempos cuando todo el mundo quería entrevistar al subcomandante Marcos, y les decían aquello que es tan común ahora. Les decían “el subcomandante Marcos somos todos”, como anónimo, ahora somos todos, los del 15M somos todos, esa cosa del anónimo de que todos somos iguales. Ellos propusieron un juego, que si eras un periodista y les pedías entrevistar al subcomandante Marcos te mandaban un formulario muy divertido, que era una broma en realidad, donde

tu ibas tachando las cosas y elegías las cosas que querías, y eso al final te daba una entrevista con el subcomandante Marcos. Yo me llamo Mario Tascón y me he acercado a: “elija usted un sitio; la sierra Lacandona, México DF... y me he entrevistado con: “subcomandante Marcos”, “un terrorista”... y tú ponías. Valía para todo tipo de periodistas y eso te daba un resultado y tu lo cubrías. Yo hice una versión digital de esto, no un formulario, que tú podías rellenar, marcar e incluso te devolvía la entrevista ya hecha y le estampaba una firma del subcomandante Marcos, hasta mejoré el de los zapatistas.

Bueno, perdonen que les cuente esta anécdota, porque yo luego pensaba, es que todavía estamos por crear los nuevos géneros, las nuevas maneras de escribir, estamos todavía en el comienzo de una época nueva en la que los tipos de objetos, los tipos de escritos, los tipos de géneros, están inventándose, posiblemente estén inventándose ya, ahora mismo, y ni siquiera lo sabemos y yo no os lo puedo contar. Pero yo creo que sobre esto también habría que investigar. No se trata solo de cómo guardamos las noticias y los periódicos. El problema está en qué son los periódicos y qué son las noticias. Para saber qué tenemos que guardar, yo creo que de forma previa. Y no solo es un problema de volumen, es un problema de concepto de calidad.

Les voy a enseñar una entrevista con Obama que le han hecho en Vox. Aquí la narrativa ya la están variando en esta entrevista. La pueden encontrar si buscan Obama interview, es del grupo vox en Estados Unidos, que no tiene nada que ver con el partido político español. Esta entrevista es una entrevista en la que todo lo multimedia está absolutamente implicado, la veían ustedes la portada en la página anterior, pero los gráficos están en los márgenes de tal manera que acompaña el gráfico exactamente a la parte de la pieza en la que se está citando ese gráfico. Los ladillos destacan lo mas importante de la entrevista, pero a la vez son piezas que se pueden tuitear de forma automática, por tanto son piezas interactivas. Lo que solo tenía una función estética ahora es estética y activa para el lector. El periodista se asegura así también que a medida que se va leyendo la información, en el momento mismo, el usuario puede activar lo que dijo Obama no solo lo que se transcribió. Él hace un trabajo periodístico, lógicamente muy importante de síntesis y análisis, pero a la vez le da la opción al usuario de activar eso. Incluso en su forma multimedia,

cuando Obama habla en el video, le añade los gráficos de lo que esta diciendo Obama. O sea, hay un trabajo más complejo, más multimedia, más interactivo, que permite que este nuevo tipo de objetos sean mucho más interesantes, mucho más atractivos y a la vez son nuevos. Todas las piezas tienen la misma importancia que el conjunto, con lo cual, insisto en esta idea de que no solo se trata de cómo archivamos una referencia, sino de la riqueza, como en aquella redacción del volcán que les enseñé, por supuesto elevada a n, de todos estos nuevos géneros y objetos informáticos.

Por rematar, por acabar y no aburrirles más, y si quieren solo con una parte un poquito alentadora e inspiradora, les he puesto muy rápidamente el principio, me recordaran ustedes esta ola del tsunami japonés en la que se ve ahí a esos pobres pescadores que están huyendo de esa ola que viene, y ahí los tienen remando como locos a ver si se escapan, que es un poco la sensación que tenemos hoy día en nuestras profesiones y nuestros trabajos con esta ola. Somos como estos pescadores, vean ahí las cara que están a punto de ser engullidos. Pero nos faltan datos como siempre, por eso es importante que las cosas las datemos la clasifiquemos y las marquemos, porque tenemos un problema en la lectura de las obras de arte japonesas, porque las leemos en occidente al revés, y la verdadera historia de la ola hay que leerla así, porque estos marineros no están escapando, sino que están intentando tomar la ola que es diferente. Pero como todo en la vida hay que saber bien las claves para entender las cosas, hay que descubrirlas y entre todos espero que las vayamos descubriendo. Como les he dicho no he dado muchas respuestas pero les he planteado unas cuantas preguntas, que sospecho que tampoco serán muy nuevas. Si les parece podemos dedicar un ratito a charlar, hablar o comentar aspectos mas concretos para que no me pierda yo solo en una derivación. En estos tiempos de diálogo, poder hablar será mucho mas interesante. [aplausos]

**Javier Díaz-Noci**, catedràtic de Periodisme, Universitat Pompeu Fabra.

Muchas gracias, ya hay una pregunta. Solo un comentario, cuando Mario Tascón estaba hablando de Julia Roberts y aquella película, a mi me venía otra película bastante peor, que se llamaba State of Play, basada en una serie británica bastante mejor, en la cual actuaba el inefable Russel Crowe, y en un momento dado, el también es un intrépido periodista a la antigua que tiene una

becaria que trabaja para el digital y consigue una exclusiva que remueve los cimientos de la política estadounidense. Y en ese momento él le dice: “muy bien chica, hemos hecho nuestro trabajo esto a la primera página del periódico y después publícalo en tu blog”.

Y ahora ya hay una pregunta de Jaume Guillamet y seguramente habrá mas.

**Jaume Guillamet**, catedrático de Periodismo, Universitat Pompeu Fabra.

Muchas gracias, en primer lugar ha sido muy interesante. Voy a volver al principio, después de aquel disquette, que nos parece prehistórico, pero que debe tener como máximo 15 años, si los tiene, todos íbamos con el disquette en el bolsillo hasta que llegó el USB. Después del disquette nada, digamos.

La impresión que tenemos y además, con la exposición posterior, algo a lo que estamos acostumbrados visto en conjunto nos abruma. Esta multiplicidad de formas, ese fraccionamiento, esta dispersión, esta idea muy clara del cambio de las palabras... Ya no existe la periodicidad, pero, no la vamos a llamar continuidad, ¿cómo la llamaremos?

Seguiremos hablando de periodismo seguramente. Las palabras ya aparecerán solas. La palabra periodismo apareció sola, nadie se la inventó, apareció de una práctica. Pero volviendo al principio, un poco la idea que nos preocupa en esta Aula de Historia el Periodismo Diari de Barcelona, entre archiveros, investigadores, periodistas y documentalistas, es el mensaje de decir que no hay soportes fiables para guardar durante mucho tiempo. Podríamos profundizar un poco en eso?

**Mario Tascón.**

Sí, porque es uno de los puntos clave lo que tú estás diciendo. Ahora mismo estamos en unos tiempos lamentablemente y sorprendentemente oscuros de la documentación. Yo preparando esta charla, lo tengo por ahí, pero me ha parecido muy extenso incluirlo, pero lo cito ya que preguntas. Ahora mismo no podría enseñaros cosas importantes que yo he hecho en digital, no son recuperables a día de hoy. No creo que sea nuevo, cualquiera que haya

trabajado en digital os podrá decir lo mismo. Yo mismo estuve buscando páginas de esa época de El Mundo que citaba Javier, y hay cosas importantes.

A pesar de pensar que la digitalización parece que favorece o facilita el archivo o el guardarlo de alguna forma, pues no ha sido así, y cuando esto se estudie con tiempo, nos encontraremos con unos sorprendentes años oscuros de la humanidad, de la época en la que mas fácil ha sido la publicación. Faltarán montones de publicaciones importantes de esta época. Es lamentablemente así.

Se han hecho esfuerzos importantes en los periódicos documentales, en algunos. Yo tuve la fortuna de estar en el que hizo El País con su hemeroteca, donde se hizo un esfuerzo muy grande con un coste alto de recuperación. Es verdad que la hemeroteca de El País, siendo larga, tiene 39 años ahora, y cuando se hizo este trabajo tendría 35 ó 36, que no son pocos, pero no era la del ABC o de La Vanguardia. Pero se hizo un esfuerzo, ya en su momento tuvimos importantes lagunas que tuvimos que buscar, pero se consiguió recuperar. Aunque es una recuperación no es del todo verdad, a pesar del esfuerzo, porque en algunos casos solo hemos recuperado, que no es poco, el contenido, pero es que el contenido muy importante, y yo en algunos casos necesito saber en que contexto se dio, porque solo encontrarme con el texto plano, no es poco, es mucho, pero no es suficiente.

Ahora mismo no sabría por ejemplo, si alguien buscara como fueron aquellos primeros tiempos de internet que comentábamos al principio, es que no sabemos una cosa tan básica como saber cual fue el primer anunciante. Como no lo tenga alguien en la memoria, no lo sabremos porque no estará ya el anuncio. Porque el anuncio era una entrada dinámica, por tanto pedía de un servidor el anuncio de la portada, no es una petición fija, no pedía el anuncio del BCH de la época, sino que decía: "este es el anuncio de arriba de la portada", el que fuese. Si pudiésemos recuperar esa versión de la portada, es como el disquette, en caso de poderla recuperar, todavía nos faltarían cosas.

Efectivamente esto es un problema que de alguna forma no tiene una solución sencilla, porque tecnológicamente no hay todavía una solución para esto. Si ahora mismo en el propio El País pasaría lo mismo, a pesar de ese esfuerzo, si

quisiéramos ver una noticia de hace 10 años, la encontraríamos pero no realmente en su aspecto, y no solo la noticia.

Ayer comentaba el caso, en mi época se hicieron, fue muy polémico porque los de internet estaban en contra de que se hicieran tres fotos fijas a lo largo del día de la portada y las portadillas del diario El País, que se archivaba. A los de internet les parecía una cosa antigua y lo entiendo porque es verdad que lo es, pero es que claro, la portada ayer mismo, que es un día evidente, no tiene nada que ver la portada de las 12 de la noche con la portada de las 10 de la mañana, y no quiere decir eso que de cara a un archivo histórico podíamos entender que es la portada que quedó porque culturalmente sabemos que es la más parecida a la que se imprimió. Pero realmente a las 12 de la mañana habían pasado muchas cosas para que tal vez alguien que quiere saber como se organizó la información en ese momento. O los volúmenes, la manera de encontrar al final los sistemas que hemos desarrollado de crear muchos archivos en los propios periódicos, hemos sido batidos por Google de una manera brutal y es más sencillo ir a Google, que ir al buscador de la hemeroteca de ABC, El País o la que sea.

Perdón porque me haces una pregunta y te devuelvo más preguntas, es un esfuerzo que no se está haciendo correctamente. Por ejemplo veo muchos que están en la línea como antigua, mucho esfuerzo, incluso el del depósito legal digital que están promoviendo desde la Biblioteca Nacional, tengo mis dudas, porque ese tipo de objeto que se quiere depositar, o que se quiere que se deposite, es un objeto que no deja de ser una foto fija de alguna manera de alguna cosa que es imposible de fijar. Es como si usted del agua que produce pásame un cántaro, tenga un cántaro, pero realmente el cántaro de algo sirve, como cuando tenemos los contenidos pero nos falta el continente y el continente es importante, porque sino yo me encontraría, de nuevo en lo digital, sorprendentemente me encuentro con la redacción de Barcelona del volcán y con el dibujo del infierno, porque en el momento no hicimos bien el empaquetamiento y la marca.

Seguimos con aquel problema que se ha multiplicado. Las referencias relativas son otras, pero yo lo que veo es poco estudio, poca gente intentando hacer una aproximación, incluso teórico práctica, de como esto se debe resolver. Por



ejemplo, el tema de la documentación relativa, a penas me encuentro gente que la estudie, y es muy importante. Yo cuando escribo sobre la cotización de una empresa, en la parte hipertextual estoy poniendo referencias relativas, porque me estoy refiriendo a una cotización a lo largo de un día, porque cuando pasa el tiempo eso debería variar. A la hora de archivarlo eso debería fijarlo y cambiarlo para pasar de ser relativa a fija.

Esto mismo que yo comento de mis problemas prácticos, además de no resolverlos en la práctica, ni siquiera en la teoría veo a mucha gente aproximándose o trabajando en estos campos para intentar encontrar soluciones. Pero lamentablemente vamos a pasar cuando nos fijemos en estos tiempos bastante oscuros, donde no nos encontraremos muchísimas cosas.

### **Javier Díaz-Noci**

Hace la pregunta David Caminada, es profesor de la casa y periodista en ejercicio también.

### **David Caminada**, profesor de Periodismo. Universitat Pompeu Fabra

Cuando se habla de consumo de medios, el análisis es básicamente de la conducta del consumidor o del lector, y si consume prensa escrita, lo lee en tablets o en el canal que use. Mi pregunta es sobre el consumo desde el punto de vista del valor que para el lector puede tener la información. Es un concepto un poco abstracto, pero hasta que punto la información aporta un valor al lector. Y en relación a la documentación, hay ciertos medios que se plantean las hemerotecas gratis y puramente como una manera de incrementar el tráfico en la página web. Mi pregunta es ¿hasta qué punto la información histórica, o no actual, puede aportar un valor al lector, para que se fije un precio por su uso o su descarga de internet? Gracias.

### **Mario Tascón**

Gracias. Vamos a ver... La información de las hemerotecas, o las informaciones de archivo, son percibidas por los lectores en general como de

alto valor. Te lo puedo asegurar porque lo vi en su momento, en las épocas que trabajé en EL País. De hecho, si recordáis hubo unos años que estuvo con un sistema de pago para acceder, del 2003 al 2006.

En las distintas encuestas que se hacían, los que más valor le daba de la suscripción la gente, tanto la que se suscribía como la que no, lo que más valoraba era la hemeroteca. Es verdad que en aquel momento era una de las pocas hemerotecas disponibles que había. No estaba abierta la de La Vanguardia, ni disponible la del ABC. Por tanto, había un elemento de ser únicos en tener una hemeroteca muy completa. Le daban mucho valor, entre las cosas que decían, más que a la información de última hora, que también era muy valorada. Era muy valorado el archivo, el acceso a la hemeroteca. Eso salía en las encuestas, no solo en El País, sino en otros medios que hemos ido hablando y consultando. Sale como una de las cosas que mas valor se le ha dado. Curiosamente luego era de lo que menos se consultaba. La gente lo tenía como uno de los motivos para pagar, pero para tener la seguridad que lo tenían, porque en realidad luego no lo usaban tanto, era muy puntual. Me imagino que este tipo de producto que no lo necesitas en general, el día que lo necesitas te parece muy valioso.

Para decirte un poco esto, es cierto que ha cambiado. El valor que puede determinar tener determinadas hemerotecas cuando empieza a haber también mas facilidad de acceso a informaciones que antes eran mas únicas. No se si esto ahora mismo seria suficiente incentivo cuando tienes muchas hemerotecas abiertas y muchas hemerotecas, incluso las mas difíciles. Por poner un ejemplo, si yo busco referencias históricas de la prensa de Cataluña o de Madrid, pues de los años 30 hacia atrás, hoy día no son las mejores hemerotecas en accesibilidad, porque están hechas en OCR, pero tengo un acceso increíble, con relación con el que había hace 10 años, increíble. Nos podemos quejar de cómo están, de que podían estar mejor, pero cada vez están mejor. Por lo que tienes ahí una competencia, entre comillas gratuita, de los organismos públicos en determinadas partes importante. Si además sabes un idioma, esto ya lo multiplicas por el acceso a otras hemerotecas mundiales, donde te puedes encontrar más referencias.

Ese valor de lo que es la hemeroteca en general ha disminuido algo. Eso también se tiene que estar notando en las propias hemerotecas tradicionales, a pesar de su digitalización, eso se tiene que notar en sus accesos. Hay material mas disperso en otros sitios para los usuarios. También ha crecido el nombre de usuarios que lo necesitan. No se hasta que punto. Es un valor sin duda que merece estar en un paquete de pago de un determinado medio, efectivamente todos determinaríamos que sí. ¿Hasta que punto estas consultas o estos consumos producen suficiente negocio para mantener estructuras? Si se hace bien también. ¿Hasta que punto se daría otro tipo de negocio? lo desconozco, se me escapa. Hay intentos como sabéis, agrupaciones, empresas que han organizado las hemerotecas de periódicos en España, en Estados Unidos...y que tienen un cierto negocio con eso. Que no es un grandísimo negocio, pero tiene un cierto volumen de negocio.

Por otra parte esta la parte pública que cada vez es mas grande. Es difícil de prever. Por resumirte, parece que es uno de los elementos más importantes para plantear si necesita de un pago. Sin él parece que no existiría una oferta de información sin acceso a hemeroteca o archivo histórico, pero a la vez, como tantas cosas en la información tiene una competencia compleja. Porque hay mucha competencia gratis, o a precios muy baratos o incluidas en otros paquetes que lo incluyen.

### **Javier Díaz-Noci**

¿No se si hay alguna última pregunta? Estamos bien de tiempo. El programa indica que a esta hora tendríamos que hacer un descanso, pero si hay alguna pregunta más que alguien quiera hacer, pues estamos a tiempo. Señor Guillamet de nuevo.

### **Jaume Guillamet**

Veo a los archiveros muy callados. De momento estamos haciendo preguntas los periodistas o académicos, de forma que mientras yo hago esta, a ver si se anima alguno.

Yo quisiera, para ser realistas también, de momento la impresión es muy pesimista, por lo que andamos hablando, pero quisiera hacer notar que este problema ya se planteó con los antiguos nuevos medios, es decir, con la radio y la televisión. La prensa, el papel, en definitiva las colecciones, han permitido a la cultura del siglo XX disponer de un gran fondo histórico, hemerográfico, documental, que nuestro temor es que este fondo irá disminuyendo, en la medida en la que no se produzcan formas de conservación de los medios digitales. Pero también hay que decir que en la radio y la televisión ese problema se planteó. La radio y la televisión durante mucho tiempo no tuvieron formas de conservar, hasta que apareció el soporte magnético y el video, no hubo forma de conservar. Había algunas, muy caras y muy primitivas, pero incluso después, los medios audiovisuales no han mostrado un especial interés o sensibilidad.

La pregunta que quería hacer, sentado este precedente, lo que ahora nos preocupa no es nuevo, ya ha sucedido antes. La pregunta sería, o la constatación sería, parecería de lo que ha dicho el ponente y de lo que sabemos todos, que dentro del mundo digital no hay sensibilidad sobre esa cuestión. Decías, al guardar cada día tres cortes, y les parecía raro y antiguo...

### **Mario Tascón**

Sí bueno, lo quitamos, eso ya no está...

### **Jaume Guillamet**

Por tantos estaríamos entrando, si se me permite la metáfora, en una nueva oralidad. Entendiendo por oralidad, aquella expresión que aunque sea escrita o impresa, o difundida con soportes no estrictamente verbales, luego no se conserva. En todo caso, realmente uno de los problemas sería también la falta de sensibilidad, o la falta de consciencia o interés de decir, no vale la pena...

## **Mario Tascón**

Has planteado varias cosas, y tienes razón en muchas de las que planteas. Efectivamente, se parece un poco al de los principios, y no tan principios, de la radio y la televisión. Efectivamente, a día de hoy no tenemos más que cosas muy puntuales. El año pasado, en el aniversario de Radio de Barcelona, pues quedan 4 cosas que supongo no se sabe muy bien cómo las guardamos, y 4 ejemplos de Radio Madrid, que este año está siendo su aniversario, pues pasa igual, efectivamente.

Pero por ejemplo, en los medios audiovisuales, hay dos cosas en las que voy a hacer notar un cambio que sí que hay. Hay una parte de la documentación, que a lo mejor no es la parte tradicional, que sí que los medios digitales han traído y que sí han mejorado. Por ejemplo, las propias radios o televisiones, gracias a internet están obligadas, cuando tienen versiones web, a pseudodocumentar, lo llamaremos así, sus materiales. Porque sino son inencontrables, como lo era una documentación tradicional, pero también lo serían en internet.

Como ahí está relacionado con el negocio, están procurándose una documentación básica, de tal manera que ahora un fragmento o un programa de la radio, o un fragmento o programa de la televisión, como poco tiene una descripción textual, un titular, aunque sea muy básico..."programa Hoy por hoy, del 23 de septiembre, del 2014. Pepa bueno entrevistó..." Hay alguien, que son los de la web generalmente, que han puesto un mínimo para que funcione internet.

Esa convergencia de la que yo hablaba antes, televisiones, prensa y demás en ese medio, les obliga a hacer una serie de prácticas. No de una manera profesional como es entendida la documentación. No hay nadie que haga una ficha documental perfecta, pero sí que en la práctica se cubren una serie de campos que no estarían ahí, algunos incluso automáticos. Las propias máquinas saben qué programa es, a qué día pertenece, en qué horario fue emitido, y toda esa documentación se incrusta de manera automática.

Adicionalmente, quizá se pasó muy por encima en la parte de la difusión, con motivo de una difusión superior, porque eso interesa al negocio, porque sin difusión no hay publicidad, sin publicidad no hay ingresos, como preguntaba

bien David, los medios están cuestionados y parece que necesitamos difusión. Por tanto en esa difusión hay algunos elementos documentales, como son los que tienen que ver con las etiquetas, que en algunos sitios sí que se están desarrollando utilizando convenciones de etiquetas como el news xml, que de manera obligatoria se colocan en las noticias, porque sino no funcionaria y Google no nos encontraría.

Queremos que Google cuando alguien busque elecciones Barcelona 2015, incluso Ada Colau, pues que salga nuestro medio. Por tanto, eso que antes los periodistas no lo hacíamos, quedaba para luego nuestros compañeros de documentación, se hace ya desde la emisión. Esto es nuevo, no es perfecto, pero es nuevo. Ayer las noticias que se estaban produciendo en La Vanguardia, en El Mundo, en los periódicos principales, por ejemplo de las elecciones de aquí, seguro que tenían varias etiquetas documentales. Podemos discutir si son las mejores, si están todas, pero hay unas mínimas que hace años no estaban. En eso era peor pero ejemplo. Lo digo por romper una lanza a favor de cosas en las que sí se está avanzado.

Hay un problema de cómo documentas volúmenes tan grandes a tanta velocidad y tan variados. Al final, si os fijáis, esas 3 preguntas nos llevaría a otro tema muy de moda, el big data, porque acabo de citar las 3 V del big data, que no se porque es uve, porque big va con be, a veces me ralla el tema. Eso está relacionado con que yo tengo que documentar un volumen gigantesco a una velocidad muy grande y con una variabilidad alta.

Pero ya hay algunas cosas que hacemos con esas mismas herramientas que están ayudando en temas de big data, pueden ayudarnos. Por ejemplo, los analizadores semánticos cada vez son mejores. ¿Nos deja una situación perfecta el análisis de las noticias? Perfecta no, pero en un 95% de las ocasiones, en textos estructurados y relativamente bien hechos, como deberían ser, que eso ya es otra discusión de otro seminario. Si escribiéramos meridianamente bien, debería estar la cosa medianamente bien para que las máquinas comprendieran bien los conceptos que estamos desarrollando.

Por tanto, hubiera una etiquetación que al menos en un 90, 95% fuera bastante acertada, que es un porcentaje alto, del cual solo debería haber una supervisión manual, y por tanto, mejoraríamos eso. Si aplicáramos estas

tecnologías también podríamos tener elementos de acceso a la información que no hemos desarrollado suficientemente porque no teníamos herramientas. Por ejemplo, la utilización de herramientas visuales para acceder a la información esta empezando a hacerse. Los gráficos antes eran solo complementos informativos. Los gráficos son una grandísima herramienta para analizar volúmenes grandes de información de cómo lo hacíamos tradicionalmente, en eso se ha avanzado mucho. Pero todavía todo es nuevo, no tenemos muchos sitios donde mirar, pero hay herramientas maravillosas que nos permiten análisis de información que no hubiésemos soñado hace 10 ó 15 años, porque no los teníamos.

Insisto en una cosa, a lo mejor nos tenemos que plantear el acceso de una manera diferente. Parte del error o planteamiento no del todo correcto, que yo decía, es pensar como antes. Que los medios son como antes, los periódicos son como antes, las radios son como antes y la web es una especie de periódico multimedia, que sí, pero quizás debemos pensar en como resolver este problema de otra forma. Incluso cosas que hemos hecho que nos funcionaban en bibliotecas y archivos, en este nuevo mundo digital no van a funcionar. Entonces no pelearnos por conseguir algo que igual estamos intentando al pasar lo analógico a lo digital, sino como desarrollamos lo digital.

Mucha gente cuando piensa que no hay futuro para los medios. No, el problema es que miramos el futuro con gafas del pasado. Estamos intentando encontrar en algún lado del mundo un New York Times digital, que lo miramos, lo copiamos y ya sabremos lo que hay. El problema es que no hay un New York Times digital, estamos buscando referencias antiguas en un mundo nuevo. Probablemente lo nuevo no sea un New York Times digital, a parte, como estamos todavía buscando, no sabemos bien lo que buscamos. Ahí haría ese llamamiento a ver en los campos más, no nuevos por ser nuevos, sino por ser diferentes, por ser herramientas disponibles, si parte de la solución no la tenemos ya, pero no la estamos usando y posiblemente también sea así.

**Javier Díaz-Noci**

Hay alguna pregunta por allí

**Caribel Pérez**, Departamento de Informática. Biblioteca de Catalunya

Muchísimas gracias, porque las dudas las tenemos todos y plantearlas es bueno, porque a veces tenemos dudas diferentes y al final algunas respuestas irán saliendo. Yo más que preguntas quiero lanzar una idea positiva, cosas que hacemos en la Biblioteca de Catalunya por ejemplo.

A parte de la preservación digital, el repositorio de conservación digital, lo que hacemos es guardar documentos digitales. Lo que has cementado antes sobre el depósito de documentos digitales, provenientes del depósito legal, si valía realmente la pena hacerlo o no. Quizás desde la perspectiva de internet no tiene mucho sentido porque son objetos únicos que han perdido la relación con todo lo que le rodea, pero sí como publicaciones que se publican para lectores, quizá sí que tenga sentido conservarlo. De hecho, yo creo que tiene sentido conservarlo todo, porque nunca sabes que necesidades vas a tener posteriormente de ese objeto.

A parte de eso, la Biblioteca de Catalunya también tiene otro proyecto que supongo que conocéis que es el archivo web, el Padicat, que muy simplificado en el fondo es lo que tu planteaste años atrás y que no aceptaron como algo interesante, que es hacer fotos de la web cada cierto tiempo. Tecnológicamente, hoy por hoy, quizás no se que sea posible hacerlo con esa velocidad que internet necesita, porque es imposible tomar una foto cada segundo de web sobre las elecciones de ayer. Pero por ejemplo, lo que nosotros sí que hacemos es un intento de obtener algunas imágenes que en algún futuro pueden servir para hacer investigación, para ver como era la situación en ese momento.

Yo creo además, que hoy en día el reto es que es muchísimo volumen de información muy cambiante y seguramente lo que tenemos miedo, es decir, nos abruma un poco la tarea a todos y en ese sentido yo creo que lo hace todavía mas duro. Quizás lo mejor en el fondo es plantearse retos pequeños, saber también de quién es la responsabilidad, eso no lo tengo muy claro, es algo que si quería comentarte, ¿de quién piensas que es la responsabilidad de preservar las cosas que se publican? ¿Es de las organizaciones del Estado, de cada uno de los medios? ¿Es importante preservar mi blog de poesía?, o eso



es en el fondo la charla de café que tenía hace un siglo, y por tanto, eso no se preservaba? ¿Qué piensas al respecto?

### **Mario Tascón**

Vamos a ver... Yo creo que habría por ser prácticos, hay cierta obligación, en la preservación, del editor. Porque incluso en este mundo tan complejo, en ese archivo, incluso por algunos temas legales, el editor tiene alguna responsabilidad, para mi, en esa publicación y en ese archivo. De hecho, en algunos temas que han surgido recientemente como el derecho al olvido, etcétera, etcétera, a mi me parece que, incluso en eso, está herrada la doctrina de la Unión Europea.

No creo que sea una responsabilidad del buscador, sino que sería mucho más interesante que se pusiera la responsabilidad en el editor en el tema del derecho al olvido. De hecho, los periódicos que, en esta problemática que están teniendo los medios de no saber quiénes son y de su credibilidad, en este tema del derecho al olvido, los periodistas se dieron cuenta de la problemática que conllevaba cuando *The Guardian* empezó a denunciar que habían desaparecido de las búsquedas informaciones contrastadas contra determinados políticos corruptos. Nos damos cuenta porque era un problema que tenía Google, ¡pues que se joroben estos de Google que bastante nos están chupando la sangre! y de repente los periodistas se dieron cuenta que les afectaba a ellos.

Esto que no es un tema nuevo, sí que tiene que ver con los editores, mucho que ver. Desde la perspectiva legal, pero que empalma con otras problemáticas. Luego, ¿qué sucede? Que las empresas cambian o cierran y nos podemos encontrar con un periódico, que lamentablemente no parece que tenga un camino de rosas por delante, y nos podemos encontrar con que cierra.

¿Y qué pasa con ese archivo? También parece que deba haber cierta obligación de conservación colectiva, de guardar la memoria y de que esa memoria cumpla una serie de requisitos, que es ahí donde yo tengo mis dudas o diferencias. Qué requisitos son los mínimos que habría que pactar entre

todos, y que posiblemente no haga falta pactar, porque nos lo va a dar la tecnología, la lista de cosas para que se conserven medianamente bien. Pero eso ya es un tema más de matices.

Esa obligación estaría, en una parte, en los editores, porque lo que tú dices del depósito legal o de esa foto, lo vemos en la pantalla. Ahí tenéis una pantallita de un sitio que se llama Internet Archive, que hace a su manera esto. El problema es que ni siquiera esto, que es lo que yo pude encontrar de El Mundo del año 96, algo vale claro, podemos verlo, podemos ver que había un anuncio del Central Hispano, que ya no existe el banco, pero yo cuando ayer intenté entrar, la mayor parte de estos servicios ya no los tiene guardados, porque son servicios, vuelvo a la idea de lo relativo, son servicios que no solo son archivos textuales o fotográficos, sino que eran servicios que sin una programación que en la propia web se ha vuelto obsoleta, la web de El Mundo ya no responde al software con el que se desarrollaron parte de las cosas que ves aquí. Algunas de ellas, como estas que veis aquí, tan básicas i naif como por ejemplo la edición del Quijote en HTML. Picábamos el Quijote y nos parecía que era nuestra aportación a la cultura hispana...No se puede encontrar, vuelvo a lo que decía, el software varia tanto que varios de aquellos servicios ya no se encuentran por el software, no por el contenido ni por el continente, sino por el propio software que los hacia funcionar.

La casa de Bill Gates, me he encontrado con dos fotos de la casa de Bill Gates. Fue un trabajo estupendo, maravilloso, que hizo un dibujante sobre lo que se sabia de cómo era la casa de Gates. Todo ese material es un poco como lo que tu decías, esta muerto en el ciberespacio, por ahí andará, pero no se sabe donde. Es mejor que nada, pero de nuevo parece que nos encontraríamos con muchos problemas.

Ayer mismo repasando esto, lo pensé, y luego ¿qué hago yo con esto ahora? Bueno en este caso como es internet, el volumen plantea otro problema que es el que plantea Internet Archive. Por ejemplo, en el año 94 El Mundo no está, ni lo tendrían localizado. Yo porque me se la historia de El Mundo y para encontrar el mundo no tengo que buscar elmundo.es, sino tengo que buscar el-mundo.es, porque nos obligó Recibis. Otra cosa muy buena de los gobiernos, en España no se podían tener dominios genéricos, y como nos llamábamos El

Mundo, eso era un genérico. He de recordar que el mundo no era amigo del gobierno socialista en aquella época y nos pusieron como la marca del diablo nuestro guión. Y no os podéis imaginar cuando le tenía que explicar en inglés a alguien que se conectara, la problemática que tenía aquel puñetero guión. Bueno, bromas a parte, no los encuentra, el mundo.es aparece desde el año 2000. Existe un el-mundo.es pero ya empezas a las dificultades...Luego además no están todos los días, alguno del 96, a medida que se debieron dar cuenta que era un medio más importante, hay mas frecuencia.

Estoy contigo, no quiero cerrar con un mensaje negativo, porque hay muchas cosas positivas y muchos campos en los que se puede avanzar y la tecnología nos puede ayudar. La capacidad de almacenamiento hoy día es gigante, el coste del almacenamiento ha disminuido de una manera brutal. Es verdad que cada vez generamos más información, o la información que generamos tendemos a hacerlo en una definición más alta y salvo la textual que sigue en los mismos volúmenes, al introducir video y audio, hemos disparado el volumen de almacenamiento. También es verdad que se ha abaratado. La propia existencia de sistemas en nube es otro avance con relación a los sistemas locales o a las ubicaciones físicas en determinados puntos. Todo eso hay que verlo como positivo.

El tema del depósito legal que tú citas, creo que es un tema de desarrollos. Me da la sensación que es como el DNI electrónico, que son cosas que algunas veces hace solo un sector, sin tener en cuenta a los demás, que es lo que ha pasado con el DNI electrónico. Lo hicieron ingenieros dirigidos por políticos, que es una relación muy preocupante, no por los ingenieros con todos los respetos, pero bueno, ingenieros dirigidos por políticos y ahí tenemos el DNI electrónico que tenemos, que no se si lo habréis usado mucho, pero sirve para bien poco, si lo habéis conseguido activar, que es casi imposible. Cada vez que lo decías, en los años que lo planteaban como el gran avance español, donde la marca España se iba a deber sobretodo al DNI español. Pues mira como estamos...bueno, bromas a parte.

Creo que pasó igual con el depósito legal. Me parece que tiene que haber más trabajo de toda la gente que sabe de esto, incluyendo tecnología, vosotros, los periodistas, porque necesitamos unas aproximaciones más nuevas y mejores a

esta problemática. Es donde veo que hay más distancia, porque veo que hay trabajos sueltos, como antiguos, intentos de poner en marcha cosas que han funcionado en el pasado, pero es que esto no va a funcionar, porque no está planteado de una manera nueva o moderna. Yo sí que ahí es el llamamiento que hago a todos los sectores implicados, incluyendo la prensa, a que esto se considere de otra forma y se invierta más en esto que es muy importante. Y no solo por sacar a posteriori, sino porque es importante en sí mismo, sino, no funciona bien.

Vuelvo a insistir en esa idea, cuanto mejor documentos, a lo mejor de otra manera, mejor funciona un medio en digital. Cuanto mejor entendamos bien como hacer esa separación entre forma y contenido, que hoy día estamos obligados por los móviles, porque sino hoy haríamos pantallas grandes y formas grandes para sitios chiquititos y eso tenemos que trabajarlo mejor, pues mejor funcionará todo el sistema digital.

Esto nos lleva a pensar en los objetos informativos o culturales de una manera diferente. Como nos estamos inventando, todavía no tenemos claridad porque esto nos corresponde a nosotros inventarlo, no copiarlo. Nos lo copiarán nuestros hijos, o lo desarrollarán, pero estamos en el punto en el que tenemos que inventarlo y esos son los puntos mas difíciles.

### **Javier Díaz-Noci**

Bien, yo tenía algunas preguntas que dejaré para el ámbito privado. ¿Es posible técnicamente guardar el contenido por un lado y el continente? y además, todo el programario, el software que va asociado, sistemas operativos que puedan funcionar, o no, con emuladores, navegadores, CMS, gestores de contenidos, softwares de contenidos sujetos a leyes de propiedad industrial, en caso de las leyes continentales y de la propiedad intelectual en el caso Europa...

Una reflexión, incluso en el caso de la prensa muy antigua, que yo trabajo, es muy fácil encontrar, por acabar con el ejemplo propuesto por Mario Tascón al principio, es muy fácil encontrar la referencia sobre aquellas dos redacciones, la de Madrid y de Barcelona de aquel prodigioso volcán. Están en varias

bibliotecas, pero es muy difícil encontrar el pdf. Es fácil encontrar el texto porque lo ha transcrito Mario Tascón, algunas imágenes, porque a partir de las que montó Mario Tascón se han reproducido, y lo que no tenemos es contenido dinámico marcado. Ni siquiera de aquella prensa antigua que se conserva. Así que lo dejo para reflexión, porque es hora de hacer una parada y tomar café. Muchísimas gracias Mario Tascón por estar con nosotros. Gracias. [aplausos]

En principio continuamos a las once, pero creo que será un poco después.

## **TAULA RODONA**

**Sílvia Llombart**, consultora en Comunicació Digital, professora Universitat Pompeu Fabra.

Bon dia a tothom, seguim amb les jornades amb aquesta taula rodona sobre preservació de mitjans digitals. Jo soc la Sílvia Llombart, professora d'aquí la Pompeu Fabra i durant un munt d'anys també he esta treballant en mitjans digitals

Us presento als participants que tenim aquí. En Ferran Clavell, responsable d'Innovació i Audiències, Mitjans Digitals a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En Tomàs Delclós, de *El País*. En Gerard Artés, responsable i gestor de continguts de totsancugat.cat i Antonio Viedma, director general de MyNews.

Bé, venim la ponència que ens ha fet en Mario Tascón i prenem el relleu, però sense canviar el to. Normalment a les taules rodones tothom explica les bondats del que fa, aquí us explicarem una mica les misèries del que fem. Perquè parlant aquests dies a traves de correu electrònic, tots plegats, es posava sobre la taula la realitat de que tenim un problema seriós els mitjans digitals amb el tema de la preservació.

De fet jo estic asseguda aquí perquè quan es va plantejar aquest tema a l'Aula del Diari de Barcelona, segur que al Javier i els altres responsables els hi vaig venir jo al cap... diu sí, sí...

Jo vaig ser durant 6 anys la directora de lamalla.net, que suposo que coneixeu. després vaig marxar a treballar amb el Mario Tascón, després La Vanguardia, amb en Ferran també hem fet moltes coses...I de sobte, ara fa 3 ó 4 anys La Malla van decidir tancar-la, i pel vincle de molts anys d'haver-hi treballat, ser conscients de que havíem fet molta feina, vincle emocional també, vaig preocupar-me del que passaria amb els continguts de La Malla. I no es que no fos un tema important pels qui portaven La Malla en aquells moments, sinó que no era un tema. Hi havia temes laborals, econòmics, legals... i el tema de continguts i la seva preservació no estava sobre la taula. Vaig barallar-m'hi, vam estar mirant aspectes legals del que jo podia fer, no tenia cap vincle professional amb el mitja. Amb altres redactors que hi érem vam estar baixant-nos coses d'una manera absolutament cutre, als nostres ordinadors, i després, per llei de Murphy, el meu ordinador portàtil va petar i jo no havia fet còpia de res. Es a dir, es trist dir que no queda res de La Malla perquè un ordinador portàtil va petar, no hi havia res més guardat de La Malla, ha desaparegut tot. 15 anys d'història. I direu, es que son mitjans petits... aquests dies he estat mirant altres coses que hem fet a la Corporació i no he aconseguit trobar res d'especials brutals que vam arribar a fer.

Es a dir, els mitjans digitals tenim un problema important de memòria històrica, quan al final es memòria de qui som, perquè estem explicant qui som i la nostra realitat. No es tracta tant de mitjans petits o de grans, sinó que es tracta de que vivim en un autèntic carpe diem, pensem en l'avui o en l'ara i no pensem en el demà. I quan hi ha canvis de gestors de continguts, canvis de dissenys, en el moment quan ho fem, tots som conscients que hi ha una part que es perdrà, sigui de continent o de contingut, ho assumim i tirem endavant. Al menys, aquesta es la experiència que he viscut en la majoria de mitjans que he estat, Vanguardia, País, Malla, Corpo...és una realitat.

M'agradaria donar pas als ponents perquè us expliquessin el seu punt de vista i després demanar-vos a vosaltres el vostre punt de vista, perquè hi teniu molt a dir en tot això, en tot cas comença en Ferran Clavell.

**Ferran Clavell**, responsable d'Innovació i Audiències, Mitjans Digitals, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Bon dia i gràcies per la invitació. Intentaré explicar-vos l'experiència des de TV3, des de la part digital de la Corporació de Mitjans Audiovisuals, com hem viscut aquest tema. Com deia la Sílvia, no ens considerem exemple de res perquè estic segur que no hem fet gens bé les coses, i jo en part en soc responsable perquè porto vinculat a aquest tema els últims 15 anys.

La història, que ara la anirem veient una miqueta, ha estat sempre una patada endavant. Anar fent coses noves i no preocupar-nos massa per conservar allò que teníem abans. La intenció era sempre millorar, amb una cosa més completa, però en canvi no ens hem preocupat de conservar certes coses que després, quant t'ho mires en perspectiva, sap greu haver perdut un patrimoni.

Justament aquest proper diumenge es compliran 20 anys de la presència de TV3 a internet. És una casualitat que coincidís aquesta efemèride amb la sessió d'avui. Just per aquest motiu, quan fem 20 anys de presència a internet, hem començat a buscar imatges d'arxiu que ens poguessin ensenyar com era la web en aquell moment. Quan va néixer, i l'únic que hem pogut localitzar és un vídeo del Tele Notícies on surten unes quantes imatges. Veieu aquest noi consultant un ordinador, aquí algunes captures extretes d'aquest vídeo. Això és tot el que ens queda de la web original de TV3 de l'any 95. Tal com era, així de senzilla o de cutre si voleu, però era com era internet en aquells moments.

Penseu que som una cadena de televisió i oferir vídeo en aquell entorn era impossible, i els usuaris no ho haguessin aconseguit veure mai de la vida. Era una web senzilla, ni tan sols oberta a tots els usuaris tal i com estava feta en aquells moments. I vam anar evolucionant, després sí que hem trobat restes més ben conservades d'altres versions.

Abans en Mario Tascón ha parlat del concepte del contingut i el contenidor. Ens preocupen les dues coses, la conservació del contingut que hem anat publicant, com els contenidors que allotjaven aquells continguts. La web en sí mateixa era un contenidor on hi passava molt contingut cada dia. Centro més la meva presentació en com podem conservar aquest contenidor, totes aquestes webs i versions de les webs que hem anat fent.

Aquesta es la versió de 1996, que sí la podem veure. Més o menys és navegable gràcies al servei que ha comentat el Mario de Internet Archive, que

permet buscar dates del passat i veure una web com era, i poder navegar en certes pàgines d'aquella web. Realment funciona bastant bé, per l'època. El Mario comentava que no havia localitzat coses abans del 96, crec que Internet Archive va començar justament l'any 96, per tant, no existeix res anterior. La primera versió que podem trobar de TV3 és aquesta. Coincideix com podeu veure amb el logotip nadalenc, perquè per l'època de nadal és la primera captura que hi ha disponible.

Hem anat evolucionant, sempre fem el salt endavant, una nova versió. Més o menys si el contingut estava en base de dades, era recuperable posteriorment. Però en aquestes èpoques ni teníem cercador, i tot era bastant més senzill que ara.

Aquesta és l'època del 2001 amb una altra versió. La versió del 2004... Com veieu són moltes versions que l'únic que tenim és el que es pot veure ara mateix, excepte alguna captura de pantalla o maqueta que conservem nosaltres. És el que es conserva al Internet Archive, que se li hauria de fer un monument, perquè realment ens ha fet la feina. Va néixer com una fundació d'algué que es va preocupar per aquest tema, i molt aviat, en els inicis d'internet. És d'agrair, perquè nosaltres no estaven pendents d'això en aquell moment, ni molt menys. Estàvem pendents de ser innovadors, de fer moltes coses i no de cuidar el patrimoni.

Aquesta és la versió que vam estrenar al 2007 o al 2008, no estic segur de la data, i de fet és la mateixa versió que ens ha arribat fins al 2014. Com heu vist en les versions anteriors, amb un patró de dos anys anàvem renovant el web de TV3. En canvi aquest cop, del 2008 al 2014 han passat molts anys sense que poguéssim fer-hi un canvi de veritat. Això ha sigut un problema per nosaltres, perquè tecnològicament les coses evolucionen molt ràpidament i nosaltres hem anat molt lentament en fer aquest canvis, per temes pressupostaris i molts motius.

Això ha implicat que aquesta web de TV3 s'ha anat fent un globus molt gros durant aquest 6 anys que ha estat amb el mateix format. Per tant hem generat molta cosa amb aquest format, que després quan hem volgut fer un canvi teníem un problema. No només la web de TV3, des de la Corporació hem creat un petit monstre que és la web de TV3, més la de Catalunya Radio, un portal



de notícies, un portal d'esports, un portal infantil, cada canal de televisió i cada radio té la seva pròpia web.

Això era un volum de moltes webs que s'han anat creant i evolucionant cadascun amb unes tecnologies diferents, per tant, ens dona lloc a un complex molt gran de continguts i de formats que després arriba el 2014 i decidim fer un pas, que és aglutinar tots aquests continguts i webs que tenim en diferents dominis, juntar-los tots en un de sol. És un projecte de molta envergadura, ens ha portat un any i mig portar-lo endavant i el vam estrenar el passat novembre.

És el nou web de la Corporació, que aglutina tots els continguts que hem vist abans. Ens falta alguna part, com els continguts infantils. De fet hem mogut tot el contingut cap allà. De fet han desaparegut les webs antigues per fer-ne una de nova, però no hem pogut conservar tot el contingut ni molt menys, perquè era inabastable. No és que no es pogués fer, segurament es pot fer, però ens hagués portat més de 5 anys per adaptar-ho tot als nous formats, noves tecnologies i sistemes de publicació que tenim en aquest portal.

A més a més, hem volgut fer un site responsive, amb disseny adaptatiu que s'adapti a totes les pantalles, ja que la majoria de gent, ja avui en dia, ens està consumint a través de dispositius mòbils, per tant, és una obligació fer aquest redisseny.

El que us deia de preservar els continguts estrictament, és la part més senzilla perquè estan en una base de dades i els canviem la plantilla de publicació. Aquest contingut el tenim emmagatzemat amb la seva relació amb altres continguts i podem fer el canvi. Es publica d'una altra manera, amb una altra adreça, però el mateix contingut es preserva. Aquí en general no hem tingut grans problemes, amb continguts d'aquest estil, notícies, text, etc. És la part senzilla de fer.

Aquí veieu els quatre exemples de les webs que teníem fins llavors. Però aquí dins hi ha moltes més coses que aquests continguts simples. Teníem totes aquestes webs existents i abans de fer l'estrena del nou portal ens vam plantejar, què fem amb tot això?, com ho podem conservar? és una llàstima. Aquest cop com a mínim sí que ens ho vam plantejar, què fem? Hi haurà un dia

que apretarem un botó i aquestes webs desapareixeran del mapa i ja no seran accessibles.

Vam començar a buscar maneres de conservar aquest patrimoni, un de fet ja hi era, Internet Archive. Ha anat fent la seva feina i ha fet captures de la web que teníem en aquell moment, 2014. Però vam buscar una manera una mica més complerta de fer-ho. Hem estat provant diferent sistemes. Un dels que vam utilitzar es aquest software que veieu aquí, que de fet és un petit programet que et permet concretar quin domini vols baixar-te, i li dius quina profunditat d'enllaços i una sèrie de característiques tècniques. De quin tipus de contingut vols baixar realment, les imatges, els flaixos, tots els arxius relacionats en aquella web... I a partir d'aquí comença a fer una captura que pot trigar hores o dies depèn de la profunditat que li indiquis. Això genera uns fitxers enormes. Ho vam fer, no se si servirà de res, perquè després tot això ho tindrem guardat en uns discs durs que no se si algun dia es mirarà algú, però que quan algú se'ls vulgui mirar ja no sabrem com obri-los o utilitzar-los. Però bé, en tot cas es una copia offline del que teníem en aquell moment en internet. És una foto, però una foto interactiva, no és una captura d'imatge només, és una captura on realment hi pots navegar, i funciona.

A part vam fer també captures d'imatge de tots els webs, i ens hem trobat que teníem coses on no era possible fer aquesta descàrrega online. Per exemple, el reproductor de TV3 a la carta generava una aplicació realment complicada i aquí només podem tenir alguns vídeos, algunes captures de pantalla que ens serveixen per recordar com era. De moment no hi ha manera de poder fer res més amb això, a no ser que hi hagués una inversió més costosa per poder reproduir això en el món offline, és a dir, fer ho sense que estiguéssim connectats a internet per poder reproduir el mateix servei.

Després hi ha tot d'especials, com comentava la Silvia, que havia col·laborat en algun cas d'aquests, que realment aquí hi havia un esforç extra de desenvolupament de fer una acció especial, i això majoritàriament s'ha perdut, perquè no podríem fer l'esforç de buscar durant tots aquests 8 anys d'història de l'últim web, de traslladar-ho tot això en el nou. Hauria suposat una inversió d'anys simplement per fer aquest esforç que no hagués estat justificat. Veiem altres aplicacions, com aquest tuitómetro. Han sigut accions interactives

interessants que hem fet, formen part de la nostra història, però no ens queda res més que unes captures. No hi ha hagut manera de fer res més enllà.

Després inclús ens vam plantejar que això d'Internet Archive es fantàstic i estem molt agraïts, però algun dia li pot passar alguna cosa i algú pot decidir que no te sentit i es deixa de fer. Desapareix d'estar a internet i nosaltres fins ara estem aprofitant-nos de que existeix, però realment podria desaparèixer qualsevol dia, hauríem de fer còpies del que hi ha allà. Vam buscar i de fet hi ha empreses que es dediquen a això com a aquesta Wayback Downloader, que permet fer una còpia, una descàrrega del que tenen guardat a Internet Archive, treien-li la barra de navegació, els logos d'Wayback Machine i tot això , i et dona una web pura. Ho hem provat, més o menys funciona i tens una còpia en local d'aquestes webs. Hem fet una planificació intentant veure les diferents versions que hi havia del web i les que eren interessants de conservar.

Però després, en el fons nosaltres som un grup audiovisual i la nostra matèria prima es el vídeo. En aquest sentit la preocupació ve de molt enrere. L'any 2004, o al 2003 segurament ja ens ho devíem plantejar, vam veure que a internet ja es podia començar a veure vídeo en condicions i nosaltres teníem un arxiu en uns soterranis molt ben organitzadet, però ho teníem en unes cintes que ningú es mirava mai. Tot el contingut dels 20 anys d'història en aquell moment de TV3 que estava allà ben guardadet, però que no estava accessible. A no ser que un dia decidíssim remetre un programa, allò acaba a l'oblit.

Per aquell motiu vam crear el servei TV3 a la carta, per posar aquest contingut a disposició dels usuaris, entre altres motius perquè s'havia finançat amb els impostos dels ciutadans i per tant ens tocava fer aquest esforç. No va néixer volent cobrir la necessitat de ser un arxiu de TV3, no era la finalitat, però si que en part ho ha acabat sent, perquè des de que va començar el TV3 a la carta, l'any 2004, fins avui, pràcticament no s'ha retirat cap contingut, tots el Tele Notícies, tots els programes que s'han anat emetent durant tots aquests anys, al TV3 a la carta hi son disponibles.

Després no es ben be així , perquè en canvis de format que hi ha hagut, s'ha digitalitzat d'alguna manera que ja no es compatible amb segons quins dispositius, per això no podem dir que tot el contingut està disponible, però bé,

estem parlant de centenars de milers de vídeos que estan disponibles a TV3 a la carta. Crec que som l'única televisió al món tan generosa en aquest sentit, perquè generalment els continguts estan disponibles una setmana, un mes i després deixen de ser-hi en els webs d'altres televisions. Nosaltres tenim tot el contingut i podem veure series antigues del primer capítol fins a l'últim, buscar un Tele Notícies d'una data concreta i localitzar-lo.

És a dir, que aquesta part, tot i les dificultats del canvi de format, en el fons la tenim més o menys ben resolta, perquè la base de dades continua sent la mateixa i el contingut està preservat en aquest sentit, està digitalitzar per l'equip de documentació i si volguessin bolcar-lo a internet seria possible, seria una feina immensa, però seria possible publicar-lo a a la xarxa

Bé això es tot per donar-vos aquesta idea que hem intentat enfocar-ho d'alguna manera. Com a mínim ens hem plantejat el problema, no l'hem pogut resoldre com ens hagués agradat, però també m'agradaria tenir coneixement i respostes per fer-ho millor del que ho hem fet nosaltres.

### **Sílvia Llombart**

Moltes gràcies Ferran, donem la paraula al Tomàs Delclós, de El País.cat, que ens doni la visió des del seu mitjà.

**Tomàs Delclós**, periodista de El País.

Hola, bon dia a tothom. Bé, El País ha fet un esforç per documentar i fer accessible la seva hemeroteca, però a pesar de l'esforç, òbviament l'accés a tots els continguts és impossible, i donar una solució tan perfecta realment és fa casi impensable.

Jo us explicaré una mica quina és l'oferta en aquests moments, que hi ha del servei d'hemeroteca i d'arxiu online. I després comentaré dos aspectes més enllà de la tecnologia, que és el dret a l'oblit, i un aspecte important sobre la conservació de les informacions, que és la conservació de les informacions errònies i la necessitat d'un fe d'errors ben articulat.

En quant al tema de consulta de l'hemeroteca, hi ha per un cantó l'edició impresa. L'edició impresa es accessible per un servei de pagament que tenen altres mitjans, és una entitat que es diu KiosKo y Más, i hi van altres mitjans, un d'ells és El País. Aquí es pot trobar l'edició base de El País, en PDF, des del dia de la seva fundació, l'edició base. Això no és problema els primers anys de El País, perquè només hi havia aquesta edició, però a mesura que es El País es planteja i fa edicions localitzades geogràficament, que impliquen uns canvis de contingut, i crea nous suplementos, la incorporació de tot aquest material s'ha fet més tardanament, i per tant no es pot trobar tots els PDFs de totes les diferents edicions del diari.

Per exemple, en el cas de Catalunya, que comença a fer una edició l'any 82, en el Kiosko y Más, l'edició es troba íntegrament des de l'any 98, o sigui que hi ha un gap que s'anirà cobrint progressivament per consultar l'edició. L'edició Catalunya no és únicament el quadernet que apareix a les pàgines centrals, sinó un aspecte molt important és que també a la redacció de Catalunya, canvien les pàgines teòricament comunes a totes les edicions. És a dir, si una informació de Catalunya, i que surt en el quadern de Catalunya, interessa als lectors de l'edició gallega, això s'ha d'incloure a les pàgines de l'edició espanyola, a la secció Espanya. Això perquè no surti repetit en l'edició de Catalunya, aquesta informació més ampliada apareix en el quadern de Catalunya, suposa un canvi per part l'edició de Barcelona, en l'edició d'Espanya.

La valoració dels partits de futbol, per donar un exemple més o menys tòpic, doncs l'edició a la secció d'esports, que no a l'edició del quadernet de Catalunya, l'edició d'esports de Catalunya obrirà amb el partit del Barça. La crònica és la mateixa, perquè si considerem si ha estat penal o no ha estat penal, ho diem igual aquí que a Madrid, perquè seria fàcil detectar una versió madridista o culé de la crònica, una aproximació, un punt de vista diferent. La crònica en quant al contingut és el mateix, però la valoració en quant a apertura de secció és diferent a Madrid que a Barcelona. Per tant, en l'edició en PDF també es reflecteixen, quan es parla d'edició de Catalunya, també es pot veure, quins continguts han aparegut a Espanya, a esports, a la portada, que també

es canvia. És a dir, que no és únicament la incorporació del quadernet, sinó els canvis que s'han introduït en les diferents edicions.

Insisteixo, aquesta oferta informativa de PDFs, que és la conservació de la versió impresa, no és íntegra, hi ha un gap d'uns anys que pretenem cobrir. Igualment passa amb els suplementos. El diari va incorporant suplementos, que alguns tenen un suport extern. Els que tenen un suport intern, en el propi diari, tipus Ciberpaís, un suplement de tecnologia que va aparèixer fa una colla d'anys, apareixen en la pròpia edició del PDF de l'edició general. Però el suplement del diumenge, el EPS, suplement dominical setmanal en color, com a format revista, és un altre suport i aquest es pot consultar com a suport en el Kisoko y Más, però també hi ha un gap d' anys.

En quant a la consulta del contingut web, per això s'ha de tenir present que, a la pràctica, l'oferta informativa en web d'aquest diari, com de tots els altres, ha anat modificant-se. Al principi era simplement un aparador del que es publicava a l'edició impresa. De fet, la feina fonamental, jo recordo haver estat en aquells anys a l'àrea de responsable de El País Digital, hi vaig estar un any a Madrid, la tasca fonamental era de nits. L'equip més potent de redacció era de nits i es dedicava a bolcar el que deia l'edició impresa a edició digital. En aquests primers anys, penseu que el diari surt l'any 76, però l'edició electrònica és posterior, però en aquesta primera etapa d'aquesta edició web, insisteixo, bàsicament era el bolcat de continguts de l'edició impresa i una mínima redacció actualitzava informacions durant el dia. Però tenia una rellevància diguem-ne menor.

Això a mesura que evoluciona l'oferta d'internet pràcticament es capgira. En aquests moments la prioritat de tota la redacció, no de l'equip digital que gestiona el suport web, sinó de tota la redacció, és quan hi ha una notícia publicar-la a la web. Això ha canviat molt la política també de conservació dels continguts, abans podies més o menys estar tranquil en bolcar l'edició impresa. Ara de fet, és l'edició impresa la que agafa molts continguts i els adapta de l'edició digital, i per tant, el concepte de web ha canviat moltíssim i fins i tot les pràctiques professionals a les redaccions, on hi ha una prioritat en el servei informatiu a la web i en segona instància, després, a partir d'una hora de la tarda, hi ha un equip dedicat a la fabricació de la edició impresa.

Hi ha una preocupació, evidentment, a la redacció de generar continguts, i a vegades la preocupació de conservar aquests continguts no és tan forta ni es té tan present. La urgència de cobrir la informació i de donar-la és una. La urgència de com es consultarà aquesta informació al cap de tres anys és una altra, això ho hem d'admetre.

Hi ha diferents formes d'accedir als continguts web publicats pel diari. Potser n'hi ha masses, perquè són diferents i no totes et garanteixen l'accés a tots els continguts. Per tant es una mica un batibull. Si es punxa l'hemeroteca hi ha un servei que, des del 2012, ens permet veure si tries qualsevol dia aleatòriament, ho farà, la portada web d'aquell dia, al matí, a la tarda o a la nit. És un testimoni de com el diari va jerarquitzar les informacions aquell dia. És una imatge de la portada web d'aquell dia i els continguts que hi ha en aquesta portada també son accessibles, si tu punxes una notícia te'n vas a la notícia. Això és accessible des del 2012. La portada web amb la seva jerarquització completa del 2009 no es pot trobar. Això té un interès òbviament, i és una mancança sobretot per estudis més historiogràfics.

He de dir que en aquests moments, les portades, no de El País, sinó de tot arreu, perden impacte. Hi ha el concepte tradicional, que ve de l'edició impresa, on el diari feia una decisió de jerarquia de les notícies, i es donaven més grans o més petites, a quatre columnes o una, i en triava unes quantes per la portada. I la portada era realment la via d'entrada i el que presentava la valoració del diari. Aquesta valoració que fan els professionals quan surt el mitjà en les portades, i també en les portades web, cada cop rep menys importància. Cada cop et trobes en la secció de les notícies més vistes, notícies o que no s'han magnificat a portada, o que fins i tot, no han aparegut a la portada. Poden estar a la portadeta de la secció, però que a les xarxes socials els ha cridat l'atenció i et trobes que la noticia més vista aquell dia, és una noticia que la pròpia redacció del diari no havia valorat com important i no havia presentat a la seva portada.

Per tant, la importància de les portades és en aquests moments donar una imatge o una informació, sobre com el diari i la seva redacció contempla les prioritats informatives, però no son exactament les mateixes prioritats que té el lector a l'hora de triar una informació. L'accés per la via de les xarxes socials i

la valoració des de les xarxes socials de notícies, i l'èxit de determinades notícies ve donat, no tant per la incrustació en portada, sinó perquè apareixen recomanades en una determinada xarxa social.

Al marge d'aquesta possibilitat, es pot anar a l'hemeroteca digital del diari, que aquí sí que permet la consulta des de l'any 76. Amb una diferència, mentre si te'n vas al 76, és el primer any d'aparició del diari, et dona el llistat de notícies publicades i aquestes són bàsicament les de l'edició impresa, perquè antigament no s'incorporava nova informació directament a la web. El que passa és que es dona primer, en principi en aquella època es bolcava casi tota la edició impresa, per tant hi ha una bona aproximació dels continguts de la edició impresa, però no hi ha jerarquia. S'ordena en funció del moment en que s'incrusta la notícia.

Aquí pots tenir una aproximació, una informació d'aquell dia a l'edició impresa, en aquell moment, el 4 de novembre del 76. Si et vas més endavant, i consultes a l'edició impresa, un any posterior, on la web ja té una dinàmica pròpia, i fins i tot, com en els darrers temps, prioritària respecte a l'edició impresa, et trobaràs que de la mateixa manera que apareixen uns continguts amb l'etiqueta de l'edició impresa, apareixen també els continguts que s'han generat a web i que, sí o no, s'han traslladat posteriorment a l'edició impresa. L'edició impresa no recull tota la informació generada en un determinat dia per la web.

Després hi ha òbviament la recerca pel cercador, aquí s'ha de posar un determinat nom o un determinat concepte, l'acotació d'aquests conceptes jo crec que és millorable, i pots trobar-te la informació que has buscat sobre aquell personatge, i com bé deia el Mario Tascón, hi ha un aspecte important, que són les etiquetes. Per exemple, la consulta catalana del 2014, doncs aquí si vas a l'etiqueta, et trobaràs tota la informació publicada a la web sobre la consulta catalana del 2014.

Hi ha un factor aleatori aquí. Tot i que quan el redactor escriu una notícia, la pròpia màquina et suggereix una sèrie d'etiquetes, el redactor també en pot incorporar d'altres. Aquesta incorporació és a criteri del redactor que en aquell moment està elaborant la notícia. Si està molt enfeinat, potser posarà menys etiquetes, i si no té massa feina, o és imaginatiu en posarà moltes més. Per



tant, l'etiquetat, també és una eina útil per trobar informacions d'aquell contingut concret, que pot ser un personatge o un tema, però tampoc garanteix trobar totes les informacions relatives a la consulta catalana del 2014, perquè va en funció de que la màquina hagi incorporat l'etiqueta, o el redactor en aquell moment se li hagi acudit incorporar sis etiquetes més, o 40.

Des de l'any passat, El País té una edició en català, amb la mateixa mecànica de l'edició en castellà, o l'edició americana, o en portuguès, i també té la fórmula de l'hemeroteca per poder consultar com era la portada digital en tres moments determinats. Òbviament l'extensió temporal és més limitada, perquè és de l'any passat.

Aquesta és una aproximació de les possibilitats de recerca que hi ha en el diari. Ja et dic, són moltes, potser estan desorganitzades, perquè d'un cantó pots trobar les portades, en un altre pots trobar l'edició impresa, en un altre l'edició impresa i la web... Però realment s'ha de reconèixer que tot el contingut històric de la web no està organitzat. S'hi està treballant, però no està totalment organitzat.

Hi ha dos elements, per sortir-se una mica de l'explicació més factual de la navegació en quant als continguts arxivats en la web de El País, tant en català com en castellà, dos aspectes que a mi em semblen molt interessants, que és la informació errònia, sobretot des de que s'està treballant molt en la informació digital, la notícia quan es genera en el digital. En el paper hi havia un aspecte més sacramental, més estàtic, que era la notícia. Apareixia publicada, es detectava un error i en principi segons el llibre d'estil del diari, és una obligació publicar en l'edició impresa un fe d'errors. Òbviament no es pot corregir l'original, s'ha de publicar un fe d'errors advertint d'aquesta fallada.

Això ho estableix el llibre d'estil i s'ha de complir, el compliment és irregular. Jo com a defensor del lector, vaig estar dos anys com a defensor del lector del diari, és una obsessió que tenia, el compliment de reconèixer l'error. Els diaris més bons i més dolents, tots s'equivoquen, es inevitable, i s'equivoquen al petit i a l'engròs. El diari El País ha tingut errors històrics. És notable algun cas que ha fet fins i tot portar a la retirada de l'edició i editar una nova versió perquè era inacceptable la informació que es publicava en portada, com va se recentment, fa uns anys, la imatge errònia, al marge de les consideracions que es van fer

sobre si s'havia o no de publicar aquella informació, del president veneçolà Chávez, suposadament fotografiat en el seu llit a l'hospital, quan no era el president de Veneçuela, i que va obligar al diari a intentar retirar el diari que ja s'estava distribuint. Una operació amb un èxit relatiu, perquè quan ha arribat a Andorra és molt difícil retirar els exemplars d'Andorra, o el subscriptor que ja el tenia a la bústia, per retirar aquell exemplar. Però va obligar a fer una nova edició d'aquell diari, òbviament suprimint aquesta informació, i a les 11 del matí tornar a distribuir el diari sense aquesta informació errònia, que es va detectar per la via de xarxes socials i de lectors que havien advertit de la falsedat de la foto, i evidentment va suposar, a més, una obligació en la que vaig intervenir, de reconèixer i explicar amb pels i senyals l'error.

Tots els diaris s'equivoquen, el problema d'on està la seriositat del mitjà, és en reconèixer l'error i advertir al lector que ens hem equivocat. Pretendre que un diari no s'equivoca és impossible. A mi em va cridar l'atenció per exemple, el New York Times, en un any va publicar 3.500 fe d'errors. Té una secció pràcticament fixa, considera errors també els errors ortogràfics, si es publica Obama amb hac, ho publica com fe d'errors. Aquí, a la cultura periodística, l'error ortogràfic es tolera per dir-ho d'alguna manera, tot i que irrita molt al lector. És un element d'irritació del lector molt notable i lògic. Però aquí el fe d'errors va més aviat a l'aspecte factual. T'has equivocat en una xifra, en un personatge, en una narració... Per exemple, el New York Times publica en un any 3.500 fe d'errors, El País una setantena. No crec que el país s'equivoqui menys que el New York Times, simplement que la seva cota de reconeixement es inferior.

En la hipòtesi de que s'actuï correctament, doncs es publica el fe d'errors. Si és una informació, on l'error té una entitat important, òbviament no només s'ha d'advertir, sinó que s'ha de publicar la informació corregida de l'error inicial. Ara, a la web és més fàcil i a l'hora és més difícil. És més fàcil perquè si hi ha un error, entres en el text i allà on deies que una xifra determinada del PIB, que estava equivocada, la corregeixes, i hi ha la temptació bastant persistent, de que s'ha corregit l'error, però no s'adverteix. No s'adverteix de que hi havia aquell error. Ja no parlo, insisteixo, de que es corregeixi una b alta una b baixa, una hac que no hi era i hi hauria de ser, sinó d'una dada factual. Crec que en

aquests casos és obligació publicar, en la pròpia informació, una advertència final de que aquella informació en el digital, estic parlant del suport digital, s'ha corregit, i on deia A, ara es diu B. Per què? Perquè entre altres coses hi ha l'àrea de comentaris on molts lectors diuen: "escoltin vostès estan dient una tonteria" Es corregeix aquella tonteria sense advertir-ho i aleshores el lector que pugui llegir els comentaris sobre aquella tonteria, anirà al text i aquella tonteria ja no hi serà. I això s'ha de documentar i es fa poc sovint.

Un altre aspecte és el dret a l'oblit. Sabeu que en aquests moments hi ha el concepte de dret a l'oblit, que la permanència d'una determinada informació sobre una persona pot ser lesiva per aquesta persona, i hi ha moltes peticions de que no sigui accessible aquesta informació. Òbviament això es perillós, perquè un polític condemnat per un cas de corrupció, òbviament pot considerar lesiva aquesta informació i port pretendre que desaparegui, que no sigui accessible. Això no és negociable, però si que és negociable, i jo com a defensor del lector em vaig trobar amb casos que em semblaven una petició raonable. Per exemple, un lector fa molts anys escriu una carta al director del diari, per tant hi ha una voluntarietat personal seva de que es conegui allò publicat, que consisteix en agrair a un determinat hospital l'assistència psiquiàtrica rebuda per ell, i als diversos metges i infermeres per l'atenció que se li havia donat. Ara aquest bon home es troba que quan va a Google i posa el seu nom, la primera informació que apareix es aquesta carta al director de El País, on es detecta que va estar sotmès a una atenció psiquiàtrica. I això pot tenir conseqüències realment lesives per a ell, en l'àmbit laboral i en molts àmbits, perquè el marca com a persona. A mi la rellevància informativa d'aquesta carta al director em sembla molt menor. Llavors, quin és límit? Òbviament no fer-la desaparèixer, però sí desindexar-la dels buscadors.

Hi ha hagut aquí una polèmica històrica entre els buscadors i els mitjans, sobre qui desindexava, si el buscador o el mitjà. Obviament el buscador deia que els mitjans, i els mitjans deien que els buscadors. Finalment hi va haver una sentència l'any passat del tribunal europeu d'Estrasburg, on s'atribuïa la responsabilitat de desindexar, a través d'un procediment valoratiu de quins criteris, al buscador. Quin es l'argument fonamental? L'argument és que el buscador no indexa un element d'un mitjà, indexa, si tu busques el teu nom, tot

el que troba a tots els mitjans, per tant construeix una biografia, més o menys elaborada segons els algorismes i l'eficàcia dels algorismes dels buscadors, que no te res que veure amb l'episòdica menció que un mitjà faci d'aquell senyor. Tornant al senyor de l'atenció psiquiàtrica, a El País només trobarem aquella carta al director, i en canvi a Google el trobarem relacionat en si va ser director general d'una companyia de fusteria, i si ha publicat fotos en una determinada web social del casament de la seva filla. Per tant, el buscador sí que construeix realment una biografia, i té més raó de ser que es desindexi, que no vol dir que es suprimeixi la informació, que continua estant a internet, simplement que el buscador no la troba. Si anem a El País i tenim la ocurrència de buscar en El País que ha dit alguna vegada aquell senyor, podrem trobar la carta, però en tot cas l'impacte és molt menor.

En aquest sentit, jo soc partidari de l'opció presa pel tribunal d'Estrasburg. En tot cas el diari El País en la nova edició del llibre d'estil, assumeix el tema del dret de l'oblit com un dret, acotant-lo molt. Si són 15 anys d'antiguitat de la informació, ha de ser una informació lesiva, i en tot cas no ha de ser fonamentada en una sentència judicial. La relació de la lesivitat i de la rellevància o no rellevància d'aquesta informació és un tema molt discutible. De fet, en els mitjans anglosaxons han estat molt en contra de la sentència europea, perquè consideren que és alterar la història. Jo inisiteixo, que no aparegui la carta al director d'aquesta persona, que va tenir un tractament psiquiàtric fa 19 anys, no em sembla una alteració rellevant de la història, i per tant es prescindible. En tot cas, El País ha assumit voluntàriament una gestió determinada del dret a l'oblit.

En tot cas si que hi ha un aspecte que va relacionat amb la fe d'errors, i és un vici que és històric en tots els mitjans. És quan comences a seguir una notícia i després, perquè el redactor té altres necessitats o urgències informatives, se'n oblida d'aquella notícia i es deixa de fer aquell seguiment. Això es habitual, per donar un cas molt planer, un metge té un judici per mala pràctica professional, el redactor va al judici i fa la crònica veraç, no hi ha cap error en aquella informació sobre la mala pràctica professional d'aquell metge. Però aquell mateix redactor de judicials, el dia que es publica la sentència absolutòria del metge, està enfeinat amb un altre cas judicial i no presta atenció, ni el diari

tampoc, a com ha acabat aquella historia que vam començar a explicar. Llavors a l'arxiu web, o a l'arxiu de l'edició impresa, apareix, insisteixo, la informació veraç sense cap error de la crònica sobre la vista oral d'aquell judici, però no expliquem mai com va acabar aquell judici. El lector que consulti a Google, quan posi el nom del metge, es trobarà que va tenir un judici per mala pràctica professional, però no trobarà mai, perquè no es va elaborar, la informació de com va acabar aquell cas.

En aquests casos crec que és obligació moral ètica i professional del diari, s'ha d'anar, a pesar de que en principi l'hemeroteca no s'altera, s'ha d'anar a la informació original del judici, i s'ha d'incloure, sense manipular la informació del judici, s'ha d'incloure una explicació que en el seu moment no es va donar sobre l'acabament d'aquell cas judicial. Hi ha molts aspectes a tractar però per no allargar-me esperem al debat

### **Sílvia Llombart**

Moltes gràcies Tomàs, s'estan obrint petites caixes de pandora sense parar. Passem ara amb en Gerard Artés, que és el responsable de continguts del Tot San Cugat. Estem parlant ara de mitjans més petits, de com poden preservar també la presència d'aquests mitjans. Veurem ara doncs, el Tot San Cugat, que fa poc van fer un canvi de disseny, i com ha afectat també la visualització i la preservació de continguts en tot aquest canvi que s'ha fet.

**Gerard Artés**, desenvolupador del gestor de continguts de [totsantcugat.cat](http://totsantcugat.cat).

Hola bon dia a tots. Jo soc el Gerard Artés, us explico una mica i ens posem en context, perquè així ho entendrem millor. Aquí estem parlant de medis de comunicació bàsicament importants, amb recursos, amb ajudes, etc. Jo us vinc a explicar un entorn molt diferent on els recursos són molt limitats i on el paradigma encara es complica bastant més.

Jo com a Gerard Artés, portem una empresa tecnològica i portem onze anys treballant amb medis de comunicació i altres empreses que no són medis de comunicació. Referent als continguts, el problema és igual, tant pels medis de

comunicació com per empreses que no són medis de comunicació. Pot ser no té tant valor cultural, però el problema hi és exactament igual, o potser en depèn quines empreses, el problema es més gran, perquè la magnitud de continguts i la diversitat de continguts es més notòria.

Llavors, que ens hem trobat durant aquests onze anys. Cada medi de comunicació és una mica diferent, cadascun té les tipologies de continguts completament diferents, i tots i cadascun d'ells tenen que passar per certes migracions, certs canvis, en la seva plataforma tecnològica, per posar-se al dia, perquè és necessari, perquè entren dispositius mòbils, perquè entra la televisió, perquè entren noves necessitats... que el ser humà s'ha acomodat, només fa falta, miro als meus pares i porten un dispositiu mòbil amb un WhatsApp, quan no hagués dit mai que això passaria, i avui tots anem amb un mòbil.

Això vol dir que tots els medis digitals s'han de renovar, o renuevas o mueres, així de cru. Aquests processos impliquen uns canvis que la consciència de les empreses i persones involucrades en aquests canvis no són massa conscients de la importància dels continguts. Què passa? Que es perden continguts si no som prou conscients de la importància dels continguts d'aquests projectes, es queden pel camí, sinó de forma total, de forma parcial.

Us vinc a explicar una mica, aquí també influeix tot el que ha passat aquests últims anys. Tota la part de crisi ha afectat moltíssim al sector editorial, molts dels meus clients, tan petits com grans, hi havia una part molt important que vivien de subvencions, com ja sabeu això es va acabar. L'altra part important era la publicitat, com sabeu els models, sobretot de medis de comunicació, estan patint des de fa molts anys i el fet de la crisi va precipitar més que alguns medis es tanquessin i hi hagués precisament el problema que avui ens ocupa, i és: què passa amb aquest contingut?

Una mica les dues coses que passa amb la migració dels continguts entre projectes, un projecte origen a destí, què passa amb els continguts? com viatgen d'aquí a aquí? I l'altra part és: que passa quan es tanquen? Jo n'he tancat de projectes, jo tinc els continguts perquè els he volgut guardar, però aquests continguts ara mateix estan morts. Estarien morts si la meva empresa no hagués fet un "guardem per veure que passa". Però allò està mort ara mateix, hi son però està mort.

Què els hi passa a tots els editors quan es troben en aquest context? Vull migrar o vull tancar el medi, que passa amb els continguts? Com els puc guardar? Puc fer un llibre? No puc fer un llibre? Els guardem en digital? Els imprimim? Evidentment els dubtes que sorgeixen són molt variats, des de que passa amb els continguts, des de on estan els meus continguts... Per a ells és un univers que queda a una distància important, entre l'editor i l'equip que forma part d'un medi de comunicació, i l'equip tecnològic. Quan parlem d'empreses grans ja tenen el seu equip tecnològic dintre. Quan parlem de medis locals i petits és molt complicat el que aquesta distància no es faci un univers, no es faci un món.

L'altre punt, a part d'on estan, és: qui se'n fa responsable? Molt bé, vull tancar un medi de comunicació, qui se'n fa responsable dels continguts? Qui me'ls guardarà? Aquest és un problema, perquè guardar continguts, si estem parlant de cert volum, que com tots ja sabeu el volum és important, per exemple el cas del Tot Sant Cugat, no s'ha tancat, hi ha hagut una migració, però si en algun moment es volgués guardar tot l'arxiu històric de la premsa escrita i digital que s'ha generat durant tots aquests anys el volum és important. No és El País, no és El Mundo, però deu ni do la quantitat de contingut que hi ha darrera de tots aquests medis de comunicació. Qui se'n fa responsable és un problema, i qui posa els diners també.

L'altra és com els guardem? Ha sortit abans curiosament, ens recordàvem del disc de 3 i mig, el disc de 5 i quart, o la cinta de casset. Ara estem amb clouds, el famós núvol, que és tan xulo i tan fantàstic, que fa quatre dies Apple en el seu icloud li van entrar uns pirates informàtics i van robar unes fotografies d'unes models...estan segurs? Bueno... és un debat també que es surt, però no hi ha res que sigui la solució ideal. Tenim discs durs, que tampoc no és una solució massa interessant, això es fa mal bé, es crema, poden passar coses i els CDs i DVDs també hem de veure quina vigència tindran. El gran problema, que passarà d'aquí 20 anys? Jo puc emmagatzemar gigues i gigues de continguts, i avui es vàlid, es podrà recuperar duna forma més fàcil o més complexa, però d'aquí 20 anys el format amb que jo he guardat aquests continguts serà processable? Serà recuperable? I després, el gran problema, amb quin cost? Quants diners necessito jo per mantenir aquests continguts?

Estic tancant un medi digital, no tinc diners. Normalment quan tanco medis digitals en projectes d'internet, el principal motiu principalment és un tema de que la caixa no sona. Encara m'he de gastar més diners per preservar els continguts? Qui se'ls gastarà? Complicat. Aquí entra el debat que parlàveu abans, quin paper juguen les institucions públiques en la conservació de continguts, etc. Però sembla que estem una mica lluny.

Quan parlem una altre cop de medis petits, això encara es fa més complicat. Jo em vaig a institucions públiques a dir tinc un medi local, escolta'm, guarda'm els continguts durant quant, 20, 30, 40 anys? Vinga va, deixem-ho estar. Ni tan sols optes a aquesta opció.

L'últim problema, o penúltim problema, durant quant temps, va una mica de la ma, diners, temps, on ho guardo, i finalment lo que acaba fent que molts editors diguin deixem-ho estar, que és: -molt bé, t'ho guardo. -Però no em dones cap garantia de quan arribi el moment que jo ho vulgui reutilitzar, sigui d'aquí 20, 30, 50 anys, sigui quan sigui, els pugui recuperar d'una forma digna? Qui t'ho assegura? Ningú, i qui t'ho asseguri t'està enganyant. Ningú te una bola de vidre que et predigui que passarà d'aquí 20 anys. -Es pot recuperar? -Home sí, tot indica que sí. -No, assegura-m'ho, -No t'ho puc assegurar. De manera que aquesta situació nosaltres la vivim. Com més petits son els medis de comunicació encara passa més, perquè els límits, sobretot econòmics i de recursos humans, es fa molt evident.

Entrem nosaltres com a empresa tecnològica externa i entrem a ajudar-los en aquesta situació. El millor que pot passar és que sigui una migració, perquè vol dir que el projecte no es mort, sinó al contrari, que el projecte evoluciona, es potencia i tira endavant. Llavors el problema es tan simple com analitzar quines tipologies de contingut té aquell medi de comunicació, aquell projecte d'internet, i fer un esforç per fer una migració del contingut, no del continent, perquè el continent canvia. Canvia l'entorn, la tecnologia, el disseny, la usabilitat, canvia on estava el cercador hi ha un altra cosa, el cercador funciona amb uns paràmetres diferents perquè evoluciona...es a dir, estem parlant només de contingut.

Un altre punt important sobre el que reflexionar és que la problemàtica que hi ha sobre els medis de comunicació és extensible a altres empreses. M'hi trobo



molt sovint, ara veurem exemples. El contingut cada dia te més valor per tots. Abans la sensibilitat sobre el contingut es movia en entorns periodístics. Avui en dia, segurament gràcies a Google, el contingut està agafant un valor impressionant. L'últim algoritme, l'últim canvi a Google en la forma d'indexar les pàgines i de posicionar-les, li dona molt més pes al contingut. De manera que per estar ben posicionat i generar negoci per la teva empresa i que t'entri tràfic i et comprin serveis productes etc. es basa en el contingut. De manera que empreses que tradicionalment no generaven contingut, ara estan generant contingut. Empreses que venen, ara us ensenyaré algun cas, estris de cuina, tan físicament en botigues a Barcelona, com a internet, estan entrant de forma molt potent en la creació de continguts, per intentar captar nous usuaris, que l'objectiu és que es converteixin en venda, perquè aquell contingut els fidelitza.

De manera que part del contingut pur i dur, com podem parlar d'una notícia, una opinió, una entrevista, un reportatge, molt periodístic... Hi ha molts altres tipus de contingut des del nostre punt de vista, com pot ser un concurs, un joc, infinitat de tipologies de continguts. Sí que és veritat que en els medis de comunicació, normalment es un abc amb les seves particularitats. Quant et surts una mica dels medis de comunicació, hi ha molta tipologia, molta diversitat de contingut.

Parlem una mica del Tot Sant Cugat. Al Tot Sant Cugat s'ha fet una migració d'un projecte, que no està caduc, funciona molt bé, però es volia evolucionar i millorar. Un dels motius importants era el tema dels dispositius mòbils. Al ser un medi local que es mou bàsicament amb informació de Sant Cugat, té notícies d'actualitat, té opinió, té agenda, té una guia de comerços... de manera que hi ha un nombre important d'empreses i botigues que estan dintre del medi digital. Tenen la part de galeries, vídeos, podcast, rss, revistes digitals hemeroteca... Una mica és un projecte global molt potent. Estem parlant de El País, de El Mundo, parlem de monstres, m'agradaria que hi entréssiu i veiéssiu la potència que té el Tot Sant Cugat, des del punt de vista que es un medi local, petit, i no té els recursos d'aquests grans medis de comunicació. Però fixeu-vos que la posada en escena d'aquest medi és molt important des del punt de vista de continguts, veureu que realment hi ha un equip potent que genera molts continguts.

Ens vam trobar que teníem que migrar el projecte, per migrar teníem que analitzar cadascuna de les tipologies de contingut existents en el projecte antic i fer un procés de migració cap al projecte nou. Aquí poden passar moltes coses, entre elles falta de consciència en les parts implicades. Des del punt de vista tecnològic, nosaltres, com de la part editora. L'editor dona per sentat que la migració funcionarà i que passaran tots els continguts. L'empresa tecnològica normalment dona per sentat que al programador de torn se li passarà un funcional i allò ho complirà i san se acabó. Es farà un control de qualitat i la realitat és que en aquest tipus de projectes passen moltes coses. Es perden certes parts d'un contingut, es perd un tag, que té que anar en aquells continguts. S'ha de tindre consciència que realment és molt important aquesta migració de continguts. Arribes a adonar-te de la importància que té quan parles amb un redactor que està super enfadat, perquè als continguts que ell ha creat durant 6 anys, no hi és el seu nom. Clar, per aquest periodista, està enfadadíssim perquè s'han migrat els continguts, sí, però escolta, no me'ls has assignat a mi, això es gravíssim. Clar, des del punt de vista tècnic dius, clar, si es que era un camp, tampoc era tan important. La consciència d'ambdues parts és radicalment diferent, per un és un camp d'informació, sense cap tipus d'importància, un nom d'una persona, i pel periodista ho és tot, és el meu patrimoni cultural, el que jo he escrit.

Quan t'hi enfrontes t'adones realment de la importància de fer una bona migració. Aquí s'apunten varis punts. Jo no us donaré cap solució, perquè no la tinc, però sí que després de l'experiència d'haver-ho fet múltiples vegades, 4 recomanacions bàsiques que fan que la migració de projectes i la preservació fan que funcioni una mica millor, però tampoc hi ha la gran solució.

Veieu en la pantalla diferents tipologies, un classificat clàssic i típic en paper, Sant Cugat ho té, i és un contingut que té 15, 10 paraules, és un contingut, per ells té una importància tan gran com l'actualitat. Porta una foto, o no, hi ha un text, i d'aquí en treuen un diners, de manera que és una part molt important per ells, encara que diguis culturalment un classificat no te massa importància. Depèn de quin punt de vista ho miris.

La part d'actualitat, imatge, política, opinió i la guia de la ciutat. Un altre punt important, Sant Cugat ha sigut dels pocs medis de comunicació que són clients

nostres, que s'ha sabut reinventar i buscar dins del difícil sector de medi de comunicació, intentar diferents línies de negoci diferent que generin valor. Aquí estan generant valor pel comerç i per al propi medi de comunicació, com és una guia de la ciutat, on surten els comerços, hi ha intercanvi econòmic, etc.

Voldria fer referència a un altre projecte que es competència directa de Kiosko y Más, que hem presentat fa uns minuts, Quiosc.cat. És una plataforma tecnològica, un quiosc online on hi ha un gran nombre de publicacions periòdiques catalanes. És només en català, revistes en català, i és el mateix model que Kiosko y Más. Està muntat per APEG, CPG i una tercera associació que no recordo mai quina és. Enfocat a tots els editors catalans que escriuen en català i treuen revistes i diaris en català. És una hemeroteca? Bueno, depèn com t'ho miris pot servir com hemeroteca de cadascun dels medis de comunicació. El format torna a ser el mateix, intentar preservar durant molts anys tots aquests continguts, per no dir infinits, sempre i quan hi hagi aquestes associacions, 3 en aquests cas, que aguantin aquests continguts, ja sigui amb o sense ajuda de les institucions públiques. Però sí que pot ser una solució a un petit problema del que estem parlant, perquè aquí estem parlant de revistes en paper, que passen al format digital, però és un pas, fins al dia d'avui, que tal i com tens la revista la tens a internet i en dispositius mòbils i punto. Hi ha tot l'altre problema que és tot el que es publica a internet, vídeos, àudios, notícies, que aquest projecte no soluciona. Però pot ser que projectes així, i que tinguin suport d'institucions públiques, puguin arribar a minimitzar, no solucionar, alguns dels problemes dels que estem parlant.

El que us comentava abans d'altres empreses, veureu que la problemàtica va mes enllà dels medis de comunicació. Separem-nos del sector periodístic, mirem en perspectiva i veiem que moltes empreses, com Gadgets & Cuina, que tenen botigues físiques aquí a Barcelona, tenen una botiga online, i aquesta botiga es complementa de receptes, de tallers, de blogs, de molt contingut. Diferent al periodístic? Sí, però es contingut. Com Gadgets & Cuina, aquí d'exemple, hi ha moltíssimes empreses que pateixen els mateixos problemes quan hi ha migracions de projectes, de A a B, i que vulguin tancar una part del seu negoci, o tot el negoci. Què passa amb aquells continguts?

En referència amb el que us comentava de Google, tots pateixen aquest problema i patiran, que és: jo necessito generar continguts per vendre més, per tenir visibilitat i estar millor posicionat. Tinc que generar continguts, per tant, ja formen part de la problemàtica que estem plantejant. L'amic Google que s'ho menja tot, que ho gestiona tot molt bé i que tenen molts diners, aquests senyors tenen el mateix problema. Com preservar els seus continguts i fer-los perdurables en el temps. El que passa es que són tan autònoms que quan volen tancar algo, ho tanquen i san se acabó, com va passar amb Google News, on tenien milions de documents. Aquests tampoc tenen que donar gaires explicacions i els importa relativament poc, perquè el seu negoci es basa en el contingut, però si han de tancar tanquen. La problemàtica del contingut arriba fins a alçades com Google, Apple o qualsevol d'aquests monstres.

Per últim, i ja per anar acabant la part de preservació de continguts. El que estan fent els medis petits és el que feu tots segurament. Mantenir continguts en base de dades, backups, formats standards com pot ser XML, tindre molta cura amb les URL, que et marquen on està aquell contingut. Perdre aquella URL és com perdre el contingut, perquè a tot arreu on esta indexat el contingut, links, xarxes socials, etc. si perdem la URL, és com si perdéssim el contingut de cara al públic, perquè la gent ja no pot accedir. Quan tenim volums de dades importants patim, perquè no tenim la capacitat econòmica per mantenir aquell volum de dades de forma fiable i segura, és un gran problema. Avui en dia, gràcies a deu, està baixant el cost de la matèria física que emmagatzema la informació i les dades, però tot i així segueix sent un problema a nivell de gestió, no tan a nivell de cost que t'ho pots permetre, perquè cada cop els preus estan més a la baixa. Però si que tornem a trobar el problema que falta personal, tecnòlegs que ens ajudin a preservar-lo de forma òptima, adequada i que duri, a mida que va evolucionant el temps.

El tema tecnologies, estem en un món en el que la tecnologia està entrant en la nostra vida contínuament, però seguim tenint problemes en preservar els continguts. Cloud, Dropbox, servidors, discs durs...tot això sona molt bé, però a l'hora de la veritat el problema segueix estant igualment. El poso al núvol, tinc un backup, fantàstic, però que passa amb aquests continguts, d'aquí 10 o 15 anys? Si tanca l'empresa de cloud, tindrè temps de recuperar els meus

continguts? Solució? Tenir dos o tres còpies pel que pugui passar, més cost, etc.

Anem acabant que se'ns acaba el temps. Res, gràcies. Bàsicament era això, sembla que ho hem anat explicant durant el transcurs de la presentació.

### **Sílvia Llombart**

D'acord, després d'aquesta tallada impressionant que li hem fet al pobre Gerard, hem vist tres mitjans molt diferents tots tres. Ara té el torn l'Antonio Viedma, que és el director general de MyNews, que serà una visió absolutament diferent d'aquesta realitat.

**Antonio Viedma**, director general de My News.

Yo tengo otra visión. Una visión desde el punto de vista de una empresa que se dedica a la monitorización de medios y que tiene una hemeroteca de prensa que pretende ser una "hemeroteca de hemerotecas".

¿Qué es la hemeroteca de My News hoy? Es una hemeroteca que tiene 183 millones de artículos. Estamos almacenando información desde el año 1986y a día de hoy correspondiente a 1.100 medios entre prensa escrita y digital. La información está creciendo de una forma exponencial, hace 5 años prácticamente teníamos una hemeroteca de 200 medios de prensa escrita y ahora estamos incorporando un aluvión de medios de prensa digital, que hace que la cantidad de información que vamos incorporando crezca de una forma exponencial.

¿Qué servicios damos a través de nuestra hemeroteca? Por un lado ofrecemos una hemeroteca para un segmento que llamamos de "clientes puntuales", fundamentalmente el perfil son doctorandos, profesionales que esta haciendo investigaciones, alguien que quiere que con una simple búsqueda, pueda encontrar el contenido de varios medios de comunicación de todo lo que hay en la hemeroteca. Por lo tanto no es un servicio que se lo pueda dar directamente la hemeroteca de un medio. Un medio le puede dar los contenidos de su hemeroteca, pero no los contenidos que hacen referencia a

distintos medios de comunicación. Esa hemeroteca para “usuarios puntuales” tiene la dirección que veis en pantalla.

También ofrecemos la hemeroteca como una herramienta de consulta para universidades, tenemos unas 25 universidades como clientes de My News, y finalmente ofrecemos también la hemeroteca integrada dentro de los servicios de pressclipping. Somos una empresa de monitorización y seguimiento de medios y damos la posibilidad a nuestros clientes que tienen departamentos de documentación, como pueden ser los abogados, las consultoras...etc. de que tengan acceso a contenidos retrospectivos. Muchas veces la preparación de un caso, en el sector de los abogados por ejemplo, requiere consultas a la hemeroteca y búsquedas de contenidos de Repsol siguiendo el ejemplo, de hace 5 ó 10 años, y cubren esa necesidad con la hemeroteca de My News.

Por otro lado, queremos tener siempre buena relación con los periódicos, forma parte de nuestra estrategia. Somos la hemeroteca de referencia para los diarios españoles con los que suscribimos acuerdos de cesión de sus contenidos. Es decir, damos también con la Hemeroteca servicio a los departamentos de documentación de los periódicos.

¿Qué representa la hemeroteca para My News? Es un elemento de valor estratégico, muy superior incluso a lo que nos aporta económicamente. Lo decía Mario Tascón antes, se hacía la pregunta de si esto genera muchos ingresos. Las hemerotecas no generan gran cantidad de ingresos, es un ingreso mínimo, pero sí que para nuestra actividad de monitorización de medios nos interesa este servicio, en la medida en que por un lado nos diferencia de nuestros competidores (ningún competidor pone a disposición de sus clientes una hemeroteca) y por otro lado queremos ser un “partner” de los medios, queremos tener acuerdos con ellos, para la explotación y utilización de los contenidos. Consideramos relevante darles servicio a través de nuestra Hemeroteca y hacerles propuestas de cómo pueden alternativamente monetizar sus contenidos. También hay que considerar que pertenecemos a un grupo de comunicación cuya principal empresa es un periódico. Pertenecemos a Grupo La Información/ Diario de Navarra, y en ese sentido estamos obligados a pensar en formas en que podamos ayudar al diario a monetizar, a consolidar

formas de conseguir ingresos a través de la comercialización de sus contenidos.

¿Qué queremos ser con la Hemeroteca? ¿Cuál es nuestra intención? Pretendemos ser la hemeroteca de prensa española de referencia. Cuando alguien tenga que hacer una búsqueda en una pluralidad de medios, que venga a buscar en la Hemeroteca de My News. Queremos dar un servicio de documentación para los medios, para consultas precisas y exhaustivas. Es decir, nuestra propuesta es que los medios nos utilicen también para herramienta de sus departamentos de documentación, incluso para sus periodistas, que pueda ser consulta directa sin dar trabajo a los departamentos de documentación. Tenemos un programa que ponemos a disposición de los periódicos, con el cual, el periodista al mismo tiempo que está haciendo su trabajo de edición de textos, puede tener en la barra de herramientas acceso a la Hemeroteca de My News de forma que pueda hacer consultas simultáneas a su edición de texto, de esta manera que puede documentarse o contextualizar la información de forma autónoma.

¿Qué más ofrecemos a los medios? Los medios son los propietarios de los contenidos. Les ofrecemos un contrato que regula nuestra relación con ellos y que se adapta a la ley de propiedad intelectual. Un pago por sus contenidos, los contenidos que nosotros ponemos a disposición a través de nuestros canales y que nuestros clientes utilizan, les cobramos por ellos y revertimos una parte del ingreso a los medios. Estamos dispuestos a llegar a acuerdos sobre cuanto quieren cobrar por los contenidos, para que los objetivos de monitorización sean cumplidos.

Podemos darles también el servicio de crearles sus propias hemerotecas, mantenerlas y gestionarles los ingresos que generan, lo estamos haciendo para varios periódicos. Actualmente les estamos preparando su hemeroteca a Diario de Jaén, que recientemente ha cedido la gestión de sus contenidos a CEDRO. No le cuesta ningún esfuerzo, en la medida que nos cede sus contenidos diarios a efectos de pressclipping, los indexamos y les facilitamos y gestionamos su propia hemeroteca.

Por último les ofrecemos seguridad: un sistema de almacenamiento alternativo. No se dan cuenta los medios de que tener un sistema alternativo al que ellos

tienen, puede ser una ventaja. Tenemos casos concretos como el que se dio con El Mundo, de pérdida de información y recurrieron a la Hemeroteca de My News para recuperar esa información.

Finalmente quiero entrar en los resultados alcanzados. Tenemos claro que es lo que ofrecemos y cuáles son nuestros objetivos, pero ¿qué logros hemos obtenido con los medios? No hemos convencido a los gestores de medios de que somos un buen “partner” para ellos. Antes Mario Tascón hacía la pregunta ¿cómo preservar los contenidos? La preservación de los contenidos yo creo que es una pregunta de largo plazo, es decir, cuando alguien se plantea qué hago con mis contenidos, cómo los guardo y los almaceno, se está haciendo una pregunta a largo plazo. Y ¿qué está pasando en los medios? Pues que viven en el corto plazo, están más preocupados hoy de su problemática, de la publicidad o de cómo resuelvo mi propia subsistencia, porque hay un problema de subsistencia básicamente, que hace que los planteamientos siempre sean de corto plazo, por lo tanto, no hay muchas respuestas a problemas de largo plazo.

Creo que el mundo editorial vive una gran crisis, incluso desde la figura de los propios editores. Creo que la figura del editor clásico, el Jesús de Polanco o el Antonio Asensio, los que marcaba líneas editoriales y que decidían sobre temas que eran de largo plazo ha desaparecido en los periódicos, estas figuras ya no existen. La bicefalia de los medios entre la parte de gestión y la parte de dirección periodística es cada vez es más patente sin que nadie por encima las coordine, es una impresión mía.

Tenemos como aliados siempre a los departamentos de documentación. Si a día de hoy mantenemos la Hemeroteca en gran parte se lo debemos a los departamentos de documentación. Casos clarísimos los de Prisa y los de Unidad Editorial, que siempre nos han apoyado valorando nuestro servicio y dando soporte para que hiciéramos más cosas con la parte de gestión.

Hemos alcanzado muchos acuerdos, a la hemeroteca de My News aportan sus contenidos una gran cantidad de medios españoles con alguna excepción como Vocento, Prensa Ibérica y el Grupo Joly, en cuyos casos almacenamos mínimamente los contenidos durante 3 meses. Es curioso el caso de Vocento que no nos ceden sus contenidos para hacer Hemeroteca porque argumentan



entraríamos en competencia con su Hemeroteca del diario ABC. No entienden que la hemeroteca del ABC no entra en competencia con la hemeroteca de My News. Nosotros somos una hemeroteca de hemerotecas, nadie va a sustituir una consulta en la hemeroteca de ABC para hacerla en la hemeroteca de My News, ya que los resultados no son los mismos. Lo que sucede es que esta categorización de la información, de cómo se puede monetizar la información en sus distintos niveles, esta escalabilidad para monetizarla, no la tienen clara los medios.

Otra opinión que tengo es que no hay diferencia entre los medios digitales y los medios de prensa escrita. Asisto desde hace 4 ó 5 años al Congreso de Periodismo Digital de Huesca y no ha habido en este tiempo una sola ponencia dedicada a la preservación de los contenidos o a las hemerotecas. Tengo contactos con varios medios digitales, les he propuesto que hagamos hemerotecas de sus contenidos, ellos pueden hacer sus propias hemerotecas y no toman decisiones al respecto, no están preocupados. Diría incluso que es más favorable la posición de los medios de prensa escrita que la de los digitales en este asunto.

Para esta jornada hice una ronda de llamadas, y con esto ya termino, y llamé a documentalistas para preguntarles sobre ¿cómo estaban utilizando la hemeroteca de My News? También llamé a algún “periodista de datos” para ver hasta que punto le daban ellos importancia a esto de una hemeroteca. ¿Los periodistas las utilizan o no? Estas son a “grosso modo” las conclusiones que me aportaron. ¿Cual es la opinión de los documentalistas? Dicen que no disminuye la utilización de las hemerotecas, tienen la sensación incluso de que aumenta, veremos que entra en contradicción con los datos que tengo, pero dicen que se utilizan las hemerotecas de dos formas diferenciadas. Por un lado estarían las consultas espontáneas, que son cubiertas con Google. Las consultas espontáneas están relacionadas con las noticias más “fungibles”, es decir, tengo que adaptar la noticia que ya he publicado, pero quiero ver el contexto y como los medios lo están tratando para concretar mi adaptación. Este es un uso directo del periodista por así decirlo. Luego hay la consulta especializada y detallada, la que se lleva a cabo por el propio departamento de documentación, que se utiliza para el periodismo de investigación. Cuando

están tratando un caso determinado que no es la mera actualización de la noticia.

Esta es la evaluación que he obtenido en las consultas.

He revisado el nivel de consultas en el 2007 en la hemeroteca de My News por parte de los medios, básicamente departamentos de documentación. En el 2007, 789.000 consultas. En el año 2014 hay 301.000. Ha habido un descenso radical del 62%. Aquí tenéis algunos medios como han evolucionado. El Mundo ha disminuido sus consultas un -89%, La Razón un -42%, El Periódico -39. El País -86, la prensa regional sigue más o menos el mismo ritmo. Uno de los pocos periódicos que crece en número de consultas es el Diario de Noticias. Diario de Tarragona -26%, y el Nou9 también, que ha crecido partiendo de unos niveles bajos, pero que está creciendo un 314% en la consulta de noticias.

Realmente creo que hay menos consultas a la hemeroteca de My News por parte de los medios. Creo que el periodismo se está convirtiendo en informador sobre “noticias fungibles”. Hoy en día hay gran cantidad de información, pero menos investigación. Lo fácil es crear noticias, eso se hace fácil, hay gran cantidad. Lo que es difícil es hacer análisis de las noticias. Buscar en las noticias otros contenidos que sean de valor, creo que el periodismo tiene que ir por ahí, tiene que ir hacia crear contenidos de valor a partir de la investigación.

¿Cuál es la opinión de los periodistas de datos? La búsqueda en hemeroteca es fundamental antes de iniciar una investigación. ¿Nos metemos en una hemeroteca para qué? Para ver si el tema ha sido o no tratado por los medios. ¿Esto ha sido muy tratado? Pues a lo mejor no interesa... Buscan temas que no hayan tenido gran repercusión en medios. Las búsquedas en Hemeroteca facilitan que todo lo que se ha publicado antes se pueda contextualizar. Eso previamente a iniciar la investigación. Cuando han iniciado la investigación utilizan las hemerotecas como fuente de hechos que suceden y para analizar la pluralidad de las fuentes. Bucean en el cómo han tratado distintas fuentes estas informaciones. Por otro lado les pregunté ¿qué fuentes estáis utilizando? Y me dijeron, a nivel internacional, LexisNexis fundamentalmente. Hay otra aplicación que es Aracnis, que es una hemeroteca que tiene buenos contenidos para Iberoamérica, para países emergentes y al mismo tiempo tiene

también una información y análisis de noticias. En el ámbito de España la hemeroteca más utilizada es la de My News.

Bueno, nada más... Mi conclusión un poco es esta, creo que los periódicos se han de plantear nuevas formas de comercializar contenidos pero la respuesta la pueden encontrar si piensan a largo plazo y en aplicar sistemas de prueba-error y no simplemente en la mera supervivencia, que es lo que considero que hoy en día está enfrascada la prensa.

### **Sílvia Llombart**

Muchas gracias Antonio. Us hem obert aquí una quantitat de caixes de pandora com deia abans brutals. Hi ha preguntes? No hi ha cap pregunta? Doncs aprofitant que esteu aquí, jo el que us volia preguntar a vosaltres, des dels mitjans de comunicació, des d'empreses que es dediquen a gestionar les hemeroteques, heu vist que hi ha una sensació clara de que hi ha un problema amb aquest tema, de que no l'acabem de saber gestionar. Des de el vostre sector hi ha preocupació també per aquest tema? Hi ha per exemple, perfils professionals nous que estiguin encaminant-se a donar resposta a tot això? No se si algú de vosaltres em pot respondre? Veig cares de no se.... Alguna cara diu sí bé... Algú pot respondre? Aquí hi ha algú que trenca el gel i s'atreveix a donar resposta. Gràcies. Perdoneu l'atrancament però era una cosa que m'amoïnava i sabent que us tinc aquí...

### **Bibliotecària**

Gràcies. Em sembla que estem diferents perfils professionals aquí. Jo responc des del món de les biblioteques, i sí que tenim preocupació per tot el que és el món digital. Jo que puc parlar més des de la universitat, tot el que estem treballant més a fons és el tema de la publicació científica, de com crear repositoris amb URL permanents. Així que d'alguna manera ens assegurem la conservació de la publicació dels nostres professors, investigadors en un repositori d'accés obert que tothom pugui consultar, i amb la problemàtica clara dels servidors, els clouds... és a dir que tenim aquestes problemàtiques i que sí estem treballant-hi per donar una sortida, creant aquest repositoris.

També la noia que treballa a la biblioteca de Catalunya parlava del Padicat. Clar el que és el món de la notícia, tan canviant i amb una característica tan pròpia, crec que aquí sí que falta, i pot ser algú pot donar una resposta més acurada, perquè joestic en un món no tan directament relacionat, però sí que estem treballant des de diferents institucions i perfils com assegurar que aquesta publicació d'aquests materials o continguts digitals es puguin conservar. Ara, a nivell de premsa passo la paraula.

### **Sílvia Llombart**

Moltes gràcies. Jo crec que, no se si estareu d'acord, digueu-hi la vostra, crec que des dels mitjans hi ha un problema de preservació de continguts i s'està parlant de text i de notícies, quan s'estan produint moltíssimes altres coses com vídeos, àudios, mapes interactius, gràfics... Per exemple, m'agradaria saber dels especials eleccions que es van fer ahir al vespre, que en quedarà d'aquí un any? Jo crec que en quedarà poca cosa, no de les notícies que es van elaborar sinó dels formats especial eleccions que es van fer ahir. Per exemple Tomàs, la feïnada d'ahir, d'aquí un any hi serà?

### **Tomàs Delclós**

D'aquí un any podràs consultar com era la portada ahir a la nit de elpaís.cat, posem per cas, i com era la portada aquest matí, aquesta tarda i aquesta nit. La consulta de la informació, de com estava jerarquitzada, més enllà d'aquestes portades, que són d'un instant determinat, has d'anar a l'ítem concret, que si té gràfics, tindrà gràfics i que si té vídeo, mantindrà el vídeo.

Hi ha dos tipus de consulta. Una les notícies concretes, per exemple, hi ha una pràctica actual en les webs que és el directe, que a més moltes vegades es fa Twitter i es penja i s'enllaça a una notícia que va actualitzant-se i va canviant el titular. Tú comences el directe a les 8 de la tarda, amb la informació de l'aproximació demoscòpica que ha fet TV3, del sondeig a les urnes i això et dona un primer titular, que després es confirma o no, i vas canviant els titulars. Òbviament aquest canvi de titulars no es conserva, sinó que queda la foto finish de quan s'acaba el directe a les 12 de la nit. Sí que tens tots els tweets

que s'han anat elaborant per minutat i pots anar seguint l'evolució del seguiment informatiu d'aquella peça determinada. Però el titular que en principi era segons un sondeig de TV3, al cap de 2 hores és amb el 60% de l'escrutini, doncs clar, no els tens tots.

### **Ferran Clavell**

En el nostre cas, si la pregunta es d'aquí un any crec que sí, perquè hem fet la renovació fa molt poc i en un any no és possible que tornem a fer-ho. Però si pensem en més llarg termini, a 10 anys, no t'ho sabré dir, perquè haurem fet un canvi bastant radical, en el plantejament a 10 anys vista es bastant possible que el podrem fer i no crec que d'aquí 7 o 8 anys la preocupació principal sigui conservar això. Em temo que tornarà a succeir el mateix. Ja ho diu el nom, són especials i tenen una manera especial de generar el contingut i de presentar-lo i això fa que sigui molt difícil conservar-lo, perquè cada especial està fet d'una manera i utilitzant les tecnologies que tenim en aquell moment i utilitzant a altres empreses que hi participen. Es complicat que ho puguem preservar, i avui quan ho fem, quan creem un especial, no estem pensant en com conservar-lo.

### **Sílvia Llombart**

Crec que és un punt important. Vivim en un autèntic carpe diem, pensem en l'avui, sense cap moment pensar si això es preservarà o no. Per exemple, ara dèiem que una part del directe es feia via Twitter, seguint una etiqueta. D'aquí un temps aquesta etiqueta no la trobarem i aquests continguts....

### **Tomàs Delclós**

El que passa és que reproduïxen la notícia de la web, s'incorpora, i sí veiem que es pot fer Twitter, es pot veure, i allà sí que es conserva tot el fil informatiu que s'ha fet des de Twitter.

**Xavier Tarraubella**, director Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona.

Jo no se si no ens hauríem de formular un altre tipus de pregunta. Es a dir, pot ser la pregunta no és tan si, posant l'exemple que tú posaves sobre les informacions dels especials d'ahir, si d'aquí un any seria totalment recuperable o no. Jo la pregunta que em formulo és, cal que ho sigui? Es a dir, crec que potser ens estem obsessionant massa per la preservació a llarg termini de tota la informació que estem generant en els mitjan actuals. L'horror vacui de dir, conservem-ho tot. El perill de que es pugui perdre la informació. Per mi és la pregunta, jo que soc arxiver, i per tant vinc d'una tradició.

En el món de l'arxivística ja fa molts anys que estem aplicant la selecció, la tria i l'eliminació de documents, per preservar allò que es essencial, potser m'ho miro d'una altra manera. Però el que també ens hauríem de preguntar és: cal guardar-ho tot? I en tot cas, d'allò que estem produint actualment en els mitjans de comunicació digitals, què és allò essencial que s'hauria de poder guardar? Perquè probablement tot no es pot guardar, ni tot cal que es pugui guardar. És impossible al meu entendre que aquesta evolució contínua que tenen els mitjans digitals actualment, que les notícies es van renovant contínuament, jo crec que probablement, ja se que la tecnologia a la vegada que és el problema també pot ser la solució. Però pot ser és que no cal que sigui així, i crec que aquesta és una pregunta que també l'hauríem de posar sobre la taula. Què és el que caldria guardar de tot això que els mitjans de comunicació digital estan generant. Aquests grans volums i volums d'informació...bé és una reflexió que cal que posem sobre la taula.

### **Ferran Clavell**

Tens raó que preservar-ho tot tampoc tindria sentit, perquè tindrem un volum de continguts i de formats molt exagerat a l'entorn digital. Però es que ara mateix estem a l'altre extrem. Ens preocupem de preservar el contingut intrínsec, la notícia, el vídeo, amb això més o menys estem cobrint la necessitat, però en quant a l'interactiu, al contenidor que mostra aquest contingut, no ens estem preocupant.

Abans quan el Mario ha ensenyat una captura de El Mundo de 1996, o les que us he ensenyat jo d'aquella època a TV3 són una mina d'informació. A la portada de El Mundo que hem vist, cada text que hi havia donava molt per pensar. Si recordeu la portada de El Mundo no donava cap notícia, només explicava que hi havia a cada secció. Això és com un retrat sociològic, de la història d'internet. Et dona per un llibre aquella imatge, perquè explica moltes coses i d'allò tenim poquíssims records de com ha sigut, i tot just fa vint anys només. Ha evolucionat molt, i per la investigació, per saber com ha evolucionat la xarxa, perquè es un fenomen que ha transformat la comunicació, doncs en tenim molt poc rastre de com ha sigut tot això i penso que sí que és important que ho conservem d'alguna manera.

**Martin Elena**, doctorand en comunicació Universitat Pompeu Fabra.

Primer felicitar-vos per la taula, perquè crec que ha estat una exposició molt variada i ha tocat tots els temes relacionats amb el que estem parlant avui. Però jo he vist dos parts del mateix debat. Els mitjans esteu preocupats per salvaguardar la vostra producció i per això esteu dedicant una gran part de recursos, de temps i de diners. Però potser estaria més encaminada al que seria l'usuari, al ciutadà o al periodisme d'investigació. Des d'aquesta facultat, el que seria, no el periodisme d'investigació, sinó la investigació en periodisme, el que parlàvem abans, biblioteques i arxius, potser descarregar als mitjans d'aquesta responsabilitat de conservació, i discrepo, crec que tot sí que es pot guardar avui en dia gràcies a la tecnologia, i sí, fer un pas endavant perquè arxius privats, com podria ser MyNews, o desitjablement públics, com podrien ser hemeroteques i arxius públics, que sí que poguessin salvaguardar d'aquesta manera tota aquesta feina que esteu fent els mitjans, que és immensa. Que quedés una mica per l'usuari i potser amb una caducitat limitada, es impossible que vosaltres ho guardeu tot, però sí que el desig de guarda-ho tot recaigués una mica en les institucions públiques, per la investigació, no per l'accés de l'usuari. No se si d'aquesta manera els mitjans públics i privats us veuríeu una mica alleugerats d'aquesta responsabilitat. És un futurible, un desitjable que hi hagués una entitat pública que pogués

gestionar aquest arxiu, però veig que ara recau molt en el que són les institucions del mitjans i no hi ha cap institució que hi estigui a sobre

### **Tomàs Delclós**

Al El País tenim una petita experiència, i és que la redacció de Barcelona, des dels seus inicis tenia un arxiu analògic, de retalls i fotografies, de carpetes de personatges, que en un primer canvi de redacció es va traslladar a les noves instal·lacions. Però en un segon canvi de redacció, on l'espai feia molt difícil ubicar aquest arxiu, es va optar per donar-lo a l'Arxiu Nacional de Catalunya, que se n'ha fet el responsable i és el que ara disposa d'aquest treball d'hemeroteca que inicialment havia fet la redacció de El País de Catalunya.

### **Sílvia Llombart**

Però crec que hi ha un extra. Primer és el tema que havia plantejat el Gerard, de qui es responsabilitat tot això. Jo crec que de tots els mitjans de comunicació en el moment que estan en actiu, són els seus continguts, és la seva propietat. Però d'altra banda quan diem que vingui algú altre i ho guardi tampoc es tan senzill. Estem parlant de gestors de continguts que cadascú té el seu llenguatge i no es tan fàcil guardar les coses i que es puguin veure. Pots guardar-les en un lloc i després no poder-les veure mai més. No és tan senzill com això.

### **Martin Elena**

Hi ha una solució que no és tan complicada. Tot allò que ho podem veure avui, sempre que parlem de continguts digitals, està en un servidor. Òbviament en el futur aquesta tecnologia que estem fent servir avui en dia pot quedar obsoleta i pot ser difícil de revisar. Però si hem estat capaços de generar-la i fer-la servir avui en dia, vull dir, avui en dia es pot veure un disquette de 5 i quart. Tenim capacitat tecnològica de revisar el passat. Quan parlo de gestors públics d'arxius, una idea seria tot el que són els servidors que tenen moltes còpies de seguretat, doncs es fan còpies de tots els arxius que estan en els servidors es



deixen allà i es cataloguen. I per això hi ha tota una professió d'arxivística i documentació, per fer-ho accessible a l'investigador. És un problema però no ho veig impossible. Avui en dia ho veig més senzill que fa temps.

### **Antonio Viedma**

Yo lo veo no solamente sencillo. Creo que al final recuperar la información es un tema de protocolo, se establecen unos protocolos de recepción de información, que todo el mundo los puede cumplir perfectamente. Hoy en día eso no es difícil y se puede resolver. MyNews, ¿qué es lo que hemos intentado? Que haya un acuerdo de sindicación. Los documentalistas cuando comparten contenidos de MyNews es porque un medio ha firmado un acuerdo de sindicación por el cual tienen acceso a los contenidos de otros medios, cediendo sus contenidos a la hemeroteca de MyNews. Eso es el acuerdo básico, es muy sencillo. Yo creo que hacer un acuerdo básico entre los diarios para que alguien conservara todo, eso sería bastante eficiente y a unos costes bastante razonables y que incluso se podría transparentar todo eso, se podría poner en un servidor donde las consultas que se realizan medio a medio se pueden informar mensualmente, o cada x tiempo, de forma que hubiera transparencia con respecto a toda esta cuestión. Incluso podría fijar una política de precios comunes, es decir, no es difícil y además se podría ganar en un aspecto, que es en la categorización de las noticias. Hoy en día de la misma forma que puede haber un protocolo para lo que recibo, puede haber otro protocolo de como categorizo las noticias para obtener información y para poder hacer análisis. Y esa categorización fuera común a todos los medios que se reciben. Y creo que eso sería un avance, lo que pasa es que lo difícil es poner a los medios de acuerdo en estos temas. La asociación que tienen AEDE hay distintos niveles de posiciones de los diarios y no se ponen de acuerdo.

**Sílvia Llombart**

¿Vosotros guardáis también el continente además del contenido? Es decir, si un periódico cambia un diseño, cambia de gestor de contenidos, lo que estaba antes lo guardáis como estaba antes, o como se verá a partir de ahora?

**Antonio Viedma**

Como estaba antes.

**Sílvia Llombart**

Entonces, tots els especials vostres hi serien?

**Ferran Clavell**

No creo.

**Sílvia Llombart**

Jo tampoc ho crec

**Antonio Viedma**

Nosotros lo guardamos como estaba antes. Menos en medios digitales donde vamos a enlaces. Lo que guardamos es el PDF, cuando es prensa escrita guardamos PDF.

**Sílvia Llombart**

Pero en medios digitales?

**Antonio Viedma**

No, no.

## **Sílvia Llombart**

Ja hi som, vale....

### **Bibliotecària**

Hola, jo com a bibliotecària d'audiovisuals una mica estava pensant en el vostre cas. Des de que es comença a posar, a incorporar fons audiovisual a la biblioteca, doncs hi ha hagut uns canvis importants de contenidor que diríem, de suport. Llavors l'interrogant hi ha dos plans, un seria el contingut i l'altre és com el conservem. Perquè evidentment es molt difícil decidir què es pot guardar i què no es pot guardar. Jo penso que, per allà ja ho han dit, hi hauria d'haver una instància pública que guardés segons quin tipus de coses.

A la filmoteca s'han perdut milers de milers de pel·lícules antigues del principi del cinema nostre. Em consta que a Televisió Espanyola, a Madrid, s'han perdut milers de milers de cintes magnètiques. Vull dir que fa una mica de dificultat pensar com, què triem, qui ho fa, i amb quin suport ho podem guardar? Perquè això que dèieu abans, si hi ha un disc dur súper guai, però d'aquí 20 anys no sabrem, jo no se si d'aquí 20 anys podrem fer com avui un col·loqui sobre la premsa històrica, perquè a lo millor ja no en tenim i és un forat negre en la primera part...

Vull dir que la imatge sobretot, trobo que és de lo més difícil, tant de decidir, com de veure com es guarda. Perquè mira PDFs, això jo penso que s'anirà trobant la manera d'anar passant d'una cosa a l'altra. Però coneixent el que s'ha perdut en suports al fer els passos de l'analògic al digital, del digital a l'espai sideral, doncs no se d'aquí 20 anys on estaran les imatges?

**Miquel Termens**, professor de Preservació Digital, Universitat de Barcelona.

Sí, jo soc professor de preservació digital a la Universitat de Barcelona i per tant aquest és el meu negoci i haig de dir que de solucions tècniques per preservar a llarg termini, vull dir més de deu anys, n'hi han. Ara bé, cal ser una mica curós, estem en un canvi tecnològic continuat, hem vist mostres de canvis de gestors de continguts, i això serà, i serà en el futur, per tant, és impossible

guardar, de cara al futur, els continguts amb el seu continent. Els continents aniran canviant i la forma de guardar-los també. La forma de guardar-los també haurà de canviar.

Jo crec que aquest no és el tema fonamental, el problema fonamental és un problema de finançament i de propietat intel·lectual. Aquí estem parlant bàsicament d'empreses privades, els mitjans de comunicació bàsicament són empreses privades, o bé mitjans públics que també tenen un finançament i un compte de resultats, i que més o menys ha de quadrar d'alguna manera, i per tant, aquells continguts que han creat, s'han creat pel present, per un compte de resultats del present.

Les empreses privades si volen poden aguantar una mica de dèficit, però no in eternum un dèficit. I els arxius, les hemeroteques, doncs són útils perquè aquestes empreses es puguin monetaritzar. Aquesta paraula ha sortit varies vegades. No són ONG les empreses privades periodístiques. Potser les biblioteques poden actuar com ONGs, estan dins el sector públic, però les empreses privades no. Per tant, jo soc bastant reticent a pensar que la preservació a llarg termini d'aquests continguts periodístics, televisius, etc. recaigui en exclusiva en aquestes empreses. Es cert que tenim alguna empresa centenària, s'ha parlat de La Vanguardia, l'ABC, però són més aviat l'excepció i no pas la norma. Per tant s'han de trobar solucions que al costat d'aquests grans grups, i empreses periodístics, solucions que permetin assegurar la pervivència d'aquest continguts.

Repeteixo, no crec que sigui un problema tècnic, s'ha parlat de interoperativitat, s'ha parlat de protocols, es poden trobar. Crec que bàsicament es un tema de propietat intel·lectual. Que hi hagi una certa generositat o uns certs pactes entre els sectors privats i els sectors públics. No és una cosa fantasiosa. Als països baixos això ho tenen, fa pocs anys s'ha creat un centre de preservació de ràdio, televisió pública i privada. Allà hi ha l'equivalent a TVE, a Ràdio Nacional, preservant tots els continguts. Però també hi ha les productores privades de documentals i productores privades de cinema i ho conserven tot, just perquè han considerat que és més barat, més eficient, més bo. Lo qual no vol dir que sigui gratis i que estigui tot penjat a intentat. Hi ha models de negoci diferent, però hi ha hagut un cert partnereriat de forma que en el present tots

els materials estan d'una manera, i suposo que s'ha pactat que d'aquí 20, 30, 50 anys aquests vídeos de productora privada potser passaran a ser públics, o el que sigui. Per tant d'exemples, d'anar a una visió mes enllà del present sense trencar els drets legítims de les empreses, això hi és, i ho han fet altres països, per tant també es podria fer aquí.

### **Ferran Clavell**

Per respondre el tema d'abans, crec que en els formats clàssics, un contingut de text o de vídeo, depèn dels mitjans no online, és més senzill tot plegat, perquè són finits, són continguts que al final són petits arxius que els podem conservar. Però quan estem parlant de formats més propis del món digital, com el periodisme de dades, crees un contingut que no és un text escrit, és un interactiu que està obtenint informació d'una base de dades, i conservar això no és tan senzill ni tan fàcil d'estandarditzar.

Em refereixo a la dificultat en aquest tipus de casos. Els textos i els vídeos a TV3 els tenim perfectament identificats i conservats. Porta molta feina però s'està fent i no em preocupa massa a llarg termini. Penso que quan hi hagi un canvi de format o tecnològic d'aquí 5 o 10 anys que ho revolucioni tot, potser ho serà i ja trobarem la manera de bolcar-ho i conservar-ho. Però la preocupació per conservar els vídeos i els textos ja hi és des de fa anys, per més o menys tenir-ho, o al menys l'empresa s'ha preocupat de tenir-ho. Però aquest tipus de formats que neixen en el món digital, ningú ho està abordant. I aquí hi ha molts casos que trobaríem que no és tan simple conservar-ho, perquè cada aplicació, cada interactiu, està fet d'una manera, utilitzant unes tecnologies pròpies del moment, és bastant difícil. I al final, forma tot part del mateix, són continguts, informacions que desapareixen, llavors sembla com si a l'any 2015 només haguéssim publicat un text lineal explicant les eleccions, i no és veritat, hem fet molt més que això.

### **Antonio Viedma**

Como decías es un tema de propiedad intelectual. Pero yo creo que el tema de las hemerotecas, dentro de lo que son los contenidos, tiene el carácter de

mito sexual o algo así para los medios, me explico. CEDRO hoy en día tiene ya un mandato para llevar a cabo la gestión de los derechos de propiedad intelectual de casi todos los medios de comunicación importantes de España. Hablo de prensa escrita, pero el mandato que tiene CEDRO lo único que permite es la gestión del derecho en lo que concierne a la elaboración de boletines, al pressclipping... Excluye expresamente el tema de las hemerotecas. Las hemerotecas quedan en manos de los propios medios.

Yo para mis contratos de hemeroteca que tengo con ellos, tengo que ir medio a medio. He llamado a los señores de El Mundo, del Grupo Zeta y he ido medio a medio diciendo, a aparte del contrato de pressclipping quiero firmar contigo un acuerdo de hemeroteca, y he tenido que tratarlo individualmente, porque no han cedido sus derechos a efectos de hemeroteca. Prensa Ibérica no cede los derechos de hemeroteca, no quieren sacarlo. Vocento, la hemeroteca del ABC es como algo tabú, no se... Yo creo que han de cambiar la mentalidad para que esto de lo que estamos hablando ahora, para poder tener una gran hemeroteca de hemerotecas, se pueda producir.

### **Sílvia Llombart**

Bé doncs, em sembla que el que és evident és que hem fet moltes preguntes, han sorgit algunes respostes que han sigut força interessants i potser ens hauríem de torbar d'aquí un any, el 25 de maig del 2016. Primer mirar si es veuen els especials d'eleccions de l'any passat, veure si encara els podem consultar i tornar-nos a fer aquestes preguntes, i esperem que aquest cop sí que hi hagi més respostes.