

## **TERCERA PART**

**La convergència en els gabinets de premsa i comunicació de trànsit.  
Estudi dels casos**

---



Les innovacions tecnològiques són un dels elements que han modelat l'evolució del periodisme d'una manera més significativa. Al llarg dels anys, les diferents novetats que han irromput amb força en el panorama comunicatiu han permès renovar les pràctiques laborals i les competències professionals dels informadors al mateix temps que facilitaven l'aparició de noves produccions informatives. La tecnologia digital no n'és una excepció. Com les seves predecessores, alterna substancialment la manera i l'entorn en què els periodistes treballen. Modifica el seu àmbit de treball des del punt de vista empresarial en propiciar l'aparició de noves fórmules organitzatives i nous canals per distribuir les informacions. Aquestes modificacions s'expliquen des del paraigua de la convergència, un fenomen que afecta les redaccions dels mitjans tradicionals però també la feina dels gabinets de premsa i comunicació, entesos com a fonts d'informació. I, com a conseqüència d'això, influeixen en la forma i el contingut del que finalment arriben al públic. Tres elements, periodistes, font i missatges, que constitueixen els pilars bàsics sobre els quals se sustenta el procés comunicatiu (Schramm, 1954).

L'exposició dels resultats més destacables d'aquest treball de camp comença amb l'anàlisi dels processos de convergència que es donen en les fonts d'informació a partir de l'experiència de les oficines de premsa i comunicació dels organismes especialitzats en trànsit i seguretat viària: SCT, DT, DGT i RACC. S'examinaran els seus elements constitutius (digitalització i estratègies de col·laboració externa i interna) i, a continuació, es descriuran les característiques del fenomen des de les següents dimensions: producció integrada, distribució multiplataforma, periodistes polivalents i control informatiu. Per confeccionar aquestes categories, la proposta s'inspira en investigacions precedents sobre convergència en les redaccions de mitjans tradicionals adaptades a la realitat de les oficines abans citades.

El treball de camp consta de quatre seccions. La primera d'elles s'ocupa de la convergència en l'SCT mentre que la segona descriu el fenomen a la resta de departaments objecte d'estudi d'aquesta investigació: DT, DGT i RACC. Es tracta d'organismes amb funcions similars però amb diferents organitzacions i cultures laborals; per tant, és possible que integrin la tecnologia digital de manera alternativa o que experimentin fenòmens com l'aparició de noves produccions i serveis informatius interactius amb els periodistes o la polivalència laboral d'una altra manera. Així, com a oficines de naturalesa pública, s'ha triat la DGT, que s'ocupa de tot el territori espanyol, i la DT, que informa al País Basc, la segona comunitat autònoma amb aquesta competència transferida. El panorama es completa amb el RACC, departament privat que, com l'SCT, actua a Catalunya.

A continuació, la tercera secció sistematitza les principals conclusions obtingudes en els apartats anteriors en una anàlisi transversal que fixarà les diferents experiències convergents detectades en la recerca. Finalment, la quarta se centra en els periodistes, més concretament, en la manera en què accepten els canvis que la convergència provoca en les seves fonts i a determinar com resolen les dificultats que sorgeixen per la nova oferta informativa en línia. Es farà des del punt de vista de les nocions d'accés, cobertura i negociació informativa recollides per Ericson, Baranek i Chan (1989). Aquests continguts avancen, en certa mesura, les conclusions de la investigació, que s'aborden ja en el propera secció de la recerca.

## 10. El Servei Català de Trànsit (SCT)

Els orígens de l'SCT es remunten a l'Institut Català de Seguretat Viària (ICSV), creat el 1991 per reduir els accidents a la xarxa viària catalana i augmentar els recursos per prevenir-los i atendre'n les víctimes. El traspàs a Catalunya de les competències de trànsit, vehicles a motor i seguretat viària, va obligar a ampliar les funcions originals d'aquesta entitat que, a finals de 1997, es va extingir en favor del Servei. La Generalitat va crear l'SCT com un organisme de gestió autònom (Generalitat de Catalunya, 1997) que, des de desembre de 2006, depèn jeràrquicament del Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació (DIRIP). Està format per cinc delegacions o serveis territorials, una a cada capital de província (Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona) i una cinquena en la zona de les Terres de l'Ebre, que depèn administrativament de Tarragona. Totes elles estan subordinades als Serveis Centrals, el nucli d'aquest organisme, amb seu a Barcelona.

Les funcions de l'SCT són força variades. Engloben la difusió de la informació sobre el trànsit, el control de la publicitat sobre seguretat viària, la regulació de la circulació de les mercaderies perilloses i transports especials, la supervisió del funcionament de les autoescoles i la formació del professorat i la gestió del procediment sancionador (multes i recursos). L'actual director de l'SCT, Josep Pérez Moya, les sintetitza en la gestió, amb la màxima seguretat i fluïdesa, el trànsit i la mobilitat a Catalunya, cosa que comprèn des de garantir el compliment de les normes fins l'aposta per l'educació com a "clau" per aconseguir uns desplaçaments respectuosos, cívics i sostenibles.<sup>45</sup> Per al seu predecessor en el càrrec, Rafael Olmos,<sup>46</sup> aquesta estratègia es concreta en la difusió de pautes de circulació segura a través de dos mecanismes: les actuacions preventives, és a dir, l'educació i la investigació, i les repressores, per exemple, les sancions.

En qualsevol cas, tots dos directius coincideixen en atribuir a la informació un paper rellevant des del punt de vista del seu ús potencial per part dels ciutadans. Consideren que amb unes dades correctes, acurades i ajustades, conductors i vianants podran adoptar les millors decisions a l'hora de moure's per la xarxa viària. En un escenari hipotètic, triarien les vies més segures o descongestionades o el transport públic més adient a les seves necessitats. En aquest context, la tecnologia digital esdevé fonamental per la seva capacitat d'oferir a l'usuari la informació que desitja en el moment i la manera en què la vol consumir, el que dóna una nova dimensió a la característica de servei públic dels continguts especialitzats en trànsit i seguretat viària. En paraules de Pérez Moya, la seva principal virtut seria la màxima personalització de l'oferta disponible en funció de l'itinerari, la modalitat de desplaçament, les previsions, etc.<sup>47</sup> Amb la possibilitat de poder consultar-la des de qualsevol plataforma, ja siguin les tradicionals, com la televisió, la ràdio o premsa, o les digitals, com el web o dispositius mòbils. Un dels instruments destinat a satisfer aquest objectiu és el lloc virtual de l'organisme ([www.gencat.cat/transit](http://www.gencat.cat/transit)), els continguts del qual es repassen a continuació.

### 10.1. El web de l'SCT

La Generalitat de Catalunya, de qui, en última instància, depèn l'SCT compta des de l'any 1995 amb un portal corporatiu<sup>48</sup> que informa de les activitats del govern català, aglutina els diferents serveis en línia que aquesta administració ofereix als ciutadans i agrupa els webs informatius de cada conselleria o departament governamental. El disseny i arquitectura de tots ells són idèntics, perquè l'usuari detecti que navega en el

<sup>45</sup> Josep Pérez Moya, director de l'SCT des de desembre de 2006. Entrevista personal el 15 d'abril de 2008.

<sup>46</sup> Rafael Olmos, director de l'SCT. Entrevista personal el 17 d'octubre de 2006. Olmos va ser director de l'SCT entre gener de 2003 fins a desembre de 2006, quan va ser substituït per Josep Pérez Moya.

<sup>47</sup> Josep Pérez Moya, director de l'SCT des de desembre de 2006. Entrevista personal el 15 d'abril de 2008.

<sup>48</sup> [www.gencat.cat](http://www.gencat.cat)

mateix entorn. Quan es va confeccionar aquesta investigació, la Generalitat estava renovant el seu portal amb l'objectiu de facilitar més informació dels organismes que la componen i d'organitzar la informació al voltant dels serveis en línia que s'ofereixen als ciutadans, en funció de diferents àrees temàtiques.<sup>49</sup> Tot i que alguns dels webs de les conselleries ja han adoptat el nou disseny, el procés encara no havia afectat al del Servei quan es va desenvolupar el treball de camp.<sup>50</sup>

#### 10.1.1. Pàgina d'inici

Nielsen (2000: 164-168) especifica que els elements de la pàgina d'inici han de servir perquè l'usuari tingui una idea de què fa el lloc que visita, sàpiga quin són els seus principals continguts, pugui buscar informació i consultar les novetats més importants. La del web de l'SCT conté els logotips tant de la Generalitat com del Servei, opcions de recerca d'informació (simple i avançada) i enllaços a les seccions més significatives del web agrupades sota els epígrafs de "Destaquem", "Altres destacats", "Enllaços" i "Notícies". En aquest últim, es penjen les novetats relacionades amb les activitats de l'organisme, tot i que també s'hi poden trobar notes i dossiers de premsa o informacions d'altres departaments o cossos (Bombers, Mossos d'Esquadra...) relacionades amb el trànsit.

La pàgina d'inici del web també inclou una barra de menú navegable amb les seccions en què està organitzat el lloc i els continguts que poden consultar-hi els usuaris: "El Servei", "Seguretat viària", "Informació viària", "Gestions administratives" i "Premsa". La seva estructura és idèntica. Cadascuna d'elles desplega un sumari local amb enllaços caps als continguts específics, normalment disponibles en documents en *portable document format*, això és, PDF. L'organització d'aquests vincles no és jeràrquica. Ara bé, l'usuari pot saltar-se el camí marcat pels sumaris inicial i local de navegació i anar directament a alguns continguts del web. Aquesta és la funció dels enllaços inclosos a "Destaquem", "Altres destacats" i "Enllaços", accessibles només des d'aquí.

#### 10.1.2. El Servei

La primera secció del web de l'SCT inclou informació corporativa com, per exemple, les funcions i objectius de l'organisme, l'organigrama directiu, etc. "El Servei" també incorpora telèfons, adreces i horaris d'atenció al públic de les oficines de l'SCT, en la línia de la informació mobilitzadora de Lemert (1983: 121-164). Tots els continguts es presenten en forma de llistes amb les dades o en documents en format PDF. En ocasions, el vincle enllaça amb el portal corporatiu de la Generalitat, com és el cas de la subsecció "Organigrama".

#### 10.1.3. Seguretat viària

La producció editorial del Servei, com per exemple els anuaris, manuals tècnics, etc., així com les activitats educatives relacionades amb la formació i prevenció d'accidents constitueixen el nucli principal dels continguts d'aquesta secció. La majoria són documents en format PDF, tot i que també hi ha arxius d'imatges, com ara les campanyes publicitàries del Servei, disponibles a "Campanyes preventives". A "Seguretat viària" també es pot trobar la revista *Infotrànsit*, publicació trimestral dedicada a la prevenció d'accidents editada des del gabinet de premsa del Servei.

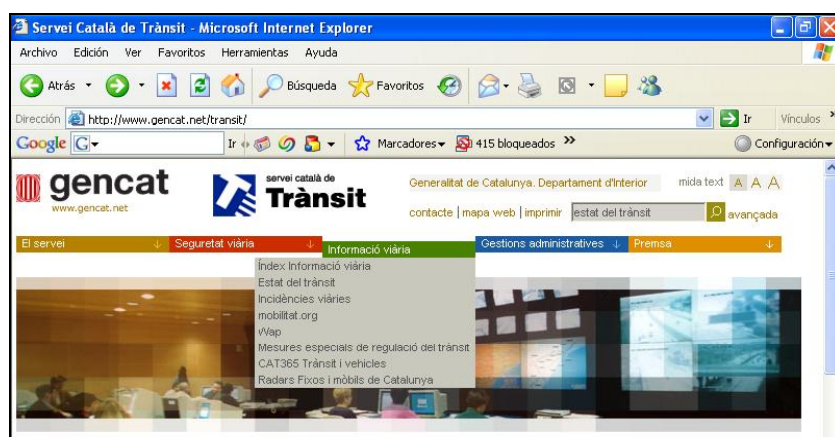
<sup>49</sup> Enric Blanes, responsable del Servei de Difusió del Gabinet Tècnic de la Direcció de Serveis del Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació (DIRIP). Entrevista personal el 26 de juliol de 2006.

<sup>50</sup> L'SCT va canviar la seva pàgina corporativa l'abril de 2010.

#### 10.1.4. Informació viària

La mobilitat a la xarxa viària catalana és l'eix que vertebrava la informació disponible en aquest apartat (vegeu Figura 1). Des del punt de vista de la present investigació, els dos enllaços més importants són "Estat del trànsit" i "Incidències viàries". En el primer cas, l'usuari consulta un mapa interactiu en format Flash on es mostra, mitjançant càmeres i un sistema de colors, les retencions a la xarxa viària, mentre que en el segon, accedeix a una llista amb les afectacions de trànsit. El treball de camp permet avançar que aquestes dues pàgines són unes de les principals fonts d'informació que usen els periodistes catalans especialitzats en trànsit, tot i que no s'adrecen específicament a aquest col·lectiu sinó al públic en general.

FIGURA 1. Detall dels continguts de la secció "Informació viària" del web de l'SCT



Font: SCT

#### 10.1.5. Gestions administratives

Aquesta àrea agrupa els diferents tràmits virtuals que es poden fer a través del web del Servei, com per exemple, la gestió dels pagaments de les multes. S'emmarca en la filosofia de l'e-Govern, segons la qual la tecnologia digital permet optimitzar els serveis i la participació de ciutadans i govern en la cosa pública (Gartner Group, 2000). També s'ofereix informació, en llistes o documents en format PDF, sobre les gestions que emprèn l'organisme, les taxes o la licitació de projectes. De nou, informació típicament de servei (Diezhandino, 1994).

#### 10.1.6. Premsa

La sala de premsa del web del Servei s'estructura segons la producció informativa que inicialment efectuava el gabinet. Així, es va crear un enllaç per a cadascuna de les seves tasques principals (elaboració de convocatòries, notes i dossiers, cròniques) o les produccions més rellevants de l'oficina (memòries, reculls de premsa). També facilita el correu electrònic de contacte amb el gabinet (sct\_prensa@gencat.net). En general, és informació considerada útil per als periodistes, que la busquen activament en els webs que consulten (Perry i Bodking, 2002; Callison, 2003; Kent i Taylor, 2003). Altres continguts igualment significatius, com l'organigrama de l'SCT o les biografies es troben fora de la sala de premsa o bé no es faciliten, com els objectius de l'organisme. La majoria dels materials de "Premsa" són documents PDF. Hi ha una excepció. Es tracta de "Cròniques", un vincle cap a un fitxer d'àudio en format *Moving Picture Experts Group Layer 3* (mp3) amb una gravació actualitzada sobre l'estat del trànsit perquè les ràdios se'l puguin descarregar i emetre'l. És l'enllaç més freqüentment actualitzat. Altres inclouen informació de diferent antiguitat: del mes d'abril de 2008 ("Convocatòries") o de l'any 2005 ("Memòries"). Un altre vincle, el de

“Reculls de premsa”, es manté tot i que ara és una altra unitat productiva la que confecciona i penja aquests documents en la intranet del DIRIP.

De cara al futur, els responsables del Servei es plantegen renovar el disseny i els continguts del seu web amb una proposta nova que, des de setembre de 2008, du a terme una empresa externa amb l'assessorament de personal de l'organisme. En aquest equip, s'ha inclòs l'oficina de premsa. La intenció és facilitar als usuaris la informació sobre l'estat del trànsit de manera més personalitzada segons les seves necessitats, indica un dels responsables de l'SCT.<sup>51</sup> La implantació de la televisió digital terrestre (TDT) accentuaria aquesta línia i fins i tot obligaria al Servei a augmentar el número de càmeres que posa a disposició de l'usuari, considera un altre directiu.<sup>52</sup> El nou web, que finalment va entrar en funcionament l'abril de 2010, adopta el mateix disseny que la resta dels webs departamentals. Reorganitza les seccions ja existents i, en alguns casos, amplia l'oferta de continguts. Per exemple, “Informació viària” incorpora informació sobre els trams de carreteres amb més risc de sinistralitat (“Trams de risc viari”), una eina per calcular rutes entre dos punts (“Calculador de la ruta”) i l'accés al portal mòbil de trànsit, que informa sobre les prestacions d'un nou servei que permet consultar l'estat viari a través del mòbil (“Portal mòbil de trànsit”). Pel que fa a la pestanya de “Premsa i comunicació”, incorpora enllaços a “Campanyes publicitàries” i “Infotrànsit”, que, com en el web antic, es troben ubicades a “Seguretat viària”, i “Consultes estadístiques”, un nou servei que permet als usuaris consultar els índex de sinistralitat catalans. La resta de continguts són idèntics al lloc anterior (vegeu Figura 2).

FIGURA 2. Detall de la pàgina “Premsa i comunicació” del nou web de l'SCT

Trànsit > Premsa i comunicació Envia | Imprimeix

**Premsa i comunicació**

L'Oficina de Premsa i Comunicació del Servei Català de Trànsit és la unitat responsable de gestionar qualsevol petició realitzada pels mitjans de comunicació relacionada amb qualsevol dels aspectes de mobilitat, de seguretat viària i de gestió del trànsit a Catalunya. Però també s'encarrega de planificar, dissenyar i coordinar totes les accions comunicatives dirigides al gran públic o a públics específics.

En aquest apartat trobareu les convocatòries, les notes i els dossiers de premsa, així com les campanyes publicitàries i les accions divulgatives dutes a terme per l'SCT. També la revista InfoTrànsit, que s'edita trimestralment.

<p><b>Convocatòries de premsa</b></p> <p>Informació completa de les rodes de premsa del Servei Català de Trànsit.</p>	<p><b>InfoTrànsit</b></p> <p>Publicació trimestral del Servei Català de Trànsit en què es tracten temes relacionats amb la seguretat viària.</p>
<p><b>Notes i dossiers de premsa</b></p> <p>Documentació elaborada i material gràfic relacionat sobre notícies i temes destacats del Servei Català de Trànsit.</p>	<p><b>Crònica de l'estat del trànsit</b></p> <p>Us podeu descarregar la darrera crònica sobre les incidències viàries.</p>

Font: SCT

## 10.2. El departament de premsa

El gabinet de premsa i comunicació de l'SCT va començar a funcionar l'1 de desembre de l'any 2000, just quan la Policia de la Generalitat-Mossos d'Esquadra va començar a controlar el trànsit en la totalitat de Catalunya. L'equip original l'integraven quatre periodistes, coordinades per una responsable, que treballaven en règim de rotació de torns per cobrir tots els dies de la setmana (inclosos caps de setmana i festius), excepte en horari nocturn. Des de desembre de 2007, la plantilla treballa dividida en dues seus com a conseqüència del trasllat de part de l'organisme a la nova seu del DIRIP, de la qual l'SCT depèn orgànicament. El setembre de 2008, quan va acabar el treball de camp en el Servei, l'oficina estava formada per vuit treballadores (totes dones): quatre periodistes que rotaven, dues més amb horari fix i una

<sup>51</sup> Rafael Conte, cap de Secció de Gestió del CIVICAT. Entrevista personal el 7 d'agost de 2006. Des de desembre de 2006 i fins setembre de 2008, Conte va integrar l'Oficina del Pla de Seguretat Viària (OPSV).

<sup>52</sup> Lluís Serrano, cap de Servei de Gestió del Trànsit. Entrevista personal el 4 de setembre de 2006.

administrativa. Totes elles depenien de la màxima jerarquia de la institució, el seu director, una condició que autors com Martínez Solana (2004: 97) consideren indispensable perquè aquestes oficines esdevinguin eficaces.

La feina que desenvolupa el gabinet es divideix en dues grans àrees. La primera s'ocupa de dissenyar i planificar les campanyes i accions publicitàries per prevenir els accidents de trànsit mentre que la segona se centra preferentment en les relacions amb els mitjans de comunicació. En aquest cas, l'oficina actua com a pont entre les necessitats informatives dels periodistes i l'oferta de continguts de l'organisme. Les pròpies integrants són conscients d'aquesta separació, ja que distingeixen entre tasques de perfil més *periodístic*, és a dir, aquelles relacionades amb l'atenció telefònica als mitjans, elaboració de cròniques i, en ocasions, la preparació i execució de rodes de premsa així com la redacció de notes, convocatòries i dossiers. Amb tot, aquestes labors també es poden emprendre des de l'altre bloc de funcions del gabinet, les *comunicatives*, que engloben les accions relacionades amb la planificació i supervisió de campanyes de publicitat, gestió de marxandatge, organització de jornades tècniques, congressos, etc. En tots dos casos, l'objectiu és produir materials amb els quals els informadors puguin elaborar notícies sense excessives dificultats, en el marc de la creixent activitat promocional de les fonts d'informació (Cottle, 2003). És a dir, documents en la línia dels subsidis informatius que menciona Gandy (1982), fàcilment identificables amb la *publicity* que descriuen autors clàssics de les relacions públiques com Cutlip, Center i Brom (2001: 41).

En funció de la situació comunicativa concreta, la feina de l'oficina s'executa des d'una de les dues seus diferents que té i s'aprofita de les sinergies amb altres departaments de l'organisme o fins i tot d'altres àrees igualment dependents del DIRIP:

- a. Centre d'Informació Viària de Catalunya (CIVICAT): Les periodistes que informen sobre l'estat del trànsit ho fan desplaçades en aquestes instal·lacions des d'on es recullen, gestionen i difonen públicament les dades sobre mobilitat a Catalunya. El CIVICAT actua així com a proveïdor públic de continguts de trànsit, condició indispensable per a l'existència d'un servei de telecomunicacions i informació tecnològiques aplicades al transport (EMCT, 1995). Les periodistes del gabinet i els treballadors del Centre usen els mateixos programaris informàtics: el Concentrador d'Informació de Trànsit (CIT) i l'aplicació per visionar les imatges de les càmeres de control de trànsit. Tant el CIVICAT com el gabinet de premsa treballen de manera estreta amb l'Àrea de Tecnologies de la Informació que s'encarrega del manteniment dels programaris abans enumerats i també de la resta d'aplicacions corporatives de l'SCT, entre elles, la pàgina web de l'organisme. De fet, la informació sobre estat del trànsit que conté aquest lloc prové directament del CIT.
- b. Seu central de l'SCT: Quan es tracta de concebre i coordinar campanyes de comunicació, jornades, congressos, marxandatge, és a dir, per a les activitats comunicatives, emprant les paraules del propi gabinet, es treballa prioritàriament des de la seu principal de l'organisme. És allà on són els responsables amb qui cal reunir-se per dur a terme aquestes funcions. La font d'informació bàsica són, doncs, les reunions internes amb l'equip directiu que serveixen per estar al dia de les activitats, iniciatives i propostes del Servei, establir estratègies comunicatives i definir les prioritats informatives. Paral·lelament, també es mantenen contactes amb els responsables de la resta dels gabinets de premsa i comunicació adscrits al DIRIP per coordinar-se en les línies d'actuació definides per aquesta oficina.



- c. Altres seus vinculades al DIRIP: En casos d'emergències, com episodis de nevades, incendis forestals, vagues de transportistes o accidents amb un elevat nombre de víctimes mortals, la gestió comunicativa s'ha d'abordar de manera conjunta per l'SCT, els Mossos d'Esquadra i els Bombers de la Generalitat, tots tres amb competències en la resolució d'aquestes situacions. En aquests casos, les oficines implicades treballen integrades. Habitualment, part de l'equip del Servei es trasllada a la seu del Departament d'Interior, a Barcelona, o bé al Centre d'Emergències de Catalunya (CECAT), a Bellaterra, en funció del lloc on es trobin els responsables de gestionar l'emergència concreta que es doni.

### 10.3. Condicions prèvies per a la convergència

Sempre que es parla de convergència, s'al·ludeix a una certa dissolució de les fronteres que delimiten els mitjans de comunicació i les seves respectives rutines productives (Masip, Micó i Domingo, 2009). Es tracta d'un procés que incideix globalment en les redaccions, tant des del punt de vista de la tecnologia, com dels professionals que hi treballen com les continguts que arriben al públic (García Avilés, 2002; Salaverría, 2003; Salaverría i García Avilés, 2008). El seus antecedents directes són les processos de digitalització i concentració que van començar a experimentar les empreses informatives a la dècada dels noranta i que encara modelen l'ecosistema comunicatiu. A partir d'aquí, la convergència s'ha abordat de manera preferent en les redaccions dels diaris, ràdios, televisions, mitjans en línia (Cottle i Ashton, 1999; Hickey, 2000; Huang et al., 2004, 2006; Ketterer et al., 2004; Dupagne i Garrison, 2006; Lawson-Borders, 2006; Domingo et al., 2007; García Avilés i Carvajal, 2008; Masip i Micó, 2010) i, en menor mesura, en les agències de notícies (Gordillo i Nogué, 2008). Però és més estrany fer-ho des de la perspectiva del gabinets de premsa ubicats en organismes de naturalesa pública o privada, malgrat la importància estratègica que té la comunicació per a les empreses. Com a fonts, juguen un destacat paper en el procés informatiu, ja que representen el seu punt de partida i base fonamental (Cesareo, 1986; Manning, 2001).

Per tant, per analitzar la convergència en l'oficina de premsa de l'SCT es partirà de la definició que habitualment es dona del fenomen. Això és, es parlarà d'un procés derivat de la digitalització dels mitjans de comunicació i la concentració empresarial en el sector. D'aquesta manera, es propicia la confluència de tasques, funcions, perfils i espais de treball, i, a més, s'afavoreix la diversificació de plataformes a través de les quals es difon la informació i els rols que juguen uns professionals cada cop més polivalents i multimèdia i uns usuaris més actius i participatius (Micó, 2009). No obstant, s'adaptarà l'anterior a les particularitats de l'objecte d'estudi, els gabinets de premsa i comunicació. Es començarà pel mateix punt d'inici: la digitalització i la progressiva col·laboració i cooperació entre departaments independents que, en alguns casos, no tenen res a veure amb el tracte directe amb els mitjans de comunicació. O fins i tot, amb institucions externes. Com a conseqüència d'això, apareixen maneres diferents d'organitzar la feina i noves plataformes per distribuir materials informatius alternatius als tradicionals. Per fer front a aquesta realitat, els professionals que hi treballen es tornen més versàtils i polivalents. Però en cap cas es dissenyen nous mecanismes per incentivar la interacció virtual entre la font i els periodistes que la consulten.

Així doncs, a l'hora de parlar de les condicions prèvies per a la convergència es partirà dels dos factors ja examinats en investigacions precedents, tradicionalment aplicades a les redaccions dels mitjans. S'adaptaran de la següent manera:

- a. La digitalització dels processos de recopilació, tractament i difusió dels continguts adreçats als periodistes, el seu públic natural, tot i que, com es

veurà, no sempre s'han implementat amb l'objectiu d'informar aquests professionals. Gràcies a la tecnologia, cada cop esdevenen més automàtics i mecànics de manera que la feina resultant es pot aprofitar per diversos departaments de la mateixa institució o fins i tot per altres àrees d'organismes afins.

- b. La col·laboració i coordinació, entesa com el treball conjunt de diferents entitats relacionades entre si i que funcionen sota una mateixa direcció. De la mateixa manera que els grups informatius acumulen empreses fins a constituir grans conglomerats de comunicació, les àrees de comunicació dels organismes també experimenten amb noves estructures que els permeten optimitzar esforços per complir amb la seva funció informativa. D'aquesta manera, l'observació ha permès detectar diversos graus de col·laboració i també de coordinació entre departaments d'un mateix organisme i fins i tot amb institucions externes. Per tant, en aquest apartat no es parlarà tant de concentració sinó de mecanismes de col·laboració (quan es treballi conjuntament per realitzar una activitat) i coordinació (quan es concerten mitjans i esforços per un treball comú).

Es començarà per explicar les innovacions tecnològiques amb què treballen habitualment els integrants dels departaments de premsa. Aquestes utilitats, algunes d'elles aparegudes quan les rutines productives dels periodistes d'aquestes oficines ja estaven consolidades, no solen ser d'ús exclusiu dels seus professionals sinó que també les utilitzen altres treballadors. Permeten agilitar al màxim la recollida, tractament i difusió d'informació i, fins a cert punt, faciliten la coordinació entre les diverses àrees en què es divideixen els organismes examinats. En aquest punt, es detectaran i descriuran les fórmules de col·laboració i coordinació que s'estableixen entre aquests departaments i també, amb d'altres institucions, quan sigui necessari. D'aquesta manera, es farà un paral·lelisme entre aquesta situació i les polítiques que desemboquen en la creació de grups multimèdia o conglomerats de comunicació.

### 10.3.1. Digitalització

En el cas concret de l'SCT, s'han implementat diversos mecanismes per produir continguts informatius amb la màxima eficiència tant des del punt de vista de la cobertura d'un fet concret, com en les fases de recopilació, tractament i difusió de les dades relatives al mateix. Especialment, les referides a la mobilitat. El motor per aconseguir-ho és la tecnologia, entesa com un "canal de servei" per a l'usuari, capaç de fer-li arribar la informació que necessita completament personalitzada, però amb el "valor afegit" dels mitjans de comunicació.<sup>53</sup> I és a partir de l'element tecnològic que bona part de la labor del gabinet s'organitza, especialment quan es tracta de facilitar informació de servei, això és, dades sobre l'estat del trànsit. Per fer-ho, es disposa de les següents eines, detectades en el transcurs de l'observació participant: el Concentrador d'Informació de Trànsit (CIT), el web i l'aplicació de consulta de les càmeres de trànsit. Totes tres permeten reunir, tractar i distribuir continguts sobre mobilitat en diversos suports (text, infografia, imatges en moviment, etc.). Les integrants del gabinet també hi tenen accés, tot i que amb algunes limitacions. Per exemple, poden consultar el CIT però no manipular-lo mentre que la plantilla que treballa a la seu del DIRIP, normalment més ocupada en labors relacionades amb el que l'oficina identifica com a *comunicació*, no disposa de l'última de les tecnologies esmentades. A continuació, se n'expliquen les característiques i prestacions.

<sup>53</sup> Josep Pérez Moya, director de l'SCT des de desembre de 2006. Entrevista personal el 15 d'abril de 2008.

El CIT és un programari que recull, gestiona i difon les dades sobre circulació a Catalunya que arriben al CIVICAT, expliquen dos responsables de l'SCT.<sup>54</sup> Ho fa a través de diverses fonts: Mossos d'Esquadra, concessionàries d'autopistes, titulars de vies públiques, càmeres de control de trànsit, helicòpters i avioneta de vigilància del trànsit, les ETD<sup>55</sup> i l'EMIV.<sup>56</sup> Sempre que hi arriba una informació nova, els operadors la verifiquen i la donen d'alta o "validen", emprant les seves paraules. Un cop fet això, la dada en qüestió no només queda registrada al CIT sinó que automàticament apareix en el web de l'organisme, d'accés públic. També es pot distribuir a través del telèfon mòbil i fins i tot es cedeix a terceres empreses, prèviament autoritzades pel Servei, perquè les exploti oportunament. Aquest és el cas de canal 3/24 de la Televisió de Catalunya: amb aquest material confeccionen automàticament el mapa que els serveix per informar sobre el trànsit així com la banda d'informació contínua o *ticker* que apareix a la part inferior de la pantalla de les seves emissions. A escala interna, les dades emmagatzemades pel CIT serveixen per nodrir una base de dades concebuda com un *data warehouse* apta per elaborar estadístiques de tot tipus i també per realitzar consultes històriques sobre l'evolució en hores, quilòmetres i grau d'afectació de les incidències viàries, una informació que no és accessible en línia.

Les pàgines del web de l'SCT on apareixen les dades sobre mobilitat recollides pel CIT són "Estat del Trànsit" i "Incidències viàries". En el primer cas, l'usuari accedeix a un mapa interactiu en format flash on el nivell de dificultat per circular s'indica amb un sistema de quatre colors. Conté informació sobre retencions, obres, instal·lació de cons i meteorologia adversa que afecta la xarxa viària que els responsables del Servei considera com a "principal", per evitar que l'elevat volum de dades que es gestiona dificulti l'accés i la interacció amb aquest servei. El mapa també ofereix la possibilitat de consultar part de les càmeres de control de trànsit de l'organisme (les ubicades a l'àrea metropolitana de Barcelona) i el temps de recorregut o l'estimació, en minuts, del que trigarà un conductor en arribar a la capital per determinades carreteres. Una de les fórmules plantejades pels periodistes experts en trànsit per fer aquesta informació més atractiva i útil (Broadcaster, 2004; Peinado, 2006). A "Incidències viàries", per contra, les dades es presenten en forma de taula estructurada en onze apartats (vegeu Figura 3) que segueixen el mateix criteri que s'aplica des de l'enginyeria per localitzar les retencions: amb "una frase que descriu on està el problema i què està passant", indica Rafael Conte.<sup>57</sup>

FIGURA 3. Afectació viària al web, estructurada en els onze apartats informatius

Llistat d'afectacions segons els criteris: Tipus: Retenció Obres Cons Meteorologia Port Demarcació: Lleida Ordenat per: carretera									Data última actualització 06/12/2006 20:20:08	
Tipus d'afectació	Causes i observacions	Nivell d'afectació	Carretera	Km inicial	Km final	Sentit	Cap a	Població	Demarcació	Data-hora inicial
Obres	Grans obres	Calçada restringida	A-2	474,00	497,00	Ambdós sentits	DESVIAMENTS DE CALÇADA	BELL-LLOC D'URGELL	Lleida	18-10-2006 12:55

Font: SCT

<sup>54</sup> Rafael Conte, cap de Secció de Gestió del CIVICAT, i Josep Marsellès, membre de l'Oficina del Pla Català de Seguretat Viària. Entrevistes personals el 7 i 16 d'agost de 2006, respectivament.

<sup>55</sup> L'Estació de Presa de Dades (ETD en les sigles en espanyol: Estación de Toma de Datos) és un artefacte que permet comptar automàticament els vehicles que circulen en un punt determinat. Serveix per calcular els vehicles que surten d'una ciutat o les previsions de desplaçaments.

<sup>56</sup> L'Equip Mòbil d'Informació Viària (EMIV) està integrat per un grup de persones que rastregen la xarxa viària comprovant l'abast i gravetat de les cues.

<sup>57</sup> Rafael Conte, cap de Secció de Gestió del CIVICAT fins a desembre de 2006 i membre de l'Oficina del Pla de Seguretat Viària (OPSV) fins a setembre de 2008. Entrevista personal el 10 d'agost de 2007.

En principi, tot el que recull aquesta pàgina ha estat prèviament verificat pels operadors del CIVICAT, com s'ha explicat anteriorment. Si bé aquest procés és força mecànic, ha vegades hi apareixen errors: municipis de referència equivocats, faltes d'ortografia, errates... atribuïbles a una validació poc acurada. En altres ocasions, el disseny de la pàgina no permet explicar fàcilment què passa, com per exemple, quan es tracta d'informar sobre retencions que es produeixen en vies diferents però es troben relacionades entre elles. Això és el que va passar el 6 de febrer de 2007 a Vilafranca del Penedès (Alt Penedès, Barcelona), amb un accident que afectava la N-340 i l'AP-7. La pàgina "Incidències viàries" contenia dos registres (un per cada via), el que podia fer pensar que es tractava de dos sinistres diferents quan en realitat només se'n tractava d'un (vegeu Annex 8). En aquests casos, és el gabinet de premsa l'encarregat d'aclarir als periodistes que li truquen, amb una comunicació més personal, què ha passat i l'abast i gravetat de l'incident.

Tot i que el mapa interactiu de la secció "Estat del Trànsit" permet que l'usuari consulti algunes de les càmeres de control de trànsit de l'organisme, les periodistes del gabinet recorren a una altra utilitat tècnica si les televisions volen obtenir imatges aptes per emetre. Es tracta d'un programa que es troba incorporat a un dels ordinadors de l'oficina i que els facilita el visionat des del mateix monitor. L'aplicació és força intuïtiva, ja que situa les càmeres en un mapa de Catalunya perquè sigui fàcil ubicar-les. És tracta del mateix *software* que usen els operadors del centre amb l'única diferència que el que es troba instal·lat en el gabinet permet enviar les imatges, per fibra òptica, fins un repetidor que l'empresa Tradia<sup>58</sup> té instal·lat a Barcelona. Des d'aquí, les televisions interessades se les poden baixar als seus estudis. Són les pròpies emissores les que decideixen si volen retransmetre-les en directe com, per exemple, en casos d'operacions especials de trànsit per il·lustrar les seves cròniques, o bé enregistrar-les per emetre-les en diferit. Les úniques excepcions són els canals del grup Sogecable CNN+ i Cuatro amb un ordinador propi amb què fer les connexions i Televisió de Catalunya, amb una instal·lació pròpia.

### 10.3.2. Coordinació i col·laboració

El treball de camp a l'SCT ha permès deduir que és a partir de l'element tecnològic que bona part de la labor del gabinet s'organitza, una característica que també s'observarà en les altres oficines estudiades ubicades dins d'institucions públiques que s'examinaran en les properes seccions d'aquest treball. Especialment, això passa quan es tracta de facilitar informació de servei, és a dir, dades sobre l'estat del trànsit. En aquest punt, és inevitable que la feina de les seves integrants s'aprofiti del recursos tècnics i humans del CIVICAT, on els processos anteriorment descrits estan mecanitzats al màxim com a conseqüència de la digitalització. En última instància, els treballadors de totes dues àrees estan obligats a coordinar-se d'alguna manera, ja que les seves funcions acaben per convergir: difonen públicament les dades sobre mobilitat. I per fer-ho, fan servir les mateixes eines, com acabem de veure. En aquest context, no resultava estrany que, en algun moment determinat, des del gabinet de premsa es demanés a la sala de control que es donés d'alta una incidència d'una manera concreta o, directament, que es pengés una informació al web sobre trànsit després de rebre alguna trucada telefònica d'un periodista preguntant sobre alguna qüestió, demanant que s'aclarís alguna dada, etc.

Aquestes sinergies no només es produeixen entre les divisions que conformen del Servei sinó que també s'exigeixen amb altres àrees vinculades amb l'atenció als mitjans de comunicació externes a la institució abans esmentada. Aquest és el cas

<sup>58</sup> L'empresa Tradia, del grup Abertis Telecom, gestiona xarxes i infraestructures de comunicació. Dóna serveis audiovisuals per a radiodifusors, radiocomunicacions per a administracions públiques i grups tancats d'usuaris i serveis de telecomunicacions per a operadors.

dels gabinets de premsa de Mossos d'Esquadra, Bombers de la Generalitat o el propi del DIRIP, departament del govern català que aixopluga la feina dels organismes abans esmentats. Orgànicament, és aquest departament el que es troba al capdavant de la gestió dels successos, trànsit, emergències, jocs i espectacles a Catalunya. Per tant, és lògic que vulgui coordinar la feina de totes les àrees anteriors. Cadascuna d'elles disposa a més d'una oficina pròpia força autònoma: en ocasions, els límits que separen les informacions que uns i altres poden donar no estan clars per la qual cosa es poden solapar missatges o, el que és pitjor, entrar en contradiccions. Possibilitats que una feina coordinada eliminaria. Aquesta idea es va detectar amb força durant la part final de l'observació, que va coincidir amb un canvi de direcció tant al Servei com a DIRIP. Els responsables de premsa d'aquest últim òrgan van insistir molt en la necessitat que confluïssin els esforços comunicatius de les direccions generals adscrites a la Conselleria fins al punt d'arribar a funcionar com a una única oficina si era necessari, com es veurà més endavant.

Així, l'observació participant estableix l'existència de:

- a. Coordinació entre gabinet de premsa i CIVICAT: Es dóna entre les integrants de l'oficina i els operadors de trànsit del centre. És la més habitual, sobretot a l'hora d'informar sobre circulació.
- b. Col·laboració entre els diversos gabinets de premsa de la Conselleria: Es dóna quan apareix un tema que afecta per igual la feina de les oficines amb l'objectiu de decidir quins missatges dóna cadascun dels departaments sense contradir-se. En ocasions, produeixen la informació de manera conjunta.
- c. Col·laboració entre el gabinet de premsa de l'SCT i d'altres institucions externes: Es dóna quan el Servei organitza algun esdeveniment amb l'ajuda d'una entitat externa. En aquests casos, les institucions implicades envien informació prèviament pactada entre elles. Es el cas de les activitats dissenyades, programades i planificades conjuntament amb el RACC, per exemple. Cada organisme envia la nota de premsa amb el seu propi format i a la seva pròpia agenda de mitjans.

#### 10.4. Dimensions de la convergència

Un dels models més usats a l'hora d'examinar la implantació de la convergència en les redaccions informatives prové de Dailey, Demo i Spillman (2005). Com s'ha explicat al punt 8.3 Dimensions, al marc teòric, l'esquema que ells proposen estructura el fenomen en cinc passos consecutius i indispensables. És a dir, si no s'arriba a la cinquena i última etapa, no és possible assegurar que un mitjà determinat és convergent. Malgrat d'èxit de la seva proposta, altres autors prefereixen parlar de *dimensions*, un concepte més integrador, ja que planteja la possibilitat d'abordar la convergència com una gradació. D'aquesta manera, hi ha mitjans més o menys convergents, sense que hi hagi la necessitat d'arribar a una meta determinada. Les àrees que habitualment s'examinen són les següents: producció integrada, professionals polivalents, distribució multiplataforma i audiències actives (Domingo et al, 2007; Masip i Micó, 2010). Tanmateix, els estudis que fan aquesta aproximació no renuncien a incorporar elements de l'anterior model (promoció creuada, clonació, *coopetició*, multiplataforma) a l'hora d'explicar les característiques del fenomen en una redacció determinada.

Per tant, en la present investigació, se seguirà aquesta mateixa línia però en funció de les característiques dels gabinets de premsa i comunicació. Uns departaments la funció primordial dels quals és facilitar continguts informatius a periodistes que treballen en qualsevol suport, però sense perdre de vista en cap moment els objectius de notorietat i imatge pública de l'organisme en el qual s'ubiquen (Westphalen, 1996). En

aquesta secció, s'aplicarà l'esquema a l'SCT. Posteriorment, es farà el mateix amb a la resta d'oficines analitzades. Així, es parlarà de:

- a. Producció integrada, per determinar quins mecanismes existeixen per produir els continguts informatius que arriben als periodistes. Aquí es detectaran les fórmules que s'han posat en marxa en els gabinets per aconseguir aquest objectiu. Es buscaran propostes idèntiques o similars a les ja detectades als mitjans: promoció creuada, clonació de continguts, *coopetició* i redaccions integrades. En aquest últim cas, es parlarà de gabinets i no de redaccions degut a la naturalesa de l'objecte d'estudi.
- b. Distribució multiplataforma, per enumerar i descriure les diferents plataformes amb què compta el gabinet per distribuir els seus continguts informatius entre els periodistes i que no sempre han estat dissenyades específicament amb aquest objectiu. Es troba directament relacionada amb l'anterior, ja que en funció de les fórmules dutes a terme per produir els continguts variaran els canals de distribució.
- c. Polivalència periodística, per analitzar les transformacions del perfil laboral dels periodistes que treballen en el gabinet, ja sigui perquè es fan càrrec de tot o una bona part del procés productiu (polivalència tecnològica), produeixen continguts per a diversos suports (polivalència mediàtica), tracten informacions de diversos àmbits (polivalència temàtica) o bé assumeixen tasques no periodístiques sinó pròpies d'altres àmbits (polivalència funcional). La majoria d'aquestes mutacions vénen provocades per la irrupció de la tecnologia digital en el seu àmbit laboral, el que ha obligat als treballadors a actualitzar els seus coneixements i habilitats tècniques.
- d. Interactivitat, per determinar de quina manera el gabinet controla l'accés dels periodistes a la informació que difon l'organisme a partir de la tecnologia digital. Els estudis que aborden la convergència en les redaccions bategen aquest punt amb el nom d'audiències actives. Aquí, però, s'ha optat per canviar la denominació: el públic natural dels gabinets són els informadors que, normalment, ja s'adrecen de manera activa a les seves fonts en busca de material per confeccionar les seves peces. Es tracta d'un procés negociador basat en el control de la informació per part de les dues parts (Ericson, Baranek i Chan, 1989) on la interacció és implícita. El que interessa, doncs, és examinar com la font usa les propietats interactives de la tecnologia digital per regular l'accés dels professionals a aquesta informació. El que no deixa de ser una forma de perversió comunicativa: formalment s'incita al diàleg, però en el fons es desactiva. Aquesta idea queda recollida a les conclusions sota el nom de *comunicació perversa*.

#### 10.4.1. Producció integrada

La majoria de situacions comunicatives que tenen a veure amb els mitjans de comunicació es resol a partir l'atenció telefònica que les periodistes de l'oficina efectuen als periodistes. Així, la trucada es la via a partir de la qual els informadors sol·liciten i accedeixen als continguts informatius que necessiten per elaborar les seves cròniques, segons es desprèn de l'observació participant. I així ho reconeixen també les mateixes treballadores quan senyalen que el telèfon és "sens dubte l'eina més utilitzada".<sup>59</sup> No obstant això, es complementa amb altres fórmules que, en ocasions, arriben a substituir aquest mecanisme. És a dir, en el treball de camp es van detectar

<sup>59</sup> Verònica Pardo, cap de premsa i comunicació de l'SCT. Entrevista personal el 8 de febrer de 2007.

diverses experiències convergents que conviuen amb naturalitat en el si de l'oficina. La seva elecció variava en funció del moment:

- a. **Clonació de continguts:** Es refereix a la tàctica de reproduir literalment els continguts d'un mitjà de comunicació en un altre, habitualment del mateix grup. En el cas del gabinet de premsa de l'SCT, és freqüent que les periodistes es limitin a reproduir les dades que conté la pàgina "Incidències viàries" del web de l'organisme sense afegir cap més element que doni un valor afegit a la informació. De fet, es fa amb la pràctica totalitat de trucades que es reben. Tal i com es va comprovar durant l'observació participant, com a molt es complementen les dades amb el CIT o consultant alguna càmera de control del trànsit. Més escasses són les trucades telefòniques a gabinets de la mateixa Conselleria, com el dels Mossos d'Esquadra o bé el dels Bombers.
- b. **Promoció creuada:** És una de les pràctiques més comunes i senzilles que, en els mitjans de comunicació, es concreten en referències en forma de paraules o continguts visuals que serveixen per publicitar continguts d'un altre mitjà associat al grup. En el cas de l'SCT, és freqüent que les periodistes de gabinet recordin als periodistes que les telefonen que el web conté la informació que necessiten sobre mobilitat, una roda de premsa, unes estadístiques concretes... En ocasions, directament els reenvien al web. Especialment quan suporten un volum excessiu de trucades perquè hi ha hagut algun accident, per exemple, però també quan estan fora de l'oficina (en alguna reunió, etc.). Una situació que es va accentuar quan les professionals del gabinet van guanyar en polivalència laboral i van començar a assumir funcions diferents a l'atenció als mitjans de comunicació.
- c. **Coopetició:** De la mateixa manera que els mitjans aprofiten per posar en marxa pràctiques de convergència moderada quan hi ha esdeveniments de transcendència, l'SCT aprofita per fer el mateix amb aquelles activitats que organitza conjuntament amb el RACC (presentació d'algun estudi, iniciatives preventives, etc.). Aquí els dos gabinets es posen d'acord en l'organització i difusió pública, amb notes de premsa amb continguts similars. No se sol enviar un únic document, sinó que cada organisme empra les seves plantilles respectives i recorre a la seva pròpia agenda de mitjans per fer-ne la distribució (vegeu Annex 9).
- d. **Gabinets integrats:** En determinades ocasions, els gabinets de premsa dels organismes adscrits al DIRIP treballen de manera única i coordinada. Això passa quan es dóna alguna situació d'emergència, com unes nevades o un incendi forestal, on cadascuna de les oficines té la possibilitat d'informar sobre algun aspecte concret del tema: talls de trànsit (SCT), evacuacions (Mossos d'Esquadra), evolució del foc (Bombers), etc. En aquests casos, cada gabinet aporta la informació necessària per elaborar les notes de premsa conjuntes que després es repartiran entre els periodistes. Normalment, un representant de cadascun d'ells es desplaça fins al centre de control des del qual es gestiona l'emergència. Així es va fer durant la vaga de transportistes declarada a Espanya el maig de 2008: tota la informació es va distribuir des de la seu del DIRIP a partir de les dades subministrades per les oficines de premsa que depenen de la Conselleria (González i Micó, 2009).

Com en el cas de les redaccions que opten per algun tipus d'integració, la posada en marxa d'alguna d'aquestes pràctiques pot comportar problemes derivats dels

diferents ritmes productius de cadascun dels actors implicats, en alguns casos, per culpa de les respectives pràctiques i cultures laborals. Per exemple, el CIT, que està a la base de tota la informació de servei que distribueix l'organisme, s'actualitza al ritme que marquen els operadors del CIVICAT, que no coincideix necessàriament amb el que treballen les periodistes de l'oficina de premsa ni amb els professionals que cobreixen el trànsit des de les redaccions. I aquesta realitat pot generar tensions relacionades amb la presumpta caducitat de les incidències viàries, especialment quan s'acosta l'hora d'emetre una crònica. El mateix passa quan Mossos, Bombers i Trànsit han de treballar conjuntament. En ocasions, les rutines productives pròpies d'algun gabinet són qüestionades pels companys de la resta perquè no s'adeqüen a les seves pràctiques o a les particularitats de la informació amb què treballen. Així, en casos d'accidents és més freqüent que des de Trànsit es busqui confirmar amb celeritat un possible tall de carretera mentre que Mossos valori més el rescat i l'estat de les víctimes.

#### 10.4.2. Distribució multiplataforma

Per distribució multiplataforma s'entén, com s'ha explicat a l'apartat 8.3.2 del marc teòric, la possibilitat de difondre continguts informatius de manera coordinada i automàtica a través dels mitjans associats a un mateix grup de comunicació. Tot adaptant aquesta realitat a la de l'SCT, l'observació participant permet concloure que l'organisme distribueix els materials que produeix (text, imatge fixa i en moviment i so) a través de diferents canals fins arribar als periodistes. Aquestes vies de distribució són el telèfon (mòbil i fix), internet (lloc web, correu electrònic, sales de premsa corporatives) i fibra òptica (imatges servides a les televisions). Són plataformes que es van anar incorporant a mesura que evolucionava l'organisme, tot i que algunes d'elles no van originalment concebudes per als periodistes sinó per al públic en general, com per exemple, és el cas d'algunes seccions del web<sup>60</sup> o del mòbil. En qualsevol cas, la seva integració dins l'àmbit de treball de les periodistes del gabinet té a veure amb la progressiva digitalització de tots els processos de captació, tractament i difusió de les dades de trànsit que van impregnar decisivament les rutines productives del gabinet. En especial, a l'hora d'informar sobre mobilitat, que és quan la feina de l'oficina es recolza de manera clara en la labor del CIVICAT. A continuació, repassem un per un els canals establerts abans enumerats:

- a. El telèfon: Mòbil o fix, és el mecanisme més utilitzat pel gabinet per distribuir entre els periodistes la informació que genera, ja sigui sobre l'estat del trànsit o bé sobre les activitats que du a terme l'organisme (congressos, jornades, estadístiques, campanyes de publicitat, etc.). De fet, és la primera fórmula que es va fer servir per relacionar-se amb els informadors, que continuen trucant a l'oficina no només per demanar dades diverses sinó també per contrastar, ampliar o matisar les que obtenen a través d'altres vies, com el web de l'organisme.

L'SCT permet que els terminals mòbils amb tecnologia WAP puguin accedir a determinada informació generada per l'organisme: les incidències viàries en temps real (per demarcació, comarques i carretera), les adreces i telèfons d'interès, les restriccions de circulació i consells de seguretat viària. Però, des del mes d'abril de 2010, el servei de consulta sobre l'estat del trànsit en temps real via mòbil incorpora el visionat de càmeres i, a més, passa a ser compatible amb la majoria de terminals. Existeix també la possibilitat d'apuntar-se al servei de subscripció a missatges d'avís d'incidències viàries a través del portal corporatiu de la Generalitat (que

<sup>60</sup> Ferran Cardona, cap de l'Àrea Funcional de Noves Tecnologies. Entrevista personal l'11 de juliol de 2006.



explota dades generades per l'SCT). Així es reben missatges al mòbil o al correu electrònic amb les retencions existents en una àrea i durant un temps prèviament determinat en el formulari de sol·licitud.

Des del gabinet de premsa, es va implementar a mitjan de 2008 un servei de missatgeria mòbil<sup>61</sup> adreçat específicament als periodistes que cobreixen la informació de trànsit a través del qual aquests informadors reben, en el seu terminal, recordatoris sobre rodes de premsa, declaracions sobre la marxa o “canutassos”, etc. Es tracta d'una utilitat que ja s'usava de manera interna, per exemple, per avisar als responsables de l'organisme d'algun accident greu i que després es va estendre per recordar-los l'emissió de reportatges, entrevistes pactades, etc. Després, es va començar a utilitzar per informar els periodistes, una funció que ja explotava en altres oficines adscrites al DIRIP, com la de Mossos o el propi gabinet de la Conselleria.

- b. Internet: Quan a mitjan de la dècada dels noranta, institucions i empreses van decidir saltar a la xarxa, la van concebre majoritàriament com un immens contenidor de dades i documents de tot tipus (Marken, 1995a). Bona part d'ells potencialment útils per als informadors com ara biografies, balanços, objectius, etc., disponibles en les sales de premsa o bé en altres seccions del lloc (Callison, 2003). Aquest patró es repeteix en el cas de l'SCT, la pàgina web del qual es pot entendre com un magatzem de materials diversos a disposició dels periodistes. Aquells que busquen informació viària tenen a la seva disposició les pàgines “Incidències viàries” i “Estat del trànsit”; les ràdios, la secció “Cròniques”, i, per a aquells més interessats en cobrir les rodes de premsa de l'organisme, la pestanya “Premsa”, des de la qual accedeixen a les convocatòries, notes, dossiers i memòries de l'oficina. Tots poden obtenir informació complementària en altres seccions del web en el cas que, per exemple, vulguin visionar els spots de trànsit a “Campanyes preventives”, llegir la revista que edita l'organisme (*Infotrànsit*), consultar estadístiques a “Estadístiques”, etc. El material disponible es troba en diversos formats, des de infogràfics interactius (mapa de trànsit), fins vídeos amb els spots televisius, cròniques digitals, etc.

A banda del web, els periodistes especialitzats en trànsit també obtenen informació de l'SCT a través del correu electrònic. Tot i que des dels seus inicis, les integrants del gabinet van disposar d'una adreça individual, que completava l'adreça genèrica de l'oficina (sct\_prensa@gencat.cat), el seu ús com a mecanisme de comunicació amb els periodistes no va ser immediat. En un primer moment, va ser el fax la via a través de la qual el gabinet enviava les convocatòries, notes i dossiers així com altra informació que demanaven. L'*e-mail* es va incorporar de manera natural a mesura que s'estenia entre periodistes, però també com a fórmula de comunicació interna entre el personal de l'SCT. Per al gabinet, es tracta d'una eina que “facilita en gran mesura les relacions amb tercers”, tant si es tracta de persones externes o internes.<sup>62</sup> La seva principal utilitat descansa en el fet que permet que el gabinet arribi a un elevat volum d'usuaris “en un espai molt curt de temps”.<sup>63</sup> En poc temps, es va fer habitual enviar la pràctica totalitat del material informatiu que generava el gabinet a través d'aquesta via ja sigui a petició del periodista o bé com una rutina més, com per exemple, en substitució del fax per enviar una nota de premsa, una

<sup>61</sup> El Servei és SMS Gestió de la companyia Orange.

<sup>62</sup> Verònica Pardo, cap de premsa i comunicació de l'SCT. Entrevista personal el 8 de febrer de 2007.

<sup>63</sup> Silvia del Amo, periodista del gabinet de premsa i comunicació de l'SCT. Entrevista personal el 6 de març de 2007.

convocatòria... No cal produir continguts nous, sinó simplement enviar el material ja elaborat com a document adjunt.

El setembre de 2007, va entrar en funcionament la sala de premsa del portal corporatiu de la Generalitat de Catalunya. Aquest servei pretén agrupar en un mateix espai virtual tot el material informatiu en suport textual i audiovisual que produeixen les oficines de premsa dels departaments del govern. Són els propis integrants de cadascú d'aquests gabinets els que, amb total autonomia, hi gestionen la publicació de les seves produccions. També hi poden adjuntar, sense ajuda de ningú, fotografies o arxius de so o vídeo si així ho estimen convenient. És possible gràcies a un gestor de continguts que permet penjar de manera fàcil aquesta informació al portal: només cal omplir uns formularis amb els camps (títol, subtítol, text...) predeterminats. La sala de premsa també permet enviar la informació generada en forma de nota de correu electrònic a l'agenda electrònica de cada gabinet. Tanmateix, aquesta eina conviu amb la secció de premsa del web del Servei, el manteniment del qual recau en l'àrea d'informàtica de l'organisme.

- c. La fibra òptica: Com s'ha comentat anteriorment, és possible que les imatges obtinguin imatges en moviment a temps real del que capten les càmeres d'informació de trànsit del CIVICAT, gràcies a una instal·lació de fibra òptica que uneix aquest centre amb un repetidor de l'empresa Tradia a Barcelona. Televisió de Catalunya i Sogecable en disposen d'una, de pròpia. Per seleccionar les imatges que s'envien, s'ha implementat un *software* específic (que també es va detectar als centres d'informació viària del País Basc i la DGT, a Madrid, com s'explicarà en la secció 11. Convergència comunicativa a la DT, DGT i el RACC) que facilita enormement aquest procés. L'aplicació també captura imatges fixes i, fins i tot vídeos.

#### 10.4.3. Polivalència periodística

La polivalència periodística es troba en el centre de les transformacions que afecten el perfil laboral dels informadors com a conseqüència de la convergència. En les redaccions, els periodistes es troben amb què han d'assumir noves i diverses funcions, molt diferents a les que executaven al començament (Dupagne i Garrison, 2006). En molts casos, això els obliga a actualitzar els seus coneixements o adquirir noves destreses tècniques amb què afrontar les noves exigències que apareixen en la seva feina. En els gabinets de premsa i comunicació, la situació és força similar. Així, la progressiva incorporació de nous estris i programaris amb què gestionar la informació de trànsit a l'àmbit laboral de les integrants del gabinet de l'SCT les va obligar a adaptar-se a les característiques de les innovacions que tenien al seu abast. Aquest procés va ser, fins a cert punt, natural, ja que l'oficina ja va néixer digitalitzada; per tant, les seves integrants són, en aquest sentit, unes natives digitals (Prensky, 2001). Un exemple de l'anterior van ser els *softwares* que permeten enviar les imatges de les càmeres del control de trànsit als estudis de televisió o enregistrar i pujar al web les cròniques que elaboren sobre mobilitat. Precisament aquesta última decisió, la de facilitar la informació viària en un arxiu d'àudio disponible al lloc de l'organisme, va ser la que va desencadenar les mutacions més significatives en el perfil professional de les periodistes de l'oficina de premsa del Servei.

Inicialment, les tasques informatives d'aquest gabinet eren molt similars a les desenvolupades per la resta d'oficines del DIRIP, com les de Bombers i Mossos d'Esquadra, ja que la responsable de premsa i comunicació del Servei provenia de la primera d'elles i va importar les seves rutines productives. Per això, bona part de la feina de les integrants de l'àrea de premsa de l'SCT consistia a atendre, principalment

per telèfon, les peticions dels periodistes, com ara, entrevistes o dades estadístiques i, sobretot, informació sobre l'estat del trànsit en forma de crònica gravada o en directe. Amb el temps, aquestes últimes peticions van desbordar el gabinet. Especialment, en un moment en què no era possible ampliar la plantilla de treballadors. Per solucionar-ho, es va optar per substituir aquesta producció per una altra, un arxiu en format *Moving Picture Experts Group (MPEG) Audio Layer 3*, això és, mp3, amb la crònica en format digital. Aquest format innovador va començar a funcionar el 20 de febrer de 2006 com a resposta al enorme volum d'informació que generaven les ràdios que impossibilitava atendre'n tota la demanda, tal i com va argumentar la responsable del gabinet en el correu electrònic on anunciava als responsables de les emissores radiofòniques l'arrencada del servei. A partir de llavors, van passar de rebre uns continguts adaptats a les seves necessitats horàries (quan ho volien) i geogràfiques (sobre el territori que cobrien) a haver-se de descarregar, en uns horaris fixats prèviament, una única peça on s'informa simultàniament sobre el conjunt de Catalunya, les entrades i sortides de Barcelona i cadascuna de les quatre demarcacions catalanes (Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona). Si en alguna d'elles no passa res s'usen expressions com "Hi ha fluïdesa", "Se circula amb normalitat" o "Sense problemes", tot i que també es recorre a facilitar consells viaris, uns breus missatges per fomentar la seguretat en la conducció i prevenir accidents.<sup>64</sup>

Quatre anys més tard, el gabinet va decidir tornar a les cròniques gravades o en directe, però sense prescindir de les emissions digitals. La desaparició del servei d'informació Radio Pista, de les concessionàries d'autopistes Acesa i Aucat, que oferia aquestes emissions a les ràdios interessades i el fet que el RACC només faciliti cròniques a la franja horària de matí, quan abans ho feia també per la tarda, estaria a la base d'aquesta decisió. Amb tot, l'entrada en funcionament de les cròniques en línia, que van continuar malgrat la tornada al format tradicional, va obligar al gabinet de premsa de l'SCT a adaptar-se tecnològicament. És a dir, es van instal·lar dos programes informàtics que permeten gravar i pujar la crònica al web: Audacity 1.2.3, posteriorment substituït pel Soundforge, i Nico-FTP 3.<sup>65</sup> Aquest últim ja es feia servir en altres àrees del Servei, per exemple, l'Àrea Funcional de Tecnologies de la Informació l'usava per penjar dossiers i altres documents en el lloc de l'organisme. El procés de formació de les periodistes va consistir en la reunió d'una d'elles amb un dels responsables de la citada àrea. Posteriorment, aquesta periodista va explicar a la resta de les seves companyes com funcionaven els programaris anteriorment citats, és a dir, es va convertir en una superusuària (Micó, 2006b). Aquest procés es va repetir, amb pocs canvis, amb cada novetat tecnològica que apareixia en l'entorn laboral del gabinet, per exemple, quan es va implantar el *software* que permet enviar als estudis televisius les imatges en moviment de les càmeres de trànsit, l'última versió del qual facilitava la captura de vídeos (de curta durada) i fotografies. Com a conseqüència d'aquestes innovacions, les integrants del gabinet de premsa de l'SCT van poder:

- a. Recollir informació en diferents suports: Com es va veure durant l'observació participant, aquest *software* de què s'acaba de parlar es va descobrir i potenciant a mesura que s'usava. És a dir, que en un primer moment les integrants del gabinet el concebien de manera restrictiva, això és, només per enviar les imatges a les emissores televisives que ho sol·licitaven i, normalment, en el moment en què ho feien. Així passava, per exemple, amb ocasió de les grans operacions de trànsit (vacances, Setmana Santa, etc.), moment que els espais informatius es bolquen a

<sup>64</sup> Les directrius van ser comunicades a les periodistes del gabinet mitjançant un correu electrònic enviat el dia 15 de febrer de 2006.

<sup>65</sup> Les pàgines consultades són <http://audacity.sourceforge.net/> i <http://www.nicosw.com/>.

cobrir aquest tipus d'informació. No obstant això, era relativament habitual que alguna cadena s'interessés per algun accident, retenció significativa o incidència de trànsit un cop aquesta ja estava resolta. En aquests casos, es demanava un vídeo o una fotografia il·lustrativa. Doncs bé, al començament, per obtenir aquest material era necessari adreçar-se al CIVICAT, més concretament al cap de sala, per extreure'l del seu ordinador. Però, com que els treballadors de la sala i les integrants del gabinet disposen del mateix equipament tecnològic, aquestes últimes van aprendre a fer-ho des de les seves terminals. No és una qüestió gaire complicada: només cal seleccionar una icona en forma de càmera de fotografia o de vídeo per genera l'arxiu en qüestió. Per tant, no n'hi havia prou amb tenir la capacitat tècnica, també calia un canvi de mentalitat: acostumar-se a guardar imatges fixes i en moviment quan passava algun incident en previsió de què algun periodista ho pogués demanar per confeccionar les seves notícies. En aquest sentit, la tasca del gabinet s'acosta a la que faria una agència de notícies digital, capaç de subministrar als seus abonats talls de veu, fotografies, imatges de vídeo... (Gordillo i Nogué, 2008: 52).

- b. Produir continguts per a diverses plataformes: A partir de l'entrada en vigor de les cròniques en línia, les integrants de l'oficina van deixar de elaborar continguts només per als periodistes que les trucaven i es van acostumar a produir-los també per al web de l'organisme. La nova producció depèn en exclusiva del gabinet: són les seves treballadores qui les redacten, locuten i pengen a la pàgina "Cròniques", l'única secció de lloc gestionada íntegrament per l'oficina. També van rebre formació per penjar informació textual a la secció "Notícies" de la pàgina d'inici del lloc corporatiu. Es fa a través d'un gestor que gestiona la publicació les dades (sense material audiovisual ni documents adjunts) a través d'etiquetes *HyperText Markup Language*, això és HTML, a la qual tenen accés. Es tracta només de textos sense fotografies ni documents adjunts. Per això, han de posar-se en contacte amb el departament d'informàtica de l'organisme, que també gestiona la pestanya "Premsa" del web. I, quan la sala de premsa de la Generalitat va entrar en funcionament, van aprendre a produir materials per aquest lloc.

Les integrants del gabinet del Servei també es van habitar a produir continguts televisius, ja sigui en forma d'imatges o informació pròpiament dita. Aquest és el cas de les cròniques sobre l'estat del trànsit per a CNN+, el canal d'informació contínua de Sogecable S.A., que van entrar en funcionament en març de 2008. Per elaborar-les, van adaptar el programari ja existent que permet visionar les càmeres de l'estat del trànsit des dels monitors del ordinadors personals de manera que les periodistes del Servei poguessin canviar-les (o "commutar-les", en paraules seves) en directe al mateix ritme que locuten la informació. El mecanisme és senzill: cada càmera del centre de control està identificada amb un codi determinat, que s'ha d'introduir en una secció específica del programari. Cada cop que cal commutar, es marca el número en qüestió i així successivament. La responsabilitat sobre la confecció de la peça recau íntegrament en les integrants del gabinet: elles seleccionen les càmeres que empraran (de tres a quatre) així com la informació que s'ofereix. Prèviament, pacten amb el presentador de quina manera els donarà pas.

Per tant, a la llarga, les periodistes del gabinet de premsa de l'SCT van guanyar en polivalència mediàtica ja que van acostumar-se a elaborar

continguts informatius que es distribuïen a través del telèfon, el web i la televisió.

- c. Executar tasques de diferent naturalesa: La principal conseqüència de l'entrada en funcionament de les cròniques radiofòniques en línia va ser la dràstica reducció de les trucades telefòniques que rebia el gabinet. Fins aquell moment, les seves integrants atenien una mitjana de 78 peticions diàries (SCT, 2002, 2003, 2004, 2005a), moltes d'elles en horari de màxima mobilitat o hora punta (de 7 a 10 hores del matí i entre les 6 i les 9 hores del vespre). A partir de llavors, la xifra va baixar a poc més d'una trentena (SCT, 2006, 2007, 2008). Com a resultat d'aquesta circumstància, les periodistes del gabinet van guanyar temps, uns minuts que van emprar a assumir tasques i funcions desvinculades a l'atenció als mitjans de comunicació per abraçar l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques: organització de congressos, jornades tècniques, planificació de campanyes de publicitat, gestió d'estands del Servei a fires, gestió de marxandatge...

#### 10.4.4. Interactivitat

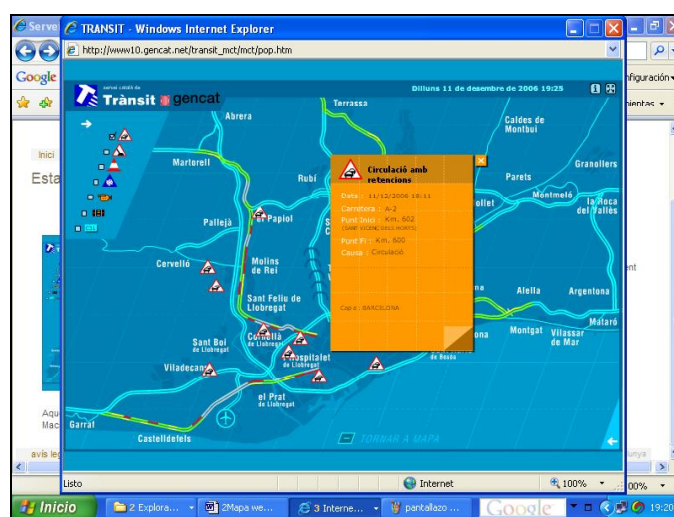
La irrupció de les noves tecnologies ha propiciat un model comunicatiu més enfocat a la demanda per part de l'usuari que no pas a l'oferta de les empreses. El públic acumula cada cop més utilitats a mesura que els mitjans es tornen més interactius, cosa que els permet executar el seu propi itinerari informatiu. Un patró que també serveix per explicar el sistema de comunicació que s'estableix entre les fonts digitals, en aquest cas els gabinets amb presència a la xarxa, i els periodistes que les consulten virtualment. I que es concreta en la interactivitat, una de les característiques de la plataforma que més decisivament influeix en la relació que entaula una organització determinada i el seu públic, basada en la veritat, la satisfacció, el compromís i la reciprocitat (Huang, 1997; Gruning i Huang, 2000). Fa gairebé una dècada, autors com Bauer, Greher i Leach (2002) destacaven que un web interactiu augmentava la confiança de l'usuari. Simultàniament, s'alertava de la falta d'elements per garantir una veritable comunicació bidireccional (Taylor, Kent i White, 2001; Kent, Taylor i White, 2003), segurament per l'escàs valor que institucions i empreses concedeixen a la interactivitat (González Herrero, Ruiz de Valbuena i Ruiz San Roman, 2005: 96, García Orosa, 2009: 63). Això fa que existeixin escassos espais virtuals de conversa i interacció amb els seus grups d'interès (Martín Pellón, 2009), entre els quals es poden situar els periodistes per la seva capacitat d'influència en l'opinió pública.

El treball de camp al Servei confirma l'anterior, ja que són gairebé inexistents els canals de diàleg virtual entre l'organisme i els informadors. La majoria d'ells es redueixen a les opcions previstes en les pàgines del web de l'organisme (interacció en la selecció) o bé a l'ús del correu electrònic, que permet iniciar el contacte a l'hora de demanar informació o materials per confeccionar una notícia (interacció en la demanda). A continuació, s'expliquen aquests dos casos:

- a. Interacció en la selecció: Una de les possibilitats a l'abast dels usuaris que naveguin per les pàgines "Incidències viàries" i "Estat del trànsit" del web de l'SCT és la possibilitat de seleccionar les afectacions en funció dels seus interessos, amb una mínima interacció amb l'usuari. Així, en el primer cas, pot triar-les en funció de tres criteris de recerca combinats entre ells. El primer ("Tipus") permet filtrar-les segons la causa (retenció, meteorologia, obres, cons i ports), el segon ("Ordenació") ordena la búsqueda per carreteres, comarques o població i el tercer ("Localització") facilita les dades a partir de la demarcació o comarca (González, 2005: 8). Amb el mapa continu també es pot discriminar la informació segons el tipus i àrea

geogràfica (vegeu Figura 4). No obstant això, les dues pàgines no estan enllaçades entre si ni tampoc amb altres llocs que continguin més detalls sobre els incidents dels que informen, com per exemple, el dels Mossos d'Esquadra, que ofereix dades sobre vehicles implicats, víctimes, etc., d'accidents.

FIGURA 4. Captura del mapa continu del web de l'SCT



Font: SCT

- b. Interacció en la demanda: Si el periodista que consulta el web necessita contrastar la informació o demanar més dades i no vol recórrer a la trucada telefònica, pot usar el correu electrònic (el genèric del gabinet o el particular de les integrants del gabinet) per posar-se en contacte amb l'oficina de premsa. No existeix cap altra opció virtual més. Les seves treballadores el defensen ja que, opinen, si està ben gestionat facilita la interacció amb els mitjans "oferint la possibilitat de resposta immediata" per la qual cosa "és una eina de comunicació fonamental" amb ells.<sup>66</sup> No obstant, autors com González Herrero (2005) adverteixen que l'escàs volum de respostes existent així com el retard en rebre-les fa que l'*e-mail* difícilment pugui competir amb altres canals de comunicació més tradicionals, com el telèfon. Els periodistes no s'hi oposarien. Per exemple, un dels professionals enquestats per a aquesta investigació va proposar que l'SCT elaborés *newsletters* "amb informació actualitzada aquells dies amb congestió de trànsit" mentre que un altre va sol·licitar un servei d'alertes al mòbil "en temps real i en casos d'accidents greus" perquè els permetria activar ràpidament els fotògrafs dels diaris per cobrir la incidència. Aquest servei es va crear però, com s'ha vist, s'usa per recordar les rodes de premsa i avisar de la disponibilitat de portaveus per fer declaracions.

Com es va comprovar durant l'observació, la possibilitat d'una veritable interacció entre el periodista de trànsit i la seva font, és a dir, que el gabinet canviï el seu missatge com a conseqüència del que li diu l'informador, es reserva a determinades situacions comunicatives on tots dos actors dialoguen cara a cara o bé per telèfon. Per exemple, quan un professional alerta al Servei de què una carretera està oberta al trànsit i no tallada, com erròniament informava, o de què no hi ha retenció en un punt

<sup>66</sup> Lourdes Feans, periodista del gabinet de premsa de l'SCT. Entrevista personal l'11 de febrer de 2007. Entre març de 2007 i març de 2009, va substituir temporalment Verònica Pardo al capdavant de l'oficina de premsa.

concret o bé de què una via està completament saturada. Aquí negocien directament, el que permet al periodista personalitzar les dades que rep, una possibilitat que si no es materialitza es converteix en un dels quatre obstacles per a la comunicació en línia recollits a l'epígraf 14. La convergència comunicativa en els gabinets de premsa i comunicació. El procés anteriorment descrit no té una transposició a l'entorn virtual, ja que el periodista està delimitat per la pròpia font d'informació, que li només li ofereix formularis o quadres de diàleg amb opcions prèviament configurades. I l'únic mecanisme que té per plantejar preguntes obertes, l'*e-mail*, no implica una resposta immediata, com passa amb les converses. Per tant, una plataforma per definició oberta a la interacció i el diàleg en realitat els desvirtua: a la pràctica és un mecanisme més controlar l'accés dels periodistes a la informació de l'organisme i garantir, en la mesura del possible, una cobertura favorable als seus interessos i punts de vista.

Aquest tret, juntament amb la resta d'elements que s'han repassat en les pàgines anteriors, delimiten una experiència convergent determinada, que, en el cas de l'SCT, es resumeix d'aquesta manera: Es tracta d'un procés el punt de partida del qual és la digitalització dels processos de recopilació, tractament i difusió informatius i que, com en el cas de les redaccions, comporta una certa dissolució de les fronteres entre els departaments d'un organisme determinat. Fins i tot, propicia la integració amb les oficines de premsa d'altres unitats, sobretot si formen part d'una estructura més àmplia que els aixopluga. S'exploren noves fórmules d'organització laboral i s'incorporen noves plataformes per distribuir els materials, el que acosta la feina dels seus periodistes a la que es faria des d'una agència de notícies multimèdia. Aquests professionals muten el seu perfil per incorporar noves tasques i funcions, algunes d'elles, més relacionades amb la publicitat i les relacions públiques. Però sense propiciar una major interacció virtual amb el seu principal públic, els informadors dels mitjans de comunicació.

## 11. Convergència comunicativa en la DT, la DGT i el RACC

Fins ara, s'ha examinat la convergència tal i com es dona en l'SCT, modelada a partir d'una experiència determinada. El Servei és l'organisme més jove dels quatre examinats i, per tant, és el que té les seves rutines productives i maneres de treballar menys assentades. El seu gabinet ja va néixer digitalitzat i, en aquest sentit, la presència de la tecnologia digital va ser, des del primer moment, inherent al seu funcionament. De manera natural, es troba present a l'entorn laboral de les integrants de l'oficina, que han sabut aprofitar-se de les seves prestacions: tasques més automatitzades, informació distribuïda per múltiples canals, més temps per assumir altres funcions... No obstant, existeixen tensions vinculades amb la necessària col·laboració amb altres departaments i organismes, amb ritmes de feina i filosofies de treball diferents. A continuació, es descriurà l'aplicació que fan de la convergència la resta d'institucions objecte d'estudi d'aquesta investigació: la Dirección de Tráfico (DT) del País Basc, la Dirección General de Tráfico (DGT) i el Reial Automòbil Club de Catalunya (RACC).

### 11.1. La informació de trànsit al Govern basc

La primera comunitat autònoma espanyola que va assumir les competències en trànsit, vehicles a motor i seguretat viària va ser la del País Basc. A començament de la dècada dels vuitanta, un cop arribada la democràcia a Espanya, el govern autonòmic va recuperar la històrica Ertzaintza, creada al segle XIX, com a cos policial propi. Des de llavors, depèn del Departament d'Interior basc, creat el 1980 amb l'objectiu de gestionar les actuacions policials i de salvament, la circulació i l'organització dels processos electorals. Entre 1982 i 1995, els agents es despleguen progressivament per tot el territori en substitució de les policies estatals en les funcions abans enumerades. De manera paral·lela, ho feia la Dirección de Tráfico (DT), adscrita a Interior i que s'ocupa específicament de les polítiques de seguretat viària. Aquestes són gestionar la mobilitat interurbana, establir mesures especials de circulació, informar sobre l'estat de la xarxa viària, millorar-ne la seguretat i planificar les actuacions i campanyes de divulgació. El seu director, Andoni Arriola, resumeix els objectius anteriors en dos punts fonamentals: reduir les víctimes en accident de trànsit i millorar les congestions circulatòries.<sup>67</sup> Per aconseguir-ho, la DT disposa, des de 2001, d'un Centro de Gestión de Tráfico de Euskadi (CGTE), la unitat administrativa que s'encarrega de garantir una circulació fluïda i segura a la xarxa viària basca.

#### 11.1.1. El web de la Dirección de Tráfico (DT)

Igual que els governs català o espanyol, el del País Basc també compta amb un web corporatiu<sup>68</sup> que informa sobre les seves activitats i facilita que els ciutadans puguin efectuar alguns tràmits administratius. Per garantir als usuaris una navegació harmònica, tots els departaments que l'integren conserven el mateix disseny, els criteris del qual estan definits per l'àrea de Presidència. Aquest departament proporciona els criteris formals de disseny mentre que l'arbre de continguts i la informació concreta que conté cada secció es decideix i s'elabora des dels propis departaments en què es divideix el govern autonòmic basc. En el cas concret del web de la DT i després d'un procés consensuat entre les diferents àrees que el conformen, es va decidir distribuir el material al voltant de sis eixos temàtics: *Situación del tráfico*, *Información general*, *Trámites*, *Seguridad vial*, *Estadísticas* i *Publicaciones y campañas*, que s'han mantingut fins al moment actual. La decisió final sobre aquest esquema i el que s'havia d'incloure a cada àrea la va prendre la denominada tècnica

<sup>67</sup> Andoni Arriola, director de Trànsit del govern basc, entre el 2005 i el 2009. Entrevista personal el 27 de juny de 2008.

<sup>68</sup> [www.euskadi.net](http://www.euskadi.net)



de premsa de la Direcció,<sup>69</sup> que és l'encarregada de gestionar el disseny i continguts d'aquest web.

#### **11.1.1.1. Pàgina d'inici**

La pàgina d'inici del web de la DT<sup>70</sup> conté els elements bàsics perquè l'usuari sàpiga en quin entorn navega, quins són els seus principals continguts, busqui informació i en consulti les novetats més rellevants. Bona part d'aquestes opcions és accessible a través de la barra de menú navegable situada a la part superior dreta de la pàgina inicial, amb enllaços a les seccions de *Contacto*, *Buscar*, *Ayuda*, *Mapa del sitio*, *Accesibilidad* i *Identificarse*, comunes a la resta dels llocs de les conselleries basques. El web de la Direcció també contempla les opcions *Mapa web*, *Buzón*, *Preguntas frecuentes* i *Enlaces* cap als webs dels butlletins oficials, altres organismes encarregats de la gestió del trànsit, entitats vinculades amb la seguretat viària, etc. A la dreta, una altra barra de menú navegable permet enllaçar amb les seccions en què es divideix el web, cadascuna de les quals desplega un sumari local amb enllaços cap als diferents apartats. Tanmateix, l'usuari pot accedir directament a la informació que li interessa sense navegar per l'arbre de continguts a través dels vincles *Últimas incidencias*, *Pago de multas*, *Medidas especiales de tráfico*, *Permiso por puntos*, *Novedades* i *Notas de prensa*. Posteriorment, aquests dos últims enllaços es van substituir pels de *Consulta de multas*, *Cámaras de tráfico* i *Reforma Ley de Tráfico*. Aquest últim és un vincle cap a un web extern confeccionat per la Direcció General de Tráfico amb informació sobre la reforma legal.

#### **11.1.1.2. Situación del tráfico**

Aquesta secció del web de la DT reuneix tota la informació relativa a les incidències viàries a la xarxa del País Basc, ja sigui en forma de llista o bé a través d'un mapa on s'ubiquen les retencions amb un sistema de colors. Inclou un apartat específic sobre com es circula als ports de muntanya (*Estado de los puertos*), pensat sobretot per a la temporada d'hivern, i un altre, anomenat *Incidencias planificadas*, amb la informació sobre obres o proves esportives que s'estiguin desenvolupant en aquell moment.

#### **11.1.1.3. Informació general**

El segon apartat accessible des de l'arbre de continguts navegable de la DT ofereix dades sobre les tasques, funcions i competències que executa tant la Direcció com el CGTE. També inclou la informació relativa a les restriccions de circulació a camions, per obres o proves esportives (*Medidas especiales de regulación de tráfico*) i a la instal·lació de radars fixos a la xarxa viària basca així com els telèfons i adreces de contacte amb l'organisme.

#### **11.1.1.4. Trámites**

Es tracta de l'àrea que s'inscriu d'una manera més clara en la filosofia de l'Administració electrònica, ja que incorpora tot tipus de dades relatives als tràmits que es poden executar des del web de la DT, com per exemple, el pagament de les multes de trànsit o la consulta del seu estat. Un servei que també s'ha observat en altres llocs institucionals com ara, el de l'SCT. Igual que aquest organisme, també facilita informació sobre horaris i oficina d'atenció al públic, documentació que cal aportar, etc., és a dir, continguts de servei fàcilment identificables.

<sup>69</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

<sup>70</sup> www.trafikoa.net

### 11.1.1.5. Seguridad vial

Aquí es recull tota la producció centrada en la prevenció i educació per a una mobilitat segura així com els eixos bàsics d'actuació per prevenir els accidents de trànsit. Aplega des de consells de circulació fins a un compendi de les principals senyals, informació sobre els manuals de formació adreçats a nens i adults o detalls sobre l'aplicació de determinades reformes legislatives (permís per punts).

### 11.1.1.6. Estadísticas

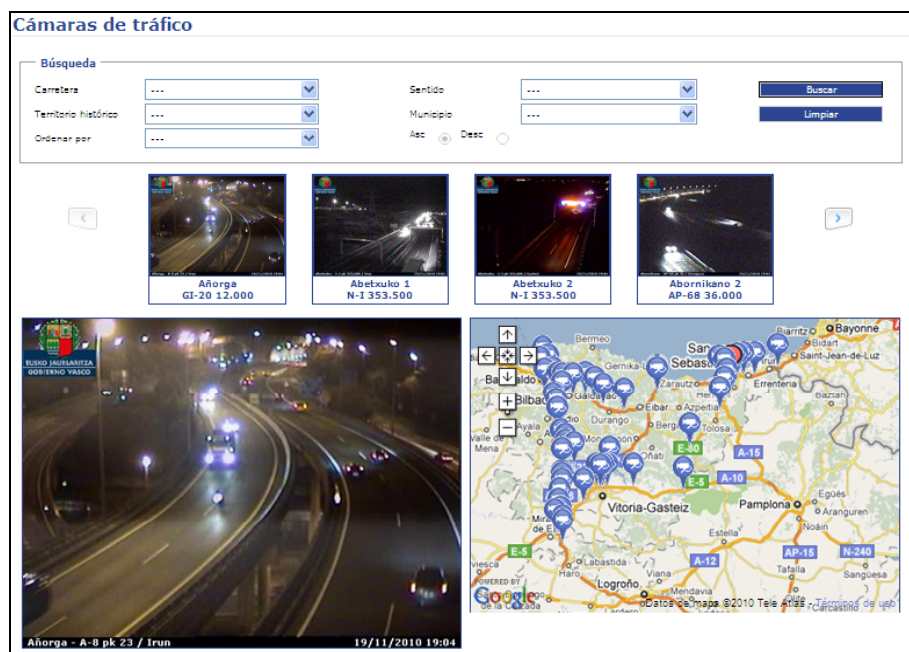
Els informes i memòries relatives al nombre d'accidents mortals (anuals i mensuals), les causes de la sinistralitat així com altres dades relatives a les alcoholèmies o els punts negres de la xarxa viària basca constitueixen el gruix de la producció reunida dins *Estadísticas*. Una informació potencialment útil per als periodistes que cobreixen aquesta àrea informativa i que, ben gestionada, incitaria als professionals a tornar a consultar el lloc (Kent, 1998-1999: 33).

### 11.1.1.7. Publicaciones y campañas

L'última secció del web de la DT és la seva sala de premsa virtual. Conté informació sobre les novetats editorials publicades des de la Direcció així com les notes de premsa que produeix el gabinet de premsa d'Interior referides a trànsit i seguretat viària. També inclou enllaços cap a les campanyes preventives del Departament.

Com s'ha comentat a l'inici d'aquest epígraf, els sis eixos en què es distribueix la informació que conté el web de la DT no han variat, però sí que hi ha hagut canvis respecte dels continguts que recullen cadascuna d'aquestes seccions. Entre les novetats més destacades hi ha la possibilitat de consultar les càmeres de control de trànsit disponibles al CGTE a través del web (en imatge fixa) des de finals de març de 2010 (vegeu Figura 5). Es facilita un quadre de diàleg perquè l'usuari seleccioni només aquelles de la carretera o zona geogràfica que li interessi.

FIGURA 5. Detall de la pàgina *Cámaras de tráfico* del web de la DT



Font: DT

### 11.1.2. Premsa

A diferència de l'SCT, la DT no té un gabinet de premsa propi. La planificació de la publicitat, l'organització de rodes de premsa, la redacció de notes, dossiers i convocatòries i l'atenció als mitjans s'assumeixen des del servei de premsa del Departament d'Interior. Creat el 1980, estava originalment format per un cap de premsa i un col·laborador, que atenien les necessitats informatives dels periodistes. Cap al 1987, amb les competències de trànsit ja traspassades, es crea el gabinet de premsa de l'Ertzaintza, amb una plantilla inicial de tres agents que s'amplia al mateix ritme que el cos policial es desplega pel territori. El 1991, es fusionen els dos gabinets anteriorment esmentats en una única oficina que dona resposta informativa a tota l'activitat que genera Interior. Quan es va desenvolupar el treball de camp, aquesta oficina, que depèn del director de Relacions Socials amb els Mitjans de Comunicació Social, estava formada per 15 agents policials, un dels quals ostentava el càrrec de coordinador.<sup>71</sup> Per la seva banda, el CGTE també disposa d'una persona encarregada d'atendre les necessitats informatives derivades de les seves activitats, denominada tècnica de premsa i que té formació periodística.

La feina dels integrants del gabinet consisteix a donar resposta a les peticions informatives que efectuen els mitjans de comunicació, per telèfon o correu electrònic, referides a les activitats del Departament d'Interior: actuacions policials, trànsit, emergències, jocs i espectacles i processos electorals. Cada setmana, es destina un nombre determinat d'agents a informar sobre cada àrea específica, de manera que varien periòdicament. La plantilla treballa les 24 hores del dia, caps de setmana i festius inclosos, en règim de rotació de torns i repartida en quatre seus territorials. Una d'elles està al CGTE, on normalment es destinen els agents que s'encarreguen de cobrir la informació de trànsit durant el matí. Quan acaben el seu torn, els agents desvien el telèfon a la seu que estigui operativa per la tarda; i, quan els seus companys pleguen, a la de la nit. I així successivament.

Bona part del treball dels agents de trànsit se centra a informar sobre retencions i accidents i a elaborar cròniques radiofòniques. Si hi ha algun succés imprevist d'importància, per exemple, una detenció, poden elaborar la pertinent nota de premsa i fins i tot preparar estadístiques o altres materials per als periodistes. Amb tot, no és la seva funció prioritària sinó que ho és del coordinador. En les seves mans, resta l'organització de les rodes de premsa, la redacció de les notes i dossiers que les acompanyen, i la gestió de peticions complexes, com ara, aquelles que impliquen una valoració del director de trànsit.<sup>72</sup> Igualment, participa en la preparació i gestió de les campanyes de publicitat preventives, una labor on també intervé la tècnica de premsa del CGTE i que es coordina des del gabinet de comunicació del conseller.<sup>73</sup> Al seu torn, la dita tècnica de premsa manté actualitzat el web de la DT, gestiona els correus electrònics que arriben a la bústia d'aquest lloc (particulars i de periodistes), atén els professionals que s'acosten al Centre per elaborar cròniques, per exemple en operacions especials de trànsit; i, per últim, produeix el marxandatge i fulletons informatius que edita la Direcció.<sup>74</sup>

<sup>71</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Correu personal enviat el 15 de maig de 2008.

<sup>72</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

<sup>73</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

<sup>74</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

### 11.1.3. Condicions prèvies

L'observació no participant determina que l'ús de tecnologia digital en l'entorn laboral de l'oficina de premsa del Departament d'Interior és habitual. Algunes de les eines detectades són relativament noves, ja que s'hi van incorporar a començament de 2000 quan les rutines productives del gabinet ja estaven plenament consolidades. Amb tot, hi estan plenament integrades com ho demostra el fet que els propis agents les consideren imprescindibles. Igual que en el cas de l'SCT, el gabinet aprofita aplicacions tecnològiques que originalment estaven destinades a altres seccions del departament la funció de les quals no té res a veure amb la informació als mitjans de comunicació. Aquest és el cas dels programaris que usen els membres de l'oficina de premsa per executar la seva feina: la base de dades Zutabe i el *software* de consulta de càmeres, aquest últim només disponible a la seu del gabinet ubicada al CGTE. Es tracta d'un programari molt similar al que disposa l'SCT, però amb una gran diferència: per motius de seguretat, no està habilitat per enviar imatges a l'exterior, això és, a les emissores televisives potencialment interessades a obtenir-les per a les seves cròniques.<sup>75</sup>

Per la seva banda, el Zutabe reuneix tot tipus de dades sobre les actuacions policials i sanitàries que es realitzen en casos d'accidents de trànsit, successos (explosions, crims, etc.) o emergències diverses. Durant l'observació, es va comprovar que es tracta de la principal font d'informació per al personal que treballa a la sala de control de trànsit del citat centre. Quan detecten que hi arriba alguna novetat sobre mobilitat, verifiquen que sigui correcta i, a continuació, la introdueixen manualment en un altre programa informàtic que transvasa la informació de manera automàtica al web del DT. És a dir, que el Zutabe i el lloc de la Direcció no estan connectats entre si, també per seguretat. Com en cas del CIVICAT, els criteris d'actualització no són periodístics sinó que depenen d'altres factors: el ritme en què arriba informació nova al Zutabe, la perspiciàcia o atenció que els operadors dispensin a aquest programa o a les càmeres del Centre o de la freqüència amb què la resta de fonts es comunica amb el CGTE. Per als membres del gabinet, el Zutabe és l'eina bàsica per saber els detalls d'un accident concret: hora, via, punt quilomètric, estat dels possibles ferits i atenció sanitària rebuda. També els permet efectuar recerques històriques, en el cas que algun periodista demani informació sobre una incidència ja tancada tant si és relativa al trànsit com si es refereix a algun altra tema vinculat al Departament d'Interior.

A més de l'anterior, els agents que treballen al gabinet disposen d'una segona eina tecnològica que els facilita el seu treball: la pròpia intranet corporativa del govern basc. Aquesta utilitat els permet gestionar la redacció i publicació de les notes de premsa que es penjen al web institucional, amb independència del tema de què tractin (trànsit, successos, etc.) i de la seu des de la qual treballin. Es complementa amb el web de la DT, on estan disponibles les pàgines que informen sobre l'estat del trànsit (vegeu Figura 6). No obstant això, no solien utilitzar-les. Aquesta innovació no va aconseguir desplaçar els webs que habitualment consultaven com ara el lloc de la Diputació Foral de Biscaia<sup>76</sup> o altres elaborats per particulars, segons es va constatar durant l'observació. Molt probablement, perquè va arribar quan les seves rutines productives ja estaven plenament consolidades.

La digitalització dels processos de recopilació, tractament i difusió dels continguts que es gestionen des del gabinet permet que els seus membres treballin de manera descentralitzada però coordinada, malgrat el fet de trobar-se repartits en quatre seus diferents. Com explica el coordinador del gabinet, es tracta de configurar "una oficina

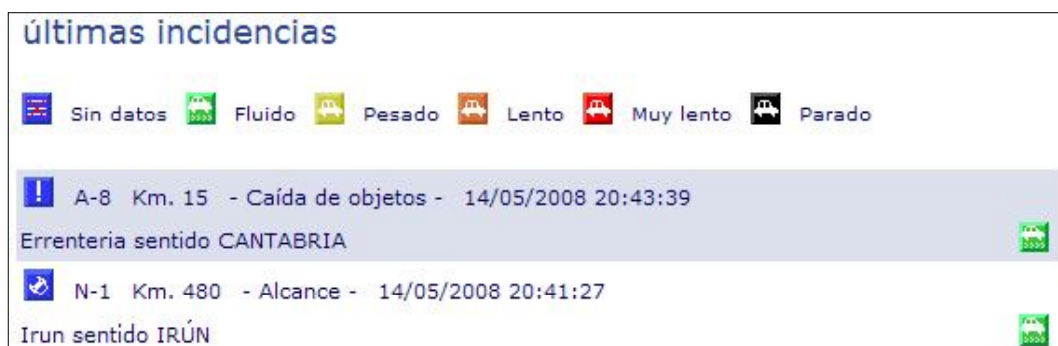
<sup>75</sup> A partir de 2009, la situació va canviar, ja que les càmeres de gestió del trànsit van deixar de ser accessibles únicament per circuit intern. La possibilitat de distribuir el senyal a l'exterior va fer possible que s'elaboressin cròniques televisives a CNN+ i a la televisió pública basca Euskal Telebista (ETB).

<sup>76</sup> [www.bizkaimove.net](http://www.bizkaimove.net)

única però en diferents ubicacions”.<sup>77</sup> Aquesta filosofia afavoreix una certa polivalència entre els seus membres, ja que estan en condicions d’informar sobre tota la varietat de temes de què s’ocupa el Departament sense que sigui necessari destinar-los sempre a una secció o seu específica. A més, també contribueix a què la labor de l’oficina i la del CGTE, inclosa la que executa la seva tècnica de premsa, conflueixi al voltant d’una exigència: la necessitat de distribuir informació sobre mobilitat de manera pública, ja sigui entre els periodistes o bé entre el públic en general. Com en el cas de l’SCT, s’aprofita la feina dels treballadors d’altres àrees, per exemple, dels que treballen al centre de control, per produir i difondre aquells continguts sobre mobilitat d’interès potencial per als informadors, però també per atendre les seves consultes. A partir de l’observació, s’han detectat els següents nivells de col·laboració:

- a. Entre el gabinet de premsa d’Interior i el CGTE: Es fa palesa sobretot a l’hora de gestionar els continguts sobre la mobilitat al País Basc de tal manera que la feina de l’oficina descansa en la labor dels operadors del centre de control.
- b. Entre el gabinet de premsa i la tècnica de premsa del CGTE: Es fa palesa en l’atenció als mitjans de tal manera que el gabinet s’ocupa sobretot d’elaborar les cròniques sobre l’estat del trànsit mentre que la tècnica atén als professionals que es desplacen al centre, entre ells, els periodistes de la radio i televisió pública basca que treballen al CGTE. Es concreta, doncs, en la distribució de les tasques entre totes dues figures laborals.

FIGURA 6. Afectacions viàries a la pàgina inicial del web de la DT



Font: DT

#### 11.1.4. Dimensions

De la mateixa manera que no existeix un model únic de convergència en els mitjans de comunicació, els gabinets de premsa objecte d’estudi d’aquesta investigació també opten per diverses fórmules, com es comprovarà en les properes pàgines. En el cas del Govern, la seva particular gestió del trànsit (en dependència del Departament d’Interior i amb dues àrees de premsa capaces d’atendre els periodistes interessats en mobilitat) modela una experiència que es defineix pels trets que repassem a continuació.

<sup>77</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d’Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

#### 11.1.4.1. Producció integrada

Com passa a l'SCT, la pròpia dinàmica del gabinet de premsa satisfà les necessitats informatives dels periodistes. Sobretot, a través del telèfon. Com es va comprovar a través de l'observació no participant, aquest és el principal canal a partir del qual reben i atenen les peticions dels informadors. Les dades que els faciliten s'extreuen de les bases de dades i programaris amb què treballa habitualment el gabinet, que contenen informació elaborada per altres unitats de treball dependents de la Conselleria. Són necessàries, doncs, fórmules que faciliten la convergència de la feina que executen cadascuna d'elles. El treball de camp les concreta en la:

- a. Clonació de continguts: Bona part dels continguts que els agents expliquen per telèfon prové de la reproducció literal de la informació que conté la base de dades Zutabe. Amb tot, és habitual que ho completin efectuant un repàs de les càmeres de l'estat del trànsit gràcies al *software* específic que tenen instal·lat a l'oficina. Curiosament, durant l'observació no es va veure que reproduïssin o adrecessin els periodistes cap a les pàgines de trànsit del seu web institucional. Com s'ha comentat anteriorment, no el consultaven i creien que els informadors tampoc ho feien. En opinió del coordinador, aquests professionals consultarien el lloc de la Diputació Foral de Biscaia i reservarien el de la DT només per assumptes normatius.<sup>78</sup> Aquesta actitud eliminava la possibilitat de promocions creuades entre el gabinet i el web de la Direcció.
- b. *Coopetició*: Tot i que el gabinet de premsa i la tècnica de premsa del CGTE tenen tasques força diferenciades, en ocasions han de col·laborar per ocupar-se d'algun assumpte en concret. Això sol passar amb les campanyes de publicitat institucional, la conceptualització i producció de les quals els obliga a treballar conjuntament des de les seves àrees respectives.<sup>79</sup>

Les possibles tensions derivades dels diferents ritmes de treball queden minimitzades pel fet que els integrants del gabinet de premsa d'Interior basc són agents policials. Per tant, tenen una filosofia similar als treballadors que omplen de continguts la base de dades Zutabe o fins i tot, als tècnics del CGTE. Durant l'observació, sí que es van apreciar divergències amb la tècnica de premsa, que vetlla perquè la pàgina web de la DT estigui actualitzada. Amb formació de periodista, aplica aquests criteris a la seva feina, el que inclou mirar si les notes de premsa que puguin penjar els seus companys són vigents o arriben a temps, cosa que no sempre passa. No obstant això, l'àmbit en el es podrien registrar més friccions és el referit a la publicitat institucional. En teoria, aquesta feina recau en la tècnica de premsa del centre de gestió com a responsable de la Mesa de Comunicació i Campanyes del Pla Estratègic de Seguretat Viària d'Euskadi, el document que guia les actuacions de la DT. Però en ser l'última figura laboral a incorporar-se, va optar per "acomodar-se" a les pràctiques que ja es feien de tal manera que es duen a terme "en col·laboració" amb el gabinet de comunicació i el coordinador de l'oficina.<sup>80</sup>

<sup>78</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

<sup>79</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

<sup>80</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

#### 11.1.4.2. Distribució multiplataforma

Un dels avantatges de la tecnologia digital aplicada a la gestió del trànsit és la possibilitat de “compartir i distribuir de manera immediata” la informació entre els agents implicats en aquesta feina.<sup>81</sup> Per fer-ho, el gabinet de premsa i la DT usen les prestacions que les novetats tecnològiques posen al seu abast, però amb limitacions. Aquestes afecten la distribució de continguts a través del mòbil, que se centra només en missatges de caràcter intern. Però també i molt especialment, la capacitat del centre de distribuir imatges (en directe o en diferit) entre les emissores televisives interessades. Les possibilitats de distribució multiplataforma resultants a partir de l'observació no participant són les següents:

- a. Telèfon: És, juntament amb el correu electrònic, el mecanisme més usat per distribuir informació entre els periodistes sobre retencions, accidents, estadístiques i altres activitats que emprengui l'organisme. Sense aquestes dues eines, “més val que no vingui a treballar”, assegura una responsable.<sup>82</sup> De fet, el telèfon és el canal que habitualment fan servir els informadors per posar-se en contacte amb el gabinet, sobretot si volen demanar dades amb urgència perquè estan a punt d'entrar en una crònica, necessiten acabar de redactar-la perquè es tanca l'edició, etc.
- b. Internet: La segona plataforma de què disposa el govern basc per distribuir informació sobre trànsit és internet, ja sigui a través de correu electrònic o bé de la pàgina corporativa. Una eina, aquesta última, que els agents del gabinet de premsa no reconeixien com a pròpia, però que els periodistes de mitjans consultaven com es va comprovar durant l'observació no participant en el CGTE: allà, els informadors de la ràdio i televisió pública basca desplaçats per cobrir la informació del trànsit la consultaven de manera habitual. I, si tenien dubtes, les aclarien amb la citada oficina. Les pàgines en qüestió es troben agrupades en la secció *Situación del tráfico*. Es tracta de: *Mapa del tráfico*, *Incidencias del tráfico*, *Estado de los puertos*, *Incidencias planificadas* i *Acceso a las capitales*, a més d'*últimas incidencias*, accessible des de la pàgina d'inici. La informació que contenen és escassament multimèdia, ja que no incorpora arxius sonors mentre que la possibilitat d'accedir a imatges és força limitada. La majoria dels continguts es mostren a través de taules acompanyades de mapes d'ubicació.

Una utilitat que també se serveix d'internet és el *servlet*<sup>83</sup> que va desenvolupar i implementar la DT. A partir de les dades contingudes en les aplicacions informàtiques que els operadors del CGTE usen per treballar, aquest servei genera informació viària en *Extensive Markup Language* (XML) perquè les televisions la puguin incorporar a les seves emissions digitals. El mecanisme és bastant senzill, ja que només han d'escriure una determinada direcció URL a la barra de navegació per obtenir les dades, que s'actualitzen cada cop que s'hi introdueix. Quan es va efectuar el treball de camp, tan sols RTVE i ETB havien sol·licitat aquest servei.<sup>84</sup>

En canvi, el correu electrònic es una eina plenament reconeguda pels membres del gabinet de premsa. Tots disposen d'una adreça individual i

<sup>81</sup> Andoni Arriola, director de Trànsit del govern basc entre 2005 i 2009. Entrevista personal el 27 de juny de 2008.

<sup>82</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

<sup>83</sup> Un *servlet* és un programari que s'executa des d'un servidor i que permet generar pàgines web dinàmiques, generalment en llenguatge HTML.

<sup>84</sup> Posteriorment, es va ampliar a diaris digitals, i durant l'estiu de 2010 a qualsevol entitat privada que consideri que les dades li poden ser útils.

tenen accés a la genèrica de l'oficina, on han d'arribar totes les peticions que efectuen els periodistes que requereixin una certa elaboració. Les respostes es guarden en una base de dades on també s'arxiven les demandes (actuals i passades) dels informadors i l'estat en què es troben (pendent de resposta o contestades). Així, si entra alguna qüestió que ja s'havia contestat prèviament, s'aprofita la resposta. D'aquesta manera, queda constància de què es diu i no s'entren en possibles contradiccions.<sup>85</sup>

- c. Dispositius d'emmagatzematge extern: Com s'ha dit abans, quan es va desenvolupar l'observació el circuit de càmeres del CGTE era intern i, per tant, no estava habilitat per enviar a l'exterior les imatges de les càmeres de gestió de trànsit. Per a les emissores televisives era impossible, doncs, emetre aquest material en directe. En casos d'operacions especials de trànsit, com una sortida de les vacances d'estiu, hi havia (encara existeix) l'opció de desplaçar-se al centre i elaborar des de les seves instal·lacions la seva peça. També es manté la possibilitat de sol·licitar imatges per il·lustrar una notícia sobre mobilitat i rebre-les en DVD: cal demanar les imatges a través del gabinet o de la tècnica de la DT, s'enregistren si estan disponibles i s'envien a l'emissora en qüestió. Per exemple, entre el 29 i 30 de maig de 2008, diversos programes informatius de televisió van emetre una notícia sobre un camioner que es va entregar a l'Ertzaintza després de provocar un accident de trànsit.<sup>86</sup> Doncs bé, aquesta peça es va il·lustrar amb les imatges de la col·lisió captades pel centre de control (vegeu Annex 10).

#### 11.1.4.3. Polivalència periodística

Des del punt de vista de les tasques que executen els seus treballadors, un dels principals trets que diferencia el gabinet de premsa d'Interior del de l'SCT és la varietat d'assumptes sobre els quals informen els membres de la primera de les dues oficines citades. Segons es va constatar en el treball de camp, la seva feina se centra exclusivament en aquelles activitats que tenen a veure amb la relació amb els mitjans, ja sigui per atendre les trucades telefòniques dels periodistes, elaborar cròniques radiofòniques o, en ocasions, redactar notes de premsa. Tot el que quedi més enllà d'aquests límits, entraria en l'àmbit d'actuació del coordinador, del director de Relacions Socials o bé de la tècnica de premsa del CGTE. En aquest sentit, doncs, la seva feina està força delimitada. Amb tot, hi ha espai per a la polivalència, ja que poden

- a. Produir continguts per a diverses plataformes: Amb la implantació de la intranet corporativa, a començament de 2008, els agents poden publicar les notes de premsa que redacten al web de la Ertzaintza i, si volen, al de la DT. Ho fan amb total autonomia. El mecanisme és força senzill i intuïtiu, ja que només han d'omplir els camps prefixats de la pestanya *Gestión de noticias*. Aquesta intranet també els permet enviar, de manera automàtica, la nota per correu electrònic a la seva agenda de mitjans.
- b. Informar sobre temes diversos: Aquesta és la principal diferència respecte del gabinet de premsa del Servei. Les periodistes d'aquest últim només informen sobre temes relacionats amb la mobilitat a Catalunya. Així, si hi ha

<sup>85</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

<sup>86</sup> Els programes són els següents: "Espejo público" (29 i 30 de maig) i "Noticias" (edició de les 15.00 hores del 29 de maig), d'Antena 3; "Informativos" (edició de les 21.00 hores del dia 28 de maig i de les 7.00 hores del dia 29 de maig), de Telecinco; "Telediario 1" i "Telediario 2" (29 de maig), de TVE; i "Noticias" (edició del migdia) de La Sexta.



alguna retenció provocada per un accident, teòricament han de desviar la trucada cap als Mossos d'Esquadra per a tota la informació relativa a això últim. Al País Basc, els agents poden explicar la totalitat del fet. Però també, com ja s'ha dit, contestar les consultes referides a altres temes vinculats a la Conselleria d'Interior no necessàriament relacionats amb el trànsit. En aquest sentit, són temàticament polivalents (Micó, 2006a).

#### 1.1.4.4. Interactivitat

El treball de camp efectuat en el gabinet de premsa d'Interior i en la DT revela que els dos principals mecanismes virtuals que tenen els periodistes per relacionar-se amb la seva font són les opcions disponibles a la pàgina web de l'organisme i el correu electrònic. No és una novetat. S'havien detectat els mateixos canals en la investigació efectuada en el Servei, amb una diferència clara: l'aposta que es fa a l'oficina de premsa basca per l'*e-mail*. Si s'aplica l'esquema elaborat per a l'SCT, existeix la

- a. Interacció en la selecció: És basa en l'oferta existent en el web de la DT. És possible navegar per les pàgines destinades a les incidències viàries i seleccionar-les en funció d'uns camps prefixats per l'organisme: accidents, retencions, neu o gel i altres incidències (com obres, proves esportives, etc.). Si volen saber l'evolució d'un fet concret, els periodistes han de trucar a l'oficina d'Interior, que també facilita altres detalls com el nombre i gravetat de les persones ferides o els hospitals on han estat evacuades, per exemple. Com en el cas del Servei, aquestes pàgines no es troben enllaçades entre si ni amb d'altres d'externes.
- b. Interacció en la petició: És basa en l'ús del correu electrònic per part dels periodistes a l'hora de demanar informació. Com s'ha explicat, es tracta d'una eina força integrada en el gabinet, ja que la majoria de peticions que efectuen els informadors (estadístiques, entrevistes, legislació...) s'ha de plantejar per aquesta via. L'oficina així ho ha incentivat i s'ha marcat un compromís de resposta que oscil·la entre unes hores i una setmana. "Més enllà", assenyala el coordinador del gabinet, "seria estrany", ja que, segons les seves paraules, els periodistes es queixarien si "els obligues a enviar un correu amb unes qüestions per després no contestar-los".<sup>87</sup> No es compleix, en aquest cas, una de les principals carències de les oficines en línia. A saber, la pràctica inexistència de respostes a les preguntes que arriben per aquesta via (Kent i Taylor, 2003: 18; González Herrero, 2005). És un dels pocs casos, per no dir l'únic, on es trenca l'escassa confiança en les fonts virtuals que es descriu a les conclusions.

Tot i que aquestes eines es poden usar (i s'usen efectivament) per mantenir la fluïdesa en la relació amb els periodistes, des de la DT es conceben sobretot per relacionar-se amb el públic en general. Són instruments per arribar "directament" a la ciutadania sense passar pel filtre dels mitjans.<sup>88</sup> Per a la Direcció, web i correu electrònic són dos canals complementaris entre si que faciliten que l'usuari obtingui informació sobre trànsit en temps real, complimenti determinades gestions administratives, plantegi les seves queixes i demandes i consulti material educatiu.<sup>89</sup> Aquesta idea ja es va detectar durant el treball de camp en l'SCT i tornarà a aparèixer, amb més força encara, en les observacions efectuades en la resta de gabinets objecte

<sup>87</sup> Josemi Gómez, coordinador de trànsit, emergències, i joc i espectacles del gabinet de premsa d'Interior. Entrevista personal el 7 de maig de 2008.

<sup>88</sup> Nekane Iturregui, tècnica de premsa del Centre de Gestió de Trànsit d'Euskadi (CGTE). Entrevista personal el 8 de maig de 2008.

<sup>89</sup> Andoni Arriola, director de Trànsit del govern basc entre 2005 i 2009. Entrevista personal el 27 de juny de 2008.

d'estudi d'aquesta investigació. Això és, que bona part dels serveis i produccions informatives sorgides com a conseqüència de la implantació de la tecnologia digital en la feina de les fonts no estava originalment pensada per als periodistes sinó per al públic en general.

### **11.2. La Dirección General de Tráfico (DGT)**

La DGT és la font d'informació oficial de referència sobre trànsit i mobilitat a tota Espanya. El seu origen és la Jefatura Central de Tráfico, creada el 1959 i que un any més tard es va convertir en l'actual Dirección General. La funció principal d'aquest organisme és la de dissenyar i executar la política que, en matèria de seguretat viària, planifica el Govern espanyol. En paraules del seu màxim responsable, la DGT s'ocupa de tres grans àrees de treball. A saber: s'encarrega de gestionar les grans bases de dades del trànsit (conductors, vehicles, sancions i accidents), de controlar la mobilitat (excepte en aquelles comunitats amb les competències transferides, com el País Basc i Catalunya) i de fomentar les activitats sobre educació i formació viària, amb un objectiu clarament preventiu. Tot l'anterior, per aconseguir la màxima seguretat i fluïdesa en els desplaçaments,<sup>90</sup> unes fites força similars a les ja expressades pels seus homòlegs català i basc.

Des dels seus inicis, la Dirección disposa d'una àrea específica dedicada a divulgar les seves iniciatives, les activitats de la qual s'emmarquen en els objectius de prevenció i formació que té la DGT com a institució oficial. Aquest departament, que s'anomena de Divulgación (inclòs en la Sudirección General de Formación para la Seguridad Vial), és el que s'encarrega de la producció, concepció i disseny de les campanyes de publicitat de l'organisme. Originalment, també s'encarregava de les relacions amb els mitjans de comunicació. Però ben aviat es va crear el gabinet de premsa que, com a tal, és el que s'ocupa de manera específica de difondre i tractar la informació vinculada a la Direcció, ja sigui sobre mobilitat o en relació a les activitats que du a terme. A mitjan dels anys noranta, aquesta estructura de funcionament es va completar amb el servei Radio Tráfico, que oferia de manera sistemàtica cròniques radiofòniques sobre l'estat del trànsit. Per primer cop, ho feia un equip de periodistes especialitzat en substitució dels treballadors del Centro de Gestión de Tráfico (CGT), sense aquesta formació específica, i que anteriorment assumien aquesta funció. Radio Tráfico va ser l'origen de les actuals cròniques de trànsit que encara avui s'emeten i que elaboren un grup de informadors contractats per l'organisme.

#### **11.2.1. El web**

El web corporatiu de la DGT data de mitjan de la dècada dels noranta del segle passat. Ha sofert diversos canvis per adaptar-se a les necessitats que, progressivament, manifestaven els públics de la denominada societat de la informació. Però també per reflectir la diversitat d'activitats i serveis de l'organisme, com va explicar un dels responsables del CGT durant l'observació. A grans trets, el lloc de la Dirección informa sobre legislació, tràmits administratius i l'estat del trànsit. La seva estructura i disseny recau en una empresa externa, la mateixa que gestiona la pàgina del Ministeri de l'Interior, de què depèn l'anterior organisme. Això garanteix una certa coherència estètica i de continguts entre els webs de totes dues entitats. Els responsables de les àrees funcionals de la DGT mantenen contactes periòdics amb la citada empresa per comunicar-los les seves propostes de modificacions i demandes d'actualització de continguts. Aquestes varien segons les funcions que desenvolupen i el que vulguin comunicar a ciutadans o empreses, en casos de contractació d'obres i serveis, per exemple. Pel que fa al gabinet, una de les seves integrants explica que

---

<sup>90</sup> Pere Navarro, director de la DGT des de 2004. Entrevista personal el 26 de juny de 2008.

aquesta oficina s'encarrega, específicament, de mantenir al dia les seccions on es penjen les notes i dossiers de premsa i les campanyes de publicitat institucional.<sup>91</sup>

#### **11.2.1.1. Pàgina d'inici**

La pàgina d'inici de la DGT és similar a la del Servei i la de la DT, tots ells organismes públics, en el sentit que situa ràpidament l'usuari en l'àmbit del trànsit, amb referències a la mobilitat, legislació i estadístiques diverses. La barra de menú navegable principal es troba a l'esquerra de la pàgina. Des d'aquí, s'enllaça cap a les seccions en què s'estructura el web: *La DGT, Formación y Educación Vial, Seguridad Vial, Información de Carreteras, Jefatura Virtual, Prensa y Campañas, Normas y Legislación, Publicaciones* i, per últim, *Perfil del Contrante*. Posteriorment al treball de camp, es va incloure una desena, *Comunicaciones a Empresas*. Cadascuna d'elles desplega un sumari local amb els continguts específics, normalment en documents PDF, tot i que també hi ha la possibilitat de consultar arxius de vídeo i àudio, en format Adobe Flashplayer. La zona central concentra els enllaços cap als continguts més recents, agrupats sota els epígrafs *Actualidad* i *Más noticias*. Solen ser notes de premsa també disponibles a la sala virtual de l'organisme. A la part dreta de la pàgina, s'enumeren els continguts més consultats pels usuaris i s'ofereix la possibilitat de navegar cap a l'*Agencia Estatal de Meteorología*. Es tracta d'un dels pocs vincles externs disponibles en el web, a banda dels que conté la secció *Información de Carreteras* que permeten enllaçar cap als llocs de l'SCT i la DT.

#### **11.2.1.2. La DGT**

Aquesta secció concentra la informació corporativa de la Dirección. Per tant, s'hi inclou una breu presentació del responsable de l'organisme, un organigrama, una història succinta així com dades relatives a congressos, jornades, premis, subvencions i concursos organitzats per la DGT o on participa.

#### **11.2.1.3. Formación y educación vial**

L'apartat ofereix dades sobre les activitats de l'organisme en relació a la formació i educació viària: cursos per a professors i directors d'autoescoles, models d'exàmens i un enllaç cap a un portal específic en aquesta matèria. També s'hi inclou un conjunt de consells de seguretat viària, agrupats al voltant de diverses àrees temàtiques (*Agentes Condicionantes, Dispositivos de Seguridad, Vías, Señales y Circulación, Usuarios de la Vía* i *Accidentes*) disponibles en format Shockwave Flash, això és, SWF.

#### **11.2.1.4. Seguridad Vial**

Aquí es recullen les estadístiques sobre sinistralitat i víctimes en accident de trànsit generades per la DGT així com altres estudis, plans d'actuació i documentació diversa (d'aquesta entitat, però també d'altres, com el Foro Internacional de Transporte) sobre el mateix tema. Un enllaç agrupa només aquells materials produïts per la Unió Europea, com per exemple, el *Llibre Blanc* del transport. Es poden descarregar en format PDF.

#### **11.2.1.5. Información de carreteras**

*Información de carreteras* reuneix les dades relatives a l'estat del trànsit. Ho fa de diferents maneres: una llista amb les incidències viàries, un arxiu d'àudio en format mp3 o un mapa importat del cercador google on s'ubica el problema. També és possible consultar part de les càmeres de què disposa l'organisme per controlar la circulació en imatge fixa. L'oferta de serveis es completa amb un recull de

<sup>91</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

recomanacions, la previsió de restriccions i els quilòmetres de la xarxa viària on es concentren els accidents, els anomenats punts negres.

#### **11.2.1.6. Jefatura Virtual**

Igual que els webs de l'SCT i de la DT, el de la DGT també té una secció on s'informa dels tràmits de què s'ocupen les prefectures de trànsit, però no permet executar-los. Per això, cal desplaçar-s'hi físicament.

#### **11.2.1.7. Prensa y Campañas**

La sala de premsa articula la informació al voltant de quatre eixos: notes de premsa (ordenades cronològicament), manual d'imatge corporativa, consells de seguretat viària i campanyes de divulgació. Són documents en format PDF, excepte en l'últim cas que, com ja s'ha dit, s'ha optat pel SWF. Un buscador permet localitzar alguna nota específica de les produïdes pel gabinet. El criteri de recerca és temporal.

#### **11.2.1.8. Normas y Legislación**

Els continguts d'aquest apartat són les diferents normes i reglaments legislatius que afecten la regulació del trànsit i la seguretat viària a Espanya, des de les principals que actuen de referència (Llei de Seguretat Viària, el Reglament General de Vehicles i el de Conductors, per exemple) fins a d'altres considerades com a complementàries de les anteriors (com les mesures especials de regulació de trànsit).

#### **11.2.1.9. Publicaciones**

La producció editorial de la DGT es resumeix en el anuaris d'accidents, els butlletins informatius editats des de l'*Observatorio de la Seguridad Vial* (en format PDF) i la revista *Tráfico y Seguridad Vial* (a través d'un enllaç al seu web). En el primer cas, un buscador permet localitzar una publicació concreta del conjunt de disponibles. Si així ho vol, l'usuari pot encarregar un exemplar a una adreça de correu electrònic que es facilita.

#### **11.2.1.10. Perfil del Contratante**

L'última secció del menú navegable principal es destina a informar les empreses interessades de les condicions tècniques i econòmiques de les ofertes públiques de contractació de l'organisme sobre obres, serveis, subministraments i altres necessitats que hagin de ser cobertes. S'hi expliquen les licitacions en vigor així com adjudicacions provisionals i les definitives.

Com s'ha comentat a l'inici d'aquest epígraf, posteriorment es va crear una nova secció anomenada *Comunicaciones a Empresas* que només conté una subsecció, *Especificaciones Informáticas*. Aquí, la DGT facilita informació tècnica sobre les aplicacions informàtiques dels centres de reconeixement de conductors i els centres mèdics i de gestió d'exàmens. Aquest és el canvi més rellevant del web de la *Dirección* que, d'altra banda, ha intentat incloure més prestacions relacionades amb l'Administració en línia. Per això, la secció *Jefatura Virtual*, que en l'actualitat té el nom de *Trámites y Multas: JEFATURA VIRTUAL*, facilita més serveis telemàtics, com ara el pagament de multes en línia.

### **11.2.2. Premsa**

Les funcions del gabinet de premsa de la DGT són la canalització, difusió i tractament de la informació que genera l'organisme així com el control de la seva presència pública, tant des del punt de vista qualitatiu com quantitatiu, per avaluar-la i reconduir-la si fos necessari. També s'ocupa d'atendre les demandes i requeriments que puguin efectuar els periodistes en relació a les activitats de la Direcció General

(DGT, 1985: 129). Com s'ha comentat abans, aquesta àrea es va diferenciar ràpidament del departament d'Educación y Formación Vial, on s'adscriu Divulgación, que és on recau la planificació i execució de les campanyes publicitàries sobre seguretat viària, enteses com a mecanismes educatius per conscienciar els conductors en els valors d'una mobilitat segura (López Mora, 1998: 221).

L'oficina de premsa, que depèn del director de l'organisme, s'ubica en la seu central de la Direcció. La seva plantilla és de cinc treballadors, dos dels quals són periodistes, que treballen habitualment només pel matí. Per cobrir les tardes i els caps de setmana, es recorre a personal d'altres àrees, amb independència de la seva formació professional. La feina de tots ells consisteix a atendre telefònicament les demandes informatives que, en matèria d'estadístiques o entrevistes, puguin fer els periodistes sobre sancions, normativa o accidents. També s'ocupen d'elaborar els reculls de premsa diaris i setmanals (aquests últims, només sobre revistes de motor), redactar comunicats, organitzar rodes de premsa, reunir informació per verificar els estudis i informes que elaboren i difonen públicament altres entitats vinculades a la gestió del trànsit. Si és necessari, també organitzen i preparen les intervencions públiques del director en congressos, jornades o altres actes.<sup>92</sup> En cap cas col·laboren en l'edició de la revista *Tráfico y Seguridad Vial* que, des de 1985, publica l'organisme.

De la informació sobre l'estat de la circulació se n'ocupa específicament el denominat servei de ràdio, ubicat al CGT. Els sis professionals que l'integren, tots periodistes, no formen part de la plantilla de la DGT, sinó d'una empresa externa que depèn del gabinet de premsa de l'organisme. Treballen en règim de rotació de torns tots els dies de la setmana, de 6.00 a 21.00 hores els dies laborables, de 9.30 a 15.00h el dissabte, de 18 a 23.00 hores el diumenge (de 19 a 24.00h en temporada d'estiu). Sempre hi ha tres persones pel matí i dues per la tarda, tot i que en circumstàncies excepcionals es reforça el servei, com per exemple, en els episodis de nevades intenses. S'encarreguen exclusivament de confeccionar i emetre cròniques radiofòniques i televisives sobre l'estat del trànsit on informen, només, de les retencions existents. Si els periodistes volen més detalls, han telefonar al gabinet de premsa. Per tant, la majoria de trucades que rep el servei de ràdio són d'aquestes emissores. No obstant això, un dels membres del servei va reconèixer durant l'observació participant que cada cop reben més peticions de mitjans escrits per informar-se per l'estat del trànsit. Així es va comprovar amb ocasió de l'accident aeri del 20 d'agost de 2008 a l'aeroport de Barajas (Madrid),<sup>93</sup> en què aquest servei va rebre nombroses demandes de dades i imatges de diversos mitjans tant de premsa com de ràdio i televisió.

### 11.2.3. Condicions prèvies

El principal punt en comú entre la DGT, la DT i l'SCT, en tant que organismes públics proveïdors de dades sobre mobilitat, és un entorn de treball molt tecnològic. Les eines que s'usen faciliten les tasques de recopilació, tractament i difusió de les dades. Aquests processos han esdevingut força automàtics i relativament còmodes per als treballadors dels centres de gestió, els encarregats de gestionar la informació de trànsit. Per fer-ho, s'ajuden d'una sèrie de programaris l'ús dels quals també es va detectar en el servei de ràdio i en el gabinet de premsa, tot i que amb una freqüència desigual. No són excessivament diferents al ja observats en les oficines basca i catalana que, de fet, quan van començar a funcionar ja tenien com a referent la feina que efectuaven els seus homòlegs de la Direcció.

<sup>92</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

<sup>93</sup> El 20 d'agost de 2008, coincidint amb la jornada d'observació no participant a la DGT, un avió de la companyia Spanair que cobria la ruta Madrid-Les Palmes de Gran Canària es va estavellar a la capçalera d'una de les pistes de l'aeroport de Barajas (Madrid). El sinistre es va saldar amb 154 persones mortes i una vintena amb ferides de diversa consideració.

Un d'aquests *softwares* és l'aplicació informàtica INCITAR, gairebé idèntica al CIT del Servei català. Són els propis treballadors del CGT els que alimenten aquesta base de dades, les dades de les quals es transvasen directament al web de l'organisme. Es tracta d'un mecanisme similar al que es va veure en l'observació participant a l'SCT i que fa que les pàgines web de tots dos organismes s'actualitzin al mateix ritme al que els operadors del centre de gestió renovent les dades. Com es va comprovar durant el treball de camp, els periodistes del servei de ràdio completen les dades de l'INCITAR amb l'observació de les càmeres de control, a les quals accedeixen des dels seus ordinadors de treball. Ho fan gràcies a una segona aplicació, ja documentada al País Basc i a Catalunya, que els permet seleccionar-les i veure-les des dels seus monitors. Les repassen constantment, sobretot en els moments de màxima concentració de cròniques, per oferir-les el màxim d'actualitzades possibles.

La utilitat que gairebé no consulten és la pàgina web generada pel propi organisme a través de les dades que gestiona. Almenys, aquest és el cas de les pàgines sobre estat del trànsit del lloc: *Estado de la circulación, Mapa de tráfico, Cámaras de Trafico i Boletín radiofónico*, agrupades en la secció *Información de carreteras*. Combinen els formats textual, visual i sonor per difondre continguts sobre mobilitat. Igual que en els llocs català i basc, existeix un cert grau d'interactivitat, ja que l'usuari que hi navega selecciona les incidències en funció del tram de la carretera, l'àrea geogràfica o la causa (vegeu Figura 7). A diferència dels llocs institucionals basc i català, es poden personalitzar les consultes i guardar un històric de les efectuades amb anterioritat. Per accedir a aquest servei, disponible a *Mapa de tráfico*, es necessari registrar-se. El web també incorpora un sistema de sindicació de continguts *Rich Site Summary*, això és RSS, només per a les dades sobre circulació perquè l'usuari consulti les últimes incidències actualitzades. Aquest servei conté un enllaç cap al mapa de trànsit per ubicar les retencions geogràficament.

FIGURA 7. Afectacions viàries a la pàgina del web de la DGT

Tipo / Nivel	Causas y observaciones	Provincia / Población	Fecha/Hora	Carretera	Km	Sentido	Hacia
	ACCIDENTE	BARCELONA / CASTELLBISBAL	2009-01-18 16:37	B-225	0.0 - 1.0	SUR	POLÍGON INDUSTRIAL ST. ADNREU DE LA BARCA
	CIRCULACION	BARCELONA / CASTELLBISBAL	2009-01-18 16:13	C-1413A	4.0 - 4.5	SUR	TALLAT L' ACCÉS A B-225 SENTIT MOLINS DE REI
	CIRCULACION	BARCELONA / GUARDIOLA DE BERGUEDA	2009-01-18 19:25	C-16	112.0 - 121.0	SUR	MANRESA
	DESPRENDIMIENTOS	BARCELONA / MONISTROL DE MONTSERRAT	2009-01-17 17:33	BP-1103	7.0 - 7.5	AMBOS SENTIDOS	TALLAT NOMÉS ACCÉS MONESTIR DE MONTSERRAT
	DESPRENDIMIENTOS	BARCELONA / MONISTROL DE MONTSERRAT	2009-01-13 12:19	BP-1121	11.5 - 12.0	AMBOS SENTIDOS	TALLAT NOMÉS ACCÉS MONESTIR DE MONTSERRAT
	CIRCULACION	BARCELONA / RIPOLLET	2009-01-16 08:36	C-58	6.0 - 0.0	NORTE	SABADELL (ENLLAÇ AP-7 / B-30)

Font: DGT

Com en el cas de l'SCT i la DT basca, bona part de la feina del gabinet referida a la mobilitat descansa en la labor dels operadors que treballen a les seves respectives sales de control. En última instància, les dades que es difonen públicament depenen del ritme de feina d'aquests últims treballadors, que no sempre s'adequa a les necessitats dels periodistes que informen sobre trànsit. En el cas dels professionals destinats al gabinet de premsa de la DGT pròpiament dit, aquesta relació no és tan marcada, ja que aquests últims s'ocupen preferentment d'informar sobre altres

activitats que du a terme l'organisme: estadístiques, legislació, etc. Això els obliga a coordinar-se amb els departaments específics que tracten aquestes qüestions: "Tots som independents, tot i que ens posem d'acord, sobretot a l'hora d'organitzar campanyes" ja sigui a través de reunions o del correu electrònic, aclareix una membre de l'equip de premsa.<sup>94</sup> De fet, l'estructura de la DGT, amb un organigrama jerarquitzat i consolidat després d'anys de funcionament, distribueix d'una manera força clara les tasques i funcions que desenvolupa cada àrea concreta, el que deixa poc marge de maniobra a la polivalència.

Per tant, a partir de l'observació es determina que existeixen mecanismes de col·laboració i coordinació entre

- a. El servei de ràdio i el CGT: Es concreta en les sinergies que s'estableixen entre totes dues àrees a l'hora de distribuir informació sobre mobilitat i en l'ús del mateix programari. Si la situació ho requereix, els periodistes del servei i els treballadors del centre parlen entre ells per acordar la millor manera de comunicar una incidència, com es va veure durant el treball de camp amb ocasió de la catàstrofe aèria de Barajas.
- b. El gabinet de premsa i la resta de departaments de la DGT: Es concreta en la búsqueda de fórmules per divulgar les activitats que desenvolupa l'organisme per complir amb els seus objectius i satisfer les necessitats informatives dels periodistes. Per exemple, les estadístiques les elabora l'Observatorio de Seguridad Vial; i aquí, forçosament el gabinet s'ha de recolzar en ells per obtenir aquestes dades i, en ocasions, fins i tot per comentar-les (si són necessàries declaracions).
- c. El gabinet de premsa i empreses externes a la DGT: Es concreta en la col·laboració que s'estableix amb l'empresa que gestiona el disseny, manteniment i publicació dels continguts del web de la Direcció. El gabinet de premsa no actualitza directament els que depenen d'ells (la sala de premsa) sinó que s'ha de posar en contacte amb la citada empresa per fer-ho.<sup>95</sup> En aquest punt, difereixen de les pràctiques de la DT (és la tècnica de premsa de l'organisme l'encarregada de gestionar-los) i de l'SCT (s'encarrega l'àrea d'informàtica del propi organisme).

#### 11.2.4. Dimensions

Unes línies més amunt, s'ha avançat que la DGT té unes pràctiques laborals força consolidades al llarg d'una cinquantena d'anys d'existència. El seu organigrama estructura d'una manera clara les tasques i funcions que desenvolupa cada departament adscrit a l'organisme, amb una vocació de servei molt orientada envers la informació i les relacions amb el ciutadà.<sup>96</sup> Una filosofia que, d'alguna manera, també impregna les rutines productives de l'àrea de premsa i conforma una experiència convergent definida pels paràmetres que s'aborden a continuació.

##### 11.2.4.1. Producció integrada

Fins ara, les fórmules de producció integrada detectades en el transcurs del treball de camp de les oficines catalana i basca s'ajustaven a la promoció creuada, la clonació de continguts i, en menor mesura, la *coopetició*. L'observació en el servei de ràdio i gabinet de premsa de la DGT ha permès documentar mecanismes similars, tot i que amb un ús desigual en funció de l'àrea en qüestió. En general, existeix el convenciment de la utilitat informativa de produccions com el web, però es troba a

<sup>94</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

<sup>95</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

<sup>96</sup> Pere Navarro, director de la DGT des de 2004. Entrevista personal el 26 de juny de 2008.

faltar un canvi de mentalitat que en permeti una explotació més clara de cara als periodistes. De moment, són concebudes fonamentalment per als ciutadans en general, una actitud que desaprofita el seu potencial comunicatiu. Amb tot, es pot parlar de

- a. Clonació de continguts: Tant el servei de ràdio com el gabinet de premsa, aquest últim en menor mesura, reben trucades de periodistes interessats en l'estat del trànsit. A l'hora d'informar, prefereixen reproduir els continguts de la base de dades INCITAR, degudament enriquits amb l'observació a través de les càmeres, en lloc del que recull el web. No obstant això, les dues aplicacions recullen dades gairebé idèntiques: com s'ha explicat abans, la informació de l'INCITAR es transvasa automàticament al lloc de l'organisme. És una pràctica també observada al gabinet de premsa basc, on es recorre a la base de dades anomenada Zutabe. Sobre la marginació del lloc de la DGT, el servei de ràdio va explicar durant el treball de camp que no els resultava còmoda la lectura de la informació tal com hi està presentada. És més, si a la crònica han d'incloure alguna dada sobre el trànsit a Catalunya opten per consultar la pàgina de l'SCT i no la seva perquè és més clara, expliquen. L'idioma no és una barrera: amb els diccionaris en línia (com el de l'*Enciclopèdia Catalana*) tradueixen el vocabulari més específic.
- b. Promoció creuada: Es fa, sobretot, des del gabinet de premsa. Els seus treballadors reconeixen l'elevat volum d'informació que suporta i es capaç de distribuir el web i allà adrecen els periodistes per temes genèrics vinculats amb dades sobre sinistralitat, matriculacions, etc. La idea de contenidor de continguts no és nova, està present en la investigació sobre tecnologia digital i sales de premsa des de mitjan dels noranta (Marken, 1995; Esrock i Leichty, 1998; Callison, 2003). És a la base de totes aquelles pràctiques que consisteixen a adreçar el periodista cap al lloc institucional quan busca una informació determinada. Una conducta que també es va observar en l'oficina de la DGT, però des d'una premissa bàsica: el web és bàsicament per als ciutadans. Per als periodistes, hi ha només "les estadístiques i l'històric de notes de premsa", explica una integrant de l'oficina.

Aquesta actitud fa que un dels mecanismes més senzills de producció integrada, el de la promoció creuada, no s'aprofiti en la seva totalitat. Una deficiència també observada al gabinet basc. Per exemple, el servei de ràdio de la DGT obvia totalment el web tot i que els professionals que hi treballen saben que no és una eina desconeguda per als periodistes. Sostenen que els informadors el consulten de manera habitual. Durant l'observació, un dels seus membres explicava que es dedueix fàcilment a partir de les preguntes que els formulen, destinades a verificar l'actualització de les dades penjades i a aclarir-les. "S'emboquen", va dir, cosa que reforça la percepció negativa que el servei de ràdio té sobre aquesta eina. Més concretament, que la informació que dona és confusa. Per tant, malgrat l'excés de treball que asseguren rebre en hores de màxima mobilitat, no promocionen el web com a font d'informació, molt probablement perquè la majoria de trucades que reben són per elaborar informacions en directe o gravades. Com a molt, en aquestes cròniques radiofòniques o televisives mencionen que les dades provenen de la DGT però per una qüestió de marca: d'aquesta manera, s'asseguren que l'autoria de la peça recaigui en l'organisme i no en l'emissora en qüestió. Així, durant l'accident de Barajas, no es va detectar un ús especial del web, tot i l'allau de trucades que va haver d'atendre una única persona.



#### 11.2.4.2. Distribució multiplataforma

Com en el cas de l'SCT i la DT, la tecnologia digital permet que la DGT distribueixi els continguts sobre mobilitat a través de diverses plataformes, complementàries entre elles. Alguns d'aquests canals s'han implementat per satisfer les demandes informatives dels periodistes. La raó d'existència d'altres és la voluntat d'oferir un servei de major qualitat al ciutadà tot i que, al final, els informadors han acabat per usar-los en el seu propi benefici. Els canals detectats durant el treball de camp són:

- a. Telèfon: La via més còmoda, ràpida i personalitzada que tenen els periodistes per rebre la informació també en el cas de la DGT. La pràctica totalitat de peticions que arriben al gabinet i al servei de ràdio entren per aquí.
- b. Internet: Les pàgines web sobre mobilitat, la sala de premsa de l'organisme i la secció d'estadístiques concentren bona part dels continguts potencialment interessants per als periodistes especialitzats en trànsit i seguretat viària. La informació sobre trànsit s'hi troba en diversos formats (quadre, mapa, arxiu d'àudio) sempre pensats en funció de les necessitats informatives del ciutadà.

A banda d'això, tant el gabinet de premsa com el servei de ràdio disposen de correu electrònic a través del qual poden enviar als periodistes informació diversa. Normalment, es tracta de dades que prèviament han demanat per telèfon. Com reconeix un dels integrants de l'oficina, no és un canal gaire utilitzat. Segons les seves pròpies paraules, aquesta via es reserva per a aquells periodistes amb els que no es té una excessiva confiança. En cas contrari, es prefereix el contacte personal, ja sigui telefònic o bé presencial, com passa amb les grans operacions de trànsit, amb els informadors desplaçats al CGT. L'adreça electrònica sí que s'usa a escala interna: per acordar reunions o intercanviar informació amb el cap de la citada sala de control, per exemple.

- c. Fibra òptica: Com en el cas de l'SCT, és la principal via per distribuir imatges entre les televisions. I, en ocasions, ha donat lloc a noves produccions informatives, com les cròniques televisives sobre l'estat del trànsit que es confeccionen per a CNN+, del grup Sogecable. El mecanisme i format és el mateix que ja observat en l'oficina de premsa catalana i descrit en la secció 10.4.2 Distribució multiplataforma: amb una connexió de fibra i un monitor per canviar les imatges. L'única diferència és que hi ha tantes instal·lacions com emissores que ho demanen: CNN+, TVE, Telemadrid i Antena 3. Telecinco també ho ha sol·licitat tot i que en el moment en què es va efectuar l'observació el terminal encara no funcionava. La principal virtut del sistema que s'acaba de descriure és que agilita l'enviament d'imatges a les emissores interessades: aquelles que no el tenen, han de sol·licitar-les en format DVD o bé desplaçar-se al centre de control per enregistrar-les directament en les seves pantalles, amb la inversió de temps que això comporta. A més, són els treballadors del servei de ràdio els que seleccionen el que s'acaba enviant, cosa que garanteix el control de la informació per part de la font. Tanmateix, l'observació va permetre detectar algunes fissures. I és que qualsevol imatge que se seleccioni s'envia automàticament als estudis de televisió. Durant l'accident aeri anteriorment referit, era possible veure des d'algunes de les càmeres de control de trànsit la columna de fum de l'avió estavellat. Es va decidir no subministrar-ho a les televisions per evitar un ús abusiu d'aquestes càmeres, destinades en exclusiva a la gestió del trànsit. Malauradament, un descuit va fer que un treballador de l'organisme utilitzés el monitor que

envia senyal de vídeo a Telemadrid per fer el seguiment de la tragèdia a escala interna. En els pocs minuts que es va trigar en detectar l'error, l'emissora va tenir temps d'adonar-se que rebia aquestes imatges, enregistrar-les (sense permís) i, després, emetre-les (en directe i diferit). Per evitar situacions com aquesta, els treballadors del gabinet de radio tenen la precaució de seleccionar alguna càmera fora de servei (per enviar una imatge en negre). La pressió inherent a tota situació de crisi va fer que aquesta pràctica per controlar la informació desaparegués davant l'augment exponencial de feina que va suportar el departament.

- d. Dispositius d'emmagatzematge extern: Com s'acaba de comentar, també existeix la possibilitat d'obtenir imatges a través de DVD. És aquesta la fórmula que s'usa amb aquelles televisions que no estan enllaçades amb el CGT amb fibra òptica o que ho estan, però quan passa l'incident no avisen el servei de ràdio perquè els enviï les imatges en aquell precís moment. Això es pot fer sempre i quan s'hagi guardat material visual sobre el fet en qüestió. La majoria de vegades, el DVD s'usa per distribuir les campanyes de publicitat (en la roda de premsa de presentació, per exemple) o per emmagatzemar grans quantitats d'informació (com les notícies de televisió que afecten l'organisme).

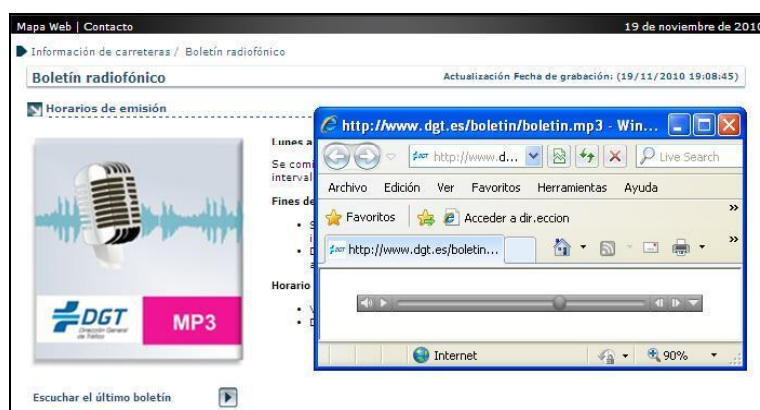
#### 11.2.4.3. Polivalència periodística

La particular estructura organitzativa de la DGT fa que estiguin clarament delimitades les tasques i funcions de cadascun dels departaments que integren l'organisme. I, fins i tot, dins de cada àrea concreta també es delimita amb força claredat què fa cada treballador. Per això, el gabinet de premsa de l'organisme s'ocupa només de les relacions amb els mitjans de comunicació, als quals facilita les dades i material (estadístiques, entrevistes, declaracions, etc.) que pugui necessitar. També entra dins de les seves funcions l'organització de rodes de premsa i, com a molt, gestionen la participació del director de la DGT en jornades i actes diversos. Però ni planifiquen campanyes de publicitat ni col·laboren en l'edició i redacció de la revista corporativa de l'organisme. Tampoc assumeixen la informació del trànsit. Això últim és la labor específica del servei de ràdio, que depèn del responsable del gabinet de premsa, que és qui els dona les directrius de funcionament. En paraules d'una de les membres de l'equip, aquesta divisió laboral "funciona" ja que els treu "molta feina"<sup>97</sup>. Per tant, el grau de polivalència periodística observat és força reduït i es limita a qüestions més aviat tècniques que tenen a veure amb

- a. Produir continguts per a diverses plataformes: Afecta sobretot el servei de ràdio, que està capacitat per elaborar peces que es distribueixen a través del telèfon, per internet i també per les televisions. Es una experiència similar a la ja observada en el gabinet de premsa de l'SCT. La diferència descansa en el fet que les cròniques digitals de la DGT no s'elaboren pensant en els periodistes radiofònics sinó en el públic en general, com va reconèixer un responsable del CGT durant l'observació (vegeu Figura 8). Aquest format va començar a funcionar a mitjan de la dècada de 2000, a imitació dels arxius d'àudio que algunes pàgines web nord-americanes amb informació del trànsit oferien als seus usuaris. La seva confecció no els implica una càrrega addicional de feina: aprofiten les intervencions que fan per a Radio Nacional de España (RNE), cada mitja hora i en directe, per enregistrar-les i pujar-les al web a través d'un *software* específic de fàcil ús.

<sup>97</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

FIGURA 8. Detall de la pàgina de les cròniques digitals del web de la DGT



Font: DGT

#### 11.2.4.4. Interactivitat

El departament de premsa de la DGT, on s'inclou el servei de ràdio, prefereixen relacionar-se amb els periodistes a través de sistemes tradicionals, això és, per telèfon o presencialment. Ja s'ha comentat que el correu electrònic l'usa per comunicar-se amb aquells professionals amb els que, per les raons que siguin, no tenen prou confiança com per parlar personalment. I, com es va comprovar durant el treball de camp, el grau de familiaritat i personalització al que s'arriba en les trucades és força elevat. De fet, l'escassa confiança és una de les quatre variables que es recullen a les conclusions, juntament amb la personalització, el control i la perversió en la comunicació, per analitzar la interactivitat entre fonts virtuals i periodistes. En el cas de la DGT, aquesta relació queda reduïda a la

- a. Interacció en la selecció: Té a veure amb les possibilitats de manipulació que ofereix les pàgines web sobre mobilitat. És a dir, formularis amb els camps per triar prèviament configurats per la font d'informació. Si volen saber l'evolució d'un accident, més detalls sobre la retenció o informació sobre possibles morts i ferits han de trucar al servei de ràdio o al gabinet de premsa, respectivament. Existeix la possibilitat de personalitzar-se les consultes i guardar-ne un històric, però en qualsevol cas, no són serveis dissenyats pensant en els periodistes sinó en el públic en general.
- b. Interacció en la petició: Es canalitza a través de l'ús del correu electrònic. És una opció possible i viable, però, com s'acaba d'explicar, no gaire popular entre el gabinet. Implícitament, la falta de confiança a què es referia un dels membres de l'equip apunta una de les principals carències de les sales de premsa virtuals: la comunicació automatitzada, freda i impersonal com a obstacle per aconseguir una relació virtual constant i fluida (González, Ruiz de Valbuena, Ruiz San Roman, 2005: 96). No és una idea nova. Marken (1995b) ja advertia que l'*e-mail* potencia el contacte entre font i periodista però no pot substituir l'efectivitat d'una comunicació més personal, on l'entonació, els jocs de paraules o fins i tot l'humor tenen un paper fonamental.

#### 11.3. El Reial Automòbil Club de Catalunya (RACC)

El RACC es va crear el 1906 com a Automòbil Club de Barcelona. Poc després, el rei Alfons XIII li va concedir el títol de "reial", denominació amb la qual perdura fins l'actualitat. El seu origen és un grup d'automobilistes que va decidir associar-se per afrontar necessitats comunes en una època en què aquests vehicles eren escassos. A

començament del segle XX, els accidents eren freqüents, ja que les carreteres no estaven pensades per als cotxes ni existien benzineres ni tallers de reparacions. Per això, els objectius del nou club van ser “contribuir al desenvolupament de l’automobilisme, defensar els interessos dels conductors, promoure el turisme automobilístic i fomentar l’esport del motor” (RACC, 2001-2010a). Aquesta filosofia fundacional continua vigent, ja que, en paraules del seu director del comunicació, el RACC treballa encara en donar serveis d’assistència als seus socis, millorar la reglamentació de l’automòbil i a incentivar el motor com una eina de relació internacional.<sup>98</sup> Aquestes funcions es completen amb la missió de la Fundació RACC, una entitat sense ànim de lucre que aspira a convertir-se en “referent” a Europa en matèria de mobilitat sostenible.<sup>99</sup> Actua a través de tres pilars bàsics: la seguretat viària, la gestió de la circulació i la protecció del medi ambient (RACC, 2001-2010b). Amb més d’un milió d’associats, el RACC és el club d’automobilistes més gran de Catalunya. La seva feina està molt orientada a donar servei al soci, una missió que impregna la seva estructura interna i, també, la seva pàgina web corporativa. Per la seva pròpia naturalesa, l’entitat no disposa de mecanismes propis de recopilació de dades sobre l’estat del trànsit sinó que aprofita les produccions que en aquest sentit elaboren les administracions. Asseguren aportar “visió de l’usuari” de les vies públiques com a complement necessari de les polítiques públiques. Amb tot, no es qualifiquen ni com un grup d’I+D ni com un *think tank* sinó com una “*interface* entre el coneixement rigorós i el públic”, és a dir, la societat, els polítics i les empreses.<sup>100</sup>

### 11.3.1. El web

Com la resta d’organismes examinats en la present investigació, el RACC també disposa d’un web corporatiu.<sup>101</sup> No pretén ser un portal d’informació sinó més aviat una “oficina virtual” a disposició de les necessitats soci,<sup>102</sup> una idea que impregna tota la filosofia de treball del club. Per això, el seu lloc virtual està molt orientat a la part de serveis i negocis,<sup>103</sup> com es pot deduir a primer cop de vista a partir de les seccions que la conformen: “Cotxes”, “Assegurances”, “Viatges”, “Botiga”, “Serveis RACC”, “Actualitat”, “Esports”, “Fundació RACC” i “El meu RACC”. Posteriorment, es va afegir una de nova, “Telefonia mòbil”. En entrar a cadascuna d’elles, l’usuari troba un segon menú navegable, situat a la part esquerra, amb les diferents subseccions en què es divideix. Hi ha també una sala de premsa, tot i que està ubicada fora de les àrees anteriorment enumerades. La seva explotació no recau en el gabinet sinó que el departament que s’encarrega del web gestiona el material prèviament facilitat per l’àrea de Comunicació amb criteris d’explotació propis.<sup>104</sup> A diferència dels webs corporatius abans examinats, el del RACC explota publicitat; en concret, d’empreses automobilístiques.

#### 11.3.1.1 Pàgina d’inici

La pàgina d’inici del Club dona fe de la seva vocació comercial, ja que la majoria de continguts són promocions o ofertes de productes relatius a l’assegurança del llar o el vehicle per augmentar el seu volum de socis. Aquests continguts es troben en la columna central de les tres que conformen la *home* de RACC. A la part inferior d’aquesta zona, se situa l’enllaç cap a la secció Fundació RACC, la més desvinculada de l’anterior filosofia. A l’esquerra, l’usuari troba una opció de recerca i una altra que li

<sup>98</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>99</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.

<sup>100</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.

<sup>101</sup> [www.racc.es](http://www.racc.es)

<sup>102</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>103</sup> Eva Rosado, coordinadora de continguts digitals de la Fundació RACC. Entrevista personal el 9 de juliol de 2008.

<sup>104</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

dóna la possibilitat de registrar-se i rebre així informació comercial. Aquí també hi ha un enllaç directe cap a la pàgina del RACC que informa sobre la situació del trànsit. A la dreta, hi ha un bloc d'informació de serveis amb cercadors de viatges, compra-venda de cotxes o confecció d'itineraris entre ciutats europees. El menú navegable situat a la part superior de la pàgina permet que l'usuari navegui per les seccions en què es divideix el web. Per contra, la barra de navegació situada a la part inferior facilita tot el relatiu a la informació corporativa. S'hi inclou un enllaç cap a la sala de premsa de l'organisme, un *microsite* vinculat al lloc principal del RACC.

#### **11.3.1.2. Cotxes**

La primera secció del web del RACC és una pàgina on es publiquen ofertes de compra i venda de vehicles nous i d'ocasió. A la part esquerra, un menú de navegació permet buscar opcions de finançament, *renting* o lloguer de vehicles per a empreses i autònoms, estacions de manteniment, etc.

#### **11.3.1.3. Assegurances**

Aquesta pàgina concentra la informació comercial i promocional en relació a les assegurances que ofereix el Club: automòbil, llar, accidents, vida, salut, nàutica, neu i viatge.

#### **11.3.1.4. Viatges**

La secció "Viatges" inclou una sèrie de serveis que permeten a l'usuari buscar vols, hotels, vehicles de lloguer o contractar paquets per anar de vacances. També hi ha la possibilitat de confeccionar-se la seva pròpia ruta o itinerari per Europa i consultar consells sobre mobilitat, seguretat viària i altres aspectes legals, mèdics o informàtics de temes desvinculats amb el trànsit. És en aquesta secció on s'ubica la pàgina web sobre circulació del RACC.

#### **11.3.1.5. Botiga**

Com es pot deduir a partir del nom, "Botiga" és un aparador de productes a disposició de l'usuari (registrat). L'oferta inclou des de articles de viatge fins a electrònica, ordinadors, vi, etc.

#### **11.3.1.6. Serveis RACC**

Aquesta pàgina recopila els principals serveis d'assistència que el Club ofereix als seus socis. Inclou promocions i ofertes especials que periòdicament s'actualitzen.

#### **11.3.1.7. Actualitat**

Contràriament al que es podria pensar, "Actualitat" no és pròpiament la sala de premsa corporativa de l'entitat, sinó la pàgina on es recullen les últimes informacions que el RACC considera rellevant del món del motor, en el seu sentit més ampli. Aquí, s'hi poden trobar reportatges sobre empreses automobilístiques, legislació, etc.; informes sobre proves efectuades a automòbils amb comparatives entre marques, estudis que elabora la Fundació... Des del menú navegable situat a l'esquerra de la pàgina, l'usuari té accés a un butlletí amb informació sobre l'entitat, a la revista que edita (*RACC. Revista de movilidad, motor, viajes y servicios al socio*) i que està dirigida pel responsable de Comunicació i també a un conjunt de consells sobre seguretat viària, conducció, llar, etc.

#### **11.3.1.8. Esports**

Aquesta secció reuneix tota la informació sobre les activitats que du a terme el RACC en l'àmbit dels esports de motor, en compliment d'un dels seus objectius

fundacionals. A més d'informació sobre els diferents esdeveniments esportius que organitza, també s'inclouen les notes de premsa amb informació sobre els mateixos.

### 11.3.1.9. Fundació RACC

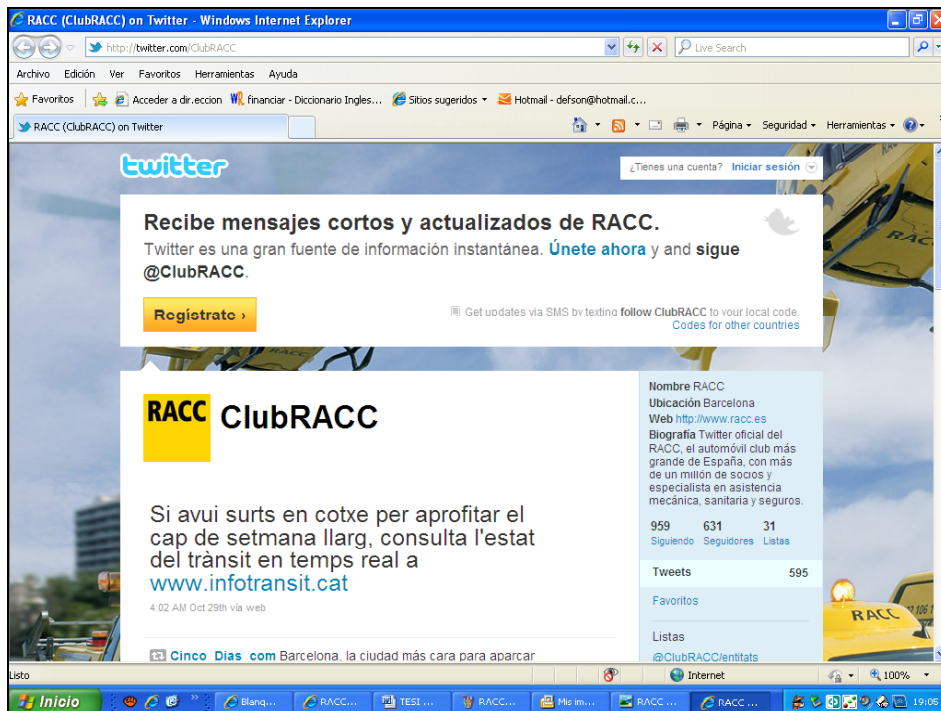
En aquest apartat, concebut com una *microsite* independent del lloc principal, l'usuari pren coneixement de totes les activitats que emprèn la Fundació RACC en relació a la millora de la seguretat vial i la mobilitat, el foment d'una circulació sostenible des del punt de vista del medi ambient, els estudis i publicacions que promou o li arriben de tota Europa, etc. En el cos central de la seva pàgina inicial, hi ha la secció "Novetats", on es recullen les últimes activitats de la Fundació. En ocasions, s'adjunten les notes de premsa elaborades pel gabinet on s'informa dels detalls.

### 11.3.1.10. El meu RACC

La raó de ser d'aquesta secció és donar a l'usuari l'oportunitat de registrar-se per accedir a un conjunt d'avantatges, com ara ofertes, tràmits en línia, etc.

Dels webs dels quatre organismes estudiats en aquest treball, el del RACC és el que més canvis ha experimentat en aquests anys. De fet, quan es va fer el treball de camp, els responsables van avançar reformes i canvis que afectarien el lloc web de l'entitat així com algun dels serveis s'hi allotjaven. Així, el 2009 es va modificar la informació sobre mobilitat que ofería el Club, que consistia en un enllaç al web de l'SCT, per una pàgina d'elaboració pròpia, la denominada web de l'Infotrànsit, que conté dades sobre la mobilitat a tota Espanya que es poden organitzar en funció de set categories: "Obres", "Congestió", "Meteorologia", "Cons", "Incidències", "Ports" i "Càmeres". També facilita informació sobre ràdars, punts negres i trams de risc d'accidentalitat. En tot moment, se n'especifica la font (SCT, DGT, RACC, etc.).

FIGURA 9. Captura de pantalla del Twitter del RACC



Font: RACC

Una altra novetat emergent, posada en marxa durant el 2010, és la irrupció de l'organisme en els webs socials. Des de la secció "El meu RACC" és possible enllaçar amb el canal que té el Club a Youtube, així com al Twitter, el Flickr i el Facebook (vegeu Figura 9). Des d'aquí, pengen fotografies i vídeos corporatius, informen sobre activitats i novetats que desenvolupa l'organisme. En ocasions, des del Twitter algun usuari ha alertat d'incidències viàries. L'última innovació ressenyable té a veure amb la sala de premsa, que funciona des de 2009, els continguts de les quals s'expliquen en el següent epígraf.

### 11.3.2. Premsa

A grans trets, les activitats del RACC es divideixen en tres grans àrees: una de comercial, que concentra els productes i serveis que ofereix el Club; una altra de suport a l'anterior o de postvenda, que s'ocupa de l'assistència al soci pròpiament dita; i una tercera, força àmplia, de Màrqueting i Comunicació. Dins d'aquesta última, el departament de Comunicació s'encarrega específicament de la comunicació no publicitària cap a l'exterior de l'organisme. Això implica coordinar la relació amb els mitjans de totes les unitats del RACC a través d'un únic departament de premsa (esports, corporativa i Fundació), les publicacions del Club i el servei Infotrànsit, d'informació radiofònica sobre mobilitat. La publicitat depèn de l'àrea de Màrqueting, amb qui treballen "molt de la mà" gràcies a les reunions de caràcter "informal" que regularment mantenen. El director de comunicació de l'entitat posa l'exemple de les campanyes centrades en conceptes de seguretat viària: l'equip de treball integra personal de totes dues àrees.<sup>105</sup> La plantilla total de comunicació era de 19 persones, en el moment de la investigació.

El gabinet de premsa del RACC està format per cinc treballadors, un dels quals s'encarrega de la informació esportiva i coordina, a més, el servei Infotrànsit. Una de les integrants explica que s'arriben a fer una mitjana de 40 rodes de premsa anuals. Des d'aquí, es creen estratègies de comunicació de l'entitat, es controla el missatge extern perquè estigui unificat, es decideixen els portaveus que parlaran sobre les activitats i iniciatives del Club i es gestiona la relació amb els mitjans. També s'encarrega d'informar la direcció de l'organisme i de valorar les intervencions externes que es facin a congressos, jornades, etc. Aquelles tasques més tècniques o rutinàries s'externalitzen, com ara, l'enviament de convocatòries en cas de rodes de premsa, avisar el periodista de les mateixes, etc.

El servei Infotrànsit està format per cinc periodistes, coordinats per un responsable, que s'encarreguen d'elaborar cròniques radiofòniques sobre l'estat del trànsit a Catalunya. Treballen en torn fix cobrint la franja de matí (de 6 a 14 hores), tarda (de 17 a 21 hores) i cap de setmana (de 10 a 14 i de 17 a 21 hores)<sup>106</sup>. És un dels primers serveis regulars d'informació sobre mobilitat existents a Catalunya (Gallart, 1996). El seu responsable explica que va néixer per cobrir una certa carència en relació a aquest àmbit. L'objectiu del servei era i és encara "divulgar" les incidències a través de les ràdios i televisions perquè els conductors se n'assabentin abans d'agafar el cotxe. "És una funció molt preventiva", conclou.<sup>107</sup> Tot i que s'adrecen de manera preferent a emissores radiofòniques, l'Infotrànsit també pot informar la resta de mitjans sobre les retencions que provoqui algun incident puntual i remarcable. Amb tot, insisteixen en què aquestes demandes no els entrarien directament, sinó a través del gabinet de premsa.

<sup>105</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>106</sup> A partir de l'estiu de 2010, es van deixar d'elaborar cròniques per la tarda.

<sup>107</sup> Albert Riudeubàs, responsable del servei Infotrànsit i d'Informació Esportiva del RACC. Entrevista personal el 15 de maig de 2008.

A banda de l'anterior, l'àrea de Comunicació del RACC gestiona la feina de les set persones que integren el departament de Publicacions, des d'on s'elabora la revista del Club. Entre les diverses seccions no hi ha intercanvi de tasques ni de funcions, sinó que cada treballador està enquadrat en una de determinada. El principal responsable considera que, per aptituds, podrien "saltar" entre els departaments però aclareix que no es fa "per un tema de temps".<sup>108</sup> Totes les persones entrevistades durant el treball de camp al RACC van insistir molt en la coordinació que es dona entre les diferents seccions a l'hora de tirar endavant la feina, ja sigui a través de reunions planificades o bé mitjançant d'altres de caràcter més informal.

### 11.3.2.1. La sala de premsa

La sala de premsa del RACC no és accessible des de la barra de menú navegable principal de pàgina d'inici, situada a la part superior, sinó des d'una altra, secundària, situada a la part inferior. Des d'aquí, es possible consultar les seccions "Qui som", "Treballa amb nosaltres", "Identitat corporativa", "Mapa" i "Premsa". A través d'aquest últim enllaç, l'usuari navega cap a un *microsite* amb informació específica per als mitjans de comunicació. És aquí on els periodistes poden adreçar-se per buscar les notes de premsa de l'entitat, a través d'un arxiu històric organitzat per temes (Corporatiu, Serveis, Mobilitat i Medi Ambient, i Esports). També hi ha informació corporativa i un històric d'arxius multimèdia (imatges i vídeos corporatius). En ocasions, hi ha la possibilitat de baixar-se arxius de més qualitat, sobretot en el cas de les fotografies.

La part central de la pàgina d'inici de la sala de premsa es reserva per les últimes novetats, és a dir, les activitats més recents de l'entitat. És habitual completar la informació amb la nota de premsa que es va distribuir als mitjans, el dossier i alguna fotografia o infografia que serveix als informadors per il·lustrar la seva notícia. A vegades, s'adjunta algun element audiovisual, com ara, videocomunicats, però és més estrany.

### 11.3.3. Condicions prèvies

A partir de les paraules dels entrevistats, es fàcil deduir que la tecnologia digital és habitual en l'entorn laboral del RACC. La seva implantació no sembla haver suposat cap trauma. A més, consideren que en fan un ús "similar" al d'altres oficines de premsa, si més no, des del punt de vista d'utilitats com el correu electrònic.<sup>109</sup> No obstant això, existeix una gran diferència respecte dels altres organismes estudiats: gairebé no disposen d'eines de recollida d'informació pròpies, sinó que depenen en bona mesura del que genera i cedeix l'Administració.<sup>110</sup> Una realitat que afecta les dades sobre l'estat del trànsit, però també les que es puguin incloure en estudis o investigacions sobre mobilitat, polítiques preventives, sancionadores, sinistralitat, etc. És per aquest motiu que no s'han detectat programes informàtics ni bases de dades similars a les ja observades en la resta d'organismes estudiats: en aquest context, no tenen sentit. En el moment en què es va fer el treball de camp, ni tan sols disposaven d'una pàgina web sobre l'estat del trànsit sinó que recorrien al mapa interactiu de l'SCT (vegeu Figura 10). Amb tot, els entrevistats van insistir en el fet que el lloc de l'organisme estava en procés de canvi i que, en el futur, es podria arribar a confeccionar-ne una de pròpia, com finalment va passar.<sup>111</sup> De fet, des de l'entitat en

<sup>108</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>109</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

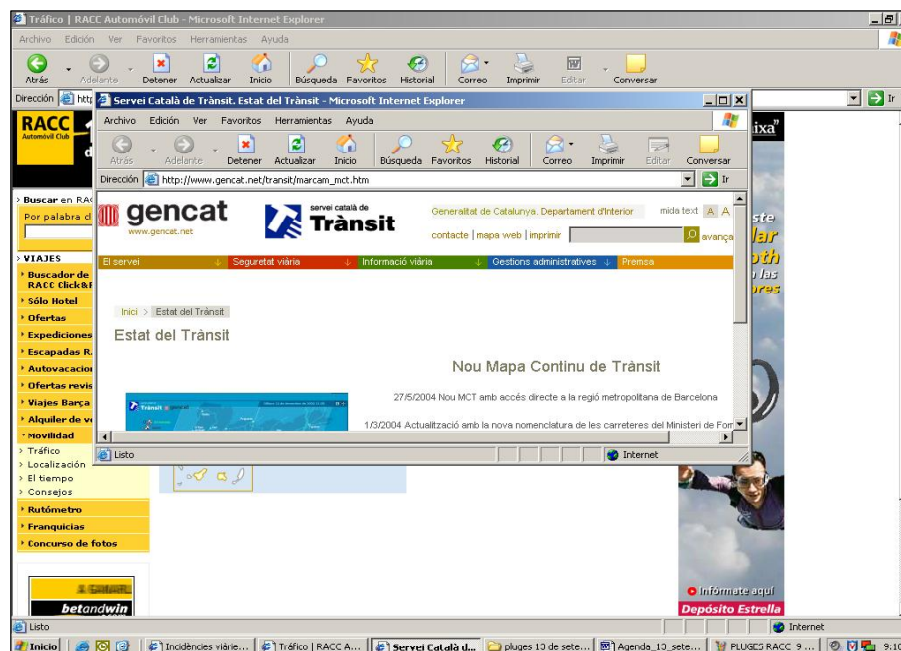
<sup>110</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.

<sup>111</sup> En l'actualitat, el lloc del RACC inclou una pàgina web sobre l'estat del trànsit on es recullen les incidències de tota Espanya i s'ubiquen en un mapa. Consta específicament quina és la font (SCT o DGT). Existeix la possibilitat de consultar càmeres de trànsit d'organismes oficials (SCT, DGT, Ajuntament de Barcelona, etc.) així com obtenir informació sobre ubicació de punts negres, radars, el risc d'accident d'alguns trams, etc. (RACC, 2009: 29)



tot moment es va destacar “l’important” paper de la tecnologia com a “instrument d’arribada massiva i barata” a la societat i, en especial, a certs col·lectius, com els joves, només accessibles per aquesta via, va explicar un responsable.<sup>112</sup>

FIGURA 10. Afectacions viàries de la pàgina web del RACC



Font: RACC

A partir de tot l’anterior, es pot establir que al RACC existeixen dos nivells de col·laboracions, que són:

- a. L’externa: Es concreta en les sinergies que s’estableixen amb les administracions públiques a l’hora d’obtenir les dades necessàries per implementar les seves activitats. No està exempta de friccions derivades de la propietat d’aquests materials:<sup>113</sup> existeix una sensació de “falta de transparència” i de “monopoli” d’unes dades que, segons un responsable del RACC, a l’Administració li costa cedir per por a les crítiques o a resultar perjudicada.<sup>114</sup>
- b. La interna: Es concreta en les relacions que puguin haver entre els diferents departaments del RACC vinculats amb la comunicació, el màrqueting, l’elaboració de campanyes, la difusió d’informació, etc.

#### 11.3.4. Dimensions

La manera en què el RACC organitza els seus departaments així com les funcions i tasques que els adjudica fa que l’experiència convergent detectada en el si d’aquest organisme sigui força diferent dels anteriorment examinats. En aquesta percepció, també influeix el fet que es tracta d’una entitat privada, força orientada a donar un determinat servei al soci (d’informació, assistència, etc.) i que es postula com un referent de cara a la societat en assumptes relatius al trànsit i la seguretat viària. Com

<sup>112</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.

<sup>113</sup> Un dels directors de l’SCT entrevistat per a aquesta investigació, Rafael Olmos, va explicar que no hi havia un criteri clar i definit entre els organismes que gestionen el trànsit per determinar la propietat de les dades sobre trànsit: quines dades són públiques i explotables gratuïtament per tothom i quines no.

<sup>114</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.

ja s'ha comentat, les seves funcions són diferents de les que du a terme l'Administració, de la qual depèn per obtenir bona part de la matèria primera que necessita per a les seves activitats.

#### 11.3.4.1. Producció integrada

Si en l'SCT, la DT i la DGT, les fórmules de producció integrada sobretot procuraven una major confluència entre els departaments encarregats de recopilar, tractar i distribuir la informació relativa a l'estat del transit, en el RACC el punt de partida és radicalment diferent. No gestiona la circulació sinó que només n'informa. Per tant, utilitats com els *softwares* per recopilar, tractar i distribuir aquests continguts, com el CIT, el INCITAR, el Zutabe o la fibra òptica per enviar imatges a emissores televisives, són inexistents. Així que tampoc cal harmonitzar els ritmes de treball i les rutines dels periodistes i dels operadors que treballen en el gabinet i els centres de control, ja que, òbviament, no en disposen d'un. Per tant, la producció integrada s'ha de concretar en altres experiències on es busca apropar la feina que desenvolupen els diferents departaments del RACC en aquells casos on calgui comunicar cap a l'exterior (perquè es programa una campanya o s'organitza una roda de premsa, per exemple). Però també en aquelles activitats on es necessita el suport d'algun organisme extern, com ara, l'SCT per informar sobre l'estat del trànsit. I aquí, sí que poden haver-hi friccions.

El treball de camp concreta aquestes experiències en fórmules properes a:

- a. Clonació de continguts: Com els gabinets anteriorment estudiats, el RACC clona material propi. Aquest és el cas de les produccions informatives elaborades des de l'oficina, és a dir, notes i dossiers que es distribueixen entre els mitjans, és possible veure-les idèntiques a la sala de premsa de l'organisme. Hi apareixen en format de notícia, amb títol, cos d'informació, fotografies: els continguts són els mateixos. Fins i tot, s'adjunta el comunicat on es pot comprovar que es tracta del mateix text. Ara bé, en l'SCT, DT i DGT, la clonació de continguts també es donava quan els integrants dels seus gabinets de premsa repetien telefònicament la informació sobre trànsit continguda en les seves bases de dades o bé en el seu web respectiu. Aquesta pràctica es podia complementar amb una invitació explícita al periodista perquè consultés les pàgines en qüestió. Això es transforma en el RACC en la reproducció dels continguts sobre mobilitat reunits per aquests organismes, que adopten en aquest context el paper de font informativa. I com a tal, la informació que donen pot ser corregida, ampliada, matisada... És habitual, doncs, que el servei Infotrànsit contrasti la informació del Servei amb trucades a benzineres, policies locals, etc.<sup>115</sup>
- b. *Coopetició*: Si els mitjans aprofiten les ocasions de transcendència informativa per posar en marxa pràctiques de convergència moderada, el RACC aprofita aquelles activitats elaborades conjuntament amb l'SCT per fer el mateix. Ja s'ha comentat a l'epígraf 10.4.1. Producció integrada com, en aquests casos, els dos gabinets s'han de posar d'acord en la seva organització i difusió pública, amb notes de premsa amb continguts similars, però que no distribueixen conjuntament.

<sup>115</sup> Albert Riudeubàs, responsable del servei Infotrànsit i d'Informació Esportiva del RACC. Entrevista personal el 15 de maig de 2008.

D'alguna o altra manera, els dos mecanismes anteriors provoquen reticències relatives a l'ús de materials prèviament produïts per una de les dues parts implicades i a la projecció pública d'unes entitats que treballen en el mateix sector, amb objectius similars però interessos diferents. La qüestió relativa a la marca aflora. El responsable de l'Infotrànsit, ho explica a la perfecció quan indica que l'únic que demanen a canvi a les emissores radiofòniques on surten és que els periodistes del servei puguin acabar la connexió mencionant expressament el nom de l'entitat "per saber que la informació la dóna el RACC, per diferenciar-nos d'altres fonts d'informació".<sup>116</sup> Al costat d'això, des del Servei es reflexiona sobre la propietat i explotació d'unes dades, les de mobilitat, que determinats operadors o empreses no produeixen però que fan servir com si fossin seves. Una qüestió que, si bé no va sortir explícitament durant el treball de camp a l'SCT, es va percebre durant l'observació participant en l'organisme. I també durant l'estada a la DGT. Com es recordarà, el servei de ràdio d'aquest organisme sempre acabava les seves intervencions (televisives o radiofòniques) recordant que les dades provenien de la Direcció, per evitar que el públic pensés que la crònica provenia d'un periodista de l'emissora.

#### 11.3.4.2. Distribució multiplataforma

Igual que la resta d'organismes examinats, el RACC complementa la distribució de continguts a través del telèfon amb l'ús d'altres plataformes que permeten fer arribar les produccions informatives als periodistes de manera àgil i efectiva. No obstant això, en fan un ús més limitat que els seus homòlegs. El motiu esgrimit pels seus responsables és la personalització a través d'un contacte més directe que, segons es dedueix de les seves paraules, la comunicació mediada a través de l'entorn digital no fa possible. Una filosofia que si bé afecta més profundament la dimensió convergent relativa a la interactivitat, també té repercussions en les plataformes dissenyades per distribuir els continguts informatius generats per l'entitat. Així, es possible distingir entre el

- a. Telèfon: El principal mecanisme de contacte entre l'àrea de Comunicació i els periodistes, com també passa amb la resta d'oficines de premsa objecte d'estudi de la investigació. És a través del telèfon que el servei Infotrànsit serveix les seves cròniques i que el gabinet afronta la major part de peticions informatives dels mitjans. L'ús del mòbil se cenyeix només a enviar els resultats de les carreres esportives als terminals dels periodistes que prèviament ho han sol·licitat, per la necessitat que hi ha d'obtenir la dada el més ràpid possible. No obstant això, des de juny 2010, el RACC disposa d'una aplicació que permet consultar els continguts de la seva pàgina web sobre l'estat del trànsit a través del mòbil.
- b. Internet: A banda de la sala de premsa i del correu electrònic, el RACC disposa d'una altra fórmula virtual per donar a conèixer entre els informadors les activitats que du a terme. Es tracta del *newsletter* anomenat *Mobinews*, elaborat des de la Fundació amb l'objectiu de divulgar entre els interessats en la mobilitat els estudis, projectes i iniciatives que en aquest sentit emprèn tant l'organisme com altres de referència en l'àmbit europeu. Es tracta d'una producció concebuda íntegrament per al web, una eina "molt potent" que permet una distribució i, per tant, una presència gairebé universal a un cost assequible. Dels continguts, se n'encarrega una periodista formada en l'entorn virtual i amb experiència en aquests mitjans, que també va participar en el disseny de la pàgina. Tot el procés que va

<sup>116</sup> Albert Riudeubàs, responsable del servei Infotrànsit i d'Informació Esportiva del RACC. Entrevista personal el 15 de maig de 2008.

culminar en la seva aparició va ser col·legiat entre els diferents departaments del RACC implicats, com ara la pròpia Fundació, l'àrea de Comunicació i la de Màrqueting. Tot el material es treballa de manera interna, aclareix la seva responsable.<sup>117</sup> Malgrat que no es tracta d'una producció pensada per a ells, els periodistes el poden rebre si s'hi subscriuen. De fet, des del RACC s'ha assumit que és un públic potencialment interessat i, sempre inclouen el *Mobinews* al mateix nivell que les notes o els dossiers, com es va comprovar durant el treball de camp.

- c. Dispositius d'emmagatzematge extern: En algunes rodes de premsa, es fan servir simulacions tècniques, infografies i altres elements visuals, la majoria dels quals, es confeccionen externament. Tot i que després es penjen a la sala de premsa corporativa, és habitual repartir-les en cintes de vídeo Betacam o en DVD entre els periodistes assistents.

A més, el treball de camp va detectar dos mecanismes més de distribució de materials informatius, vinculats a internet, però d'ús marcadament intern: el correu electrònic i la intranet, que funciona com un gestor de continguts entre els propis treballadors de l'àrea de Comunicació, a mode de repositori informatiu. És a dir, aquí es poden guardar aquelles informacions susceptibles de ser enviades als periodistes, com notes i convocatòries de premsa, accessibles des de qualsevol terminal. Sobre l'*e-mail*, una de les integrants del gabinet no dubta a qualificar-lo com l'eina "més usada" i "vital" a l'hora de planificar la comunicació externa de l'organisme, ja que permet coordinar i verificar la feina que fa un grup de persones evitant al màxim els solapaments, els missatges contradictoris, la duplicació de tasques, etc.<sup>118</sup>

#### 11.3.4.3. Polivalència periodística

La divisió de tasques existent en l'àrea de Comunicació del RACC dificulta enormement les experiències polivalents en el si d'aquest organisme. Un dels responsables deixa ben clara la separació existent entre premsa, publicacions i servei infotrànsit, en indicar que cada departament s'ocupa d'unes funcions determinades. Fins i tot dins del propi gabinet, on cada persona té assignats uns temes dels quals s'ha de responsabilitzar (corporatius, de la Fundació, etc.). Però, alhora, remarca la necessària col·laboració entre tots els treballadors per abordar una feina "multidisciplinària" que, a vegades, afecta diversos departaments: "Ens ajudem entre nosaltres, cadascú tiba dels recursos que toquin", explica.<sup>119</sup> Amb tot, queda espai per

- a. Produir continguts per a diverses plataformes: L'existència d'una sala de premsa virtual obliga als membres del gabinet a produir continguts per a internet, si més no, a tenir en compte que les notes i dossiers que elaboren tenen també una presència a la xarxa. Per tant, han d'assegurar-se que l'àrea que gestiona el web rebí els materials i els faci públics.
- b. Informar sobre temes diversos: Els àmbits de competència de cadascú dels integrants de l'àrea de comunicació estan força delimitats i, en principi, no hi ha contaminació. Tanmateix, s'ha detectat un cas de polivalència temàtica en la figura del responsable de comunicació esportiva que, a la vegada, ho és del servei Infotrànsit, amb el que "no té res a veure".<sup>120</sup> En el

<sup>117</sup> Eva Rosado, coordinadora de continguts digitals de la Fundació RACC. Entrevista personal el 9 de juliol de 2008.

<sup>118</sup> Marta Bach, membre del gabinet de premsa del RACC i responsable de la comunicació de la Fundació RACC. Entrevista personal el 12 d'agost de 2008.

<sup>119</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>120</sup> Albert Riudeubàs, responsable del servei Infotrànsit i d'Informació Esportiva del RACC. Entrevista personal el 15 de maig de 2008.

primer supòsit, es tracta de fer la gestió comunicativa de les competicions esportives que depenen de l'entitat: rodes de premsa, notes, entrevistes en mitjans de pilots, enviar imatges, etc. En el segon, coordina la feina de l'equip que elabora les cròniques radiofòniques sobre l'estat del trànsit. Cap dels entrevistats va donar una raó de pes que expliqui aquesta pràctica més enllà del fet que l'Infotrànsit va créixer i algú havia d'assumir la seva supervisió.

- c. Executar tasques de diferent naturalesa: Es tracta també d'un cas excepcional, com l'anterior, en el sentit que només afecta un treballador i de manera esporàdica. I és que durant el treball de camp es va detectar que un dels integrants del servei Infotrànsit, en acabar el seu horari de treball, s'incorporava al gabinet de premsa. En qualsevol cas, no abordava les dues tasques a la vegada, com passa amb les integrants de l'oficina de l'SCT, sinó que primer complia amb les seves obligacions al primer dels departaments per després fer el mateix amb el segon.

#### 11.3.4.4. Interactivitat

La principal diferència observada entre el RACC i la resta d'organismes estudiats és la decidida aposta per una relació el màxim de personalitzada possible amb els periodistes a través del contacte personal. Això fa que les fórmules d'interacció virtual siguin força reduïdes i que es limitin a les possibilitats que dona la pàgina web de l'organisme en qüestió. Per tant, es pot parlar de:

- a. Interacció en la selecció: Es concreta en la navegació per les pàgines del lloc del RACC, més concretament, per aquelles més orientades als periodistes. És a dir, les pàgines de mobilitat que, com ja s'ha dit anteriorment, són les de l'SCT, la sala de premsa i el *Mobinews*. Existeixen vies perquè els usuaris es posin en contacte amb el Club, com ara bústies de suggeriments, formularis per donar-se d'alta o baixa, però cap correu electrònic de l'àrea de premsa.

Més enllà d'això, des del departament de Comunicació de l'entitat es prefereix que el seu portaveu i el periodista puguin parlar directament, sense recórrer a recursos com penjar el tall de veu al web, per exemple, perquè tothom se'l descarregui. Tot i que en reconeixen els avantatges, sobretot en situacions en que no és dona "a l'abast", no volen que "això supleixi l'entrevista personalitzada".<sup>121</sup> La mateixa filosofia es detecta en el servei Infotrànsit quan els seus integrants al·ludeixen a la complicitat que estableixen amb el locutor que els dona pas i que porta a adaptar la crònica a la cobertura geogràfica del mitjà en qüestió: "No fem informacions iguals",<sup>122</sup> assegura el responsable. Aquest és un dels motius pel qual van deixar d'elaborar cròniques preenregistrades en uns contestadors: les emissores trucaven a un determinat telèfon i obtenien la informació, que podien gravar i després emetre. Ara bé, la necessitat d'actualitzar periòdicament els continguts perquè fossin actuals va fer que el sistema es tornés "poc operatiu". Així, es va tornar al sistema telefònic, molt més dinàmic i amb més capacitat de personalització. Just el que l'entorn virtual no facilita, com es recullen a les conclusions d'aquesta recerca.

<sup>121</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>122</sup> Albert Riudeubàs, responsable del servei Infotrànsit i d'Informació Esportiva del RACC. Entrevista personal el 15 de maig de 2008.

## **12. Transformacions i límits en els gabinets de premsa i comunicació per la convergència comunicativa**

Fins aquí, aquesta investigació s'ha ocupat de descriure els processos de convergència detectats en els gabinets de premsa i comunicació objecte d'estudi del treball. S'ha vist cada experiència de manera particular. És a dir, que s'han copsat les diverses solucions que, de manera específica, han adoptat els organismes estudiats en funció dels seus objectius, plantilla, cultura laboral, etc. La secció que ara comença té com a objectiu sistematitzar aquestes experiències per establir-ne les similituds i divergències. Actua com a pont cap al següent apartat del treball de camp, on s'examinarà l'acceptació dels periodistes de les fonts virtuals a partir del cas dels informadors catalans especialitzats en trànsit i seguretat viària.

### **12.1. Condicions prèvies**

El fenomen de la convergència centra bona part de l'interès de professionals i teòrics de la comunicació en els darrers anys. El dinamisme del terme propicia l'existència de tantes aproximacions com experiències diverses en els mitjans, però hi ha una gran coincidència a assenyalar els dos elements que la fonamenten: els processos de digitalització i la progressiva concentració i diversificació empresarial que es donen des dels anys noranta del segle passat (Masip i Micó, 2009: 86). La investigació en noves tecnologies i periodisme ja ha determinat la importància dels factors anteriorment esmentats en el desencadenament i configuració de la convergència en les redaccions dels mitjans tradicionals (Salaverría i García Avilés, 2008). El treball de camp efectuat en aquesta recerca apunta en el mateix sentit en els gabinets de premsa i comunicació. Resulta impossible parlar del procés si abans no s'examinen les conseqüències que la implantació de la tecnologia digital ha provocat en l'interior d'aquestes oficines que, ja de per si, es mouen en un àmbit altament tecnificat com és el de la gestió del trànsit. I és que bona part de les transformacions documentades en la manera de produir, en els continguts que ofereixen als periodistes, en el perfil dels professionals que hi treballen i en els mecanismes promocionals no es poden entendre sense la digitalització, que es troba a la base tots aquests canvis i que ha animat als organismes estudiats a experimentar noves fórmules productives que inciten una major col·laboració entre els seus departaments i, fins i tot, amb d'altres d'externs.

#### **12.1.1. Digitalització**

La presència de la tecnologia digital en les àrees de comunicació dels quatre organismes estudiats és indiscutible. En major o menor mesura, tots els seus treballadors es mouen en aquest entorn sense dificultats aparents, igual que la resta de companys d'altres departaments. Algunes institucions, les més joves, ja van néixer completament digitalitzades, com és el cas del Servei Català de Trànsit (SCT). Altres, amb una història més àmplia, van incorporar les innovacions a mesura que apareixien i en funció de les seves necessitats. Hi ha la convicció generalitzada de què les seves prestacions haurien de fer la feina més senzilla i còmoda. El cas és que la digitalització està a la base de bona part de les transformacions que han experimentat aquestes unitats de treball així com en les noves fórmules que experimenten per produir i explotar els continguts que generen. El treball de camp ha permès documentar aquests canvis, que es resumeixen a la Taula 11.

TAULA 11. Canvis que la digitalització desencadena en els gabinets de premsa i comunicació

<b>Canvis detectats</b>	<b>SCT</b>	<b>DT</b>	<b>DGT</b>	<b>RACC</b>
Mecanització de les rutines	X	X	X	
Aparició de noves produccions informatives				
Informació de servei	X	X	X	
Informació per a la secció de societat				X
Millora de la comunicació interna	X	X	X	X

Font: elaboració pròpia

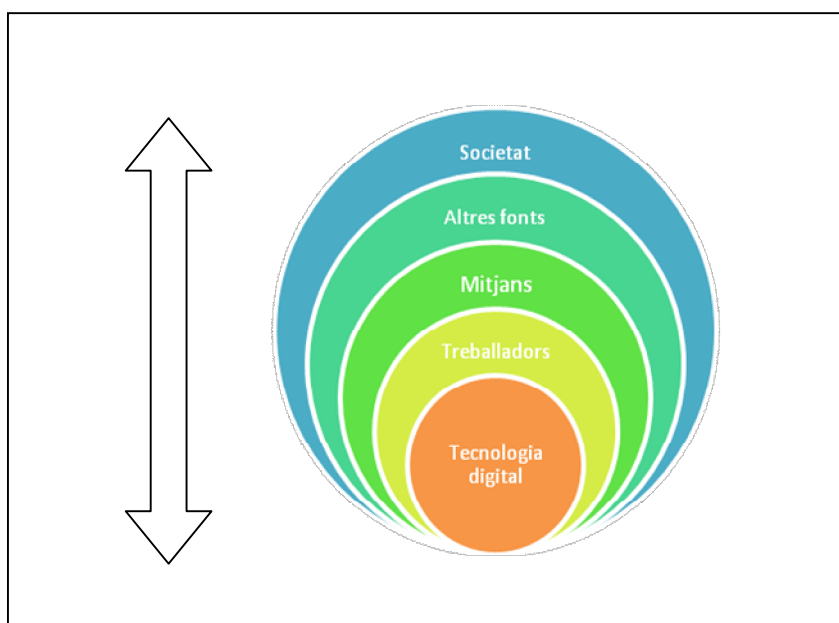
La gestió del trànsit és una de les activitats en què la tecnologia digital té una presència majoritària. Els tres organismes oficials que disposen d'un centre de control (SCT, DT i DGT) l'usen per recopilar, tractar i difondre de la manera més ràpida possible el màxim volum de dades contrastades i, quan s'escau, d'imatges sobre circulació. Les bases de dades (CIT, Zutabe o INCITAR), els programaris (com el que permet gestionar les càmeres) i els serveis (el correu electrònic, per exemple) mecanitzen al màxim el procés anteriorment descrit, ja que les tasques més rutinàries o repetitives s'automatitzen i executen a gran velocitat. La informació que més se'n beneficia és la de servei, més concretament, les cròniques de trànsit, sempre necessitades de dades en constant renovació (Broadcaster, 2006). Els periodistes accedeixen a elles a través de les noves produccions informatives sorgides en el si dels gabinets com a conseqüència de l'aplicació de la tecnologia digital al procés de tractament de les dades sobre circulació: les pàgines web sobre l'estat del trànsit, on es combinen els formats textual i audiovisual, en són un bon exemple. El cas del RACC, però, és diferent. No es tracta d'un organisme públic que actuï com a proveïdor públic d'informació ni tampoc s'encarrega de gestionar la mobilitat; per tant, no disposa de les utilitats tecnològiques detectades en els anteriors organismes. Com a molt, se'n serveix, ja que són les seves fonts d'informació. Durant el treball de camp a la seva seu, es va veure com el servei Infotrànsit, que elabora i emet cròniques sobre circulació, aprofitava les dades i imatges que distribueix via internet l'SCT per confeccionar les seves peces i, al seu torn, distribuir-les entre la resta de mitjans per als quals actua com a informador. Tot i que es podria pensar que aquests canvis només es donen en relació a les activitats vinculades amb la informació sobre mobilitat, aquesta idea és errònia. Produccions com les convocatòries, notes i dossiers de premsa, estadístiques, informes, vídeos sobre campanyes, etc. ara accessibles des del web corporatiu o distribuïts a través del correu electrònic també agiliten i milloren la relació amb els periodistes que només s'ocupen d'informar sobre el trànsit i seguretat viària, entesa com un tema de l'àrea de Societat.

Una de les conseqüències més importants i que es relaciona directament amb la que hem presentat com a segona condició bàsica de la convergència, això és, els processos de concentració empresarial, té a veure amb les dinàmiques internes de treball. Si els gabinets de premsa i comunicació es beneficien d'una recopilació, tractament i difusió de dades sobre mobilitat cada cop més mecànica i automàtica, és, en part, perquè disposen dels mateixos programaris que els treballadors que s'ocupen d'aquests menesters, normalment ubicats al centre de control de l'organisme corresponent. Poden consultar-los a l'hora d'informar els periodistes sobre mobilitat. Així, les oficines de l'SCT, DT i DGT hi accedien amb normalitat sempre que ho consideraven necessari. I totes elles, inclosa la del RACC, han habilitat mecanismes digitals per obtenir les dades que necessiten per elaborar les seves produccions informatives i distribuir-les entre els periodistes, el seu públic estratègic, i que complementen les tradicionals reunions o contactes cara a cara. És en aquest sentit que s'ha d'entendre l'ús del correu electrònic, les sales de premsa virtuals i també els

programaris que permeten la seva gestió i manteniment. En altres paraules, la tecnologia digital propicia a una major coordinació interna entre els diversos departaments que conformen els organismes, sense la qual una comunicació externa àgil i adequada seria impossible.

La teoria de sistemes ajuda a perfilar millor el que s'acaba d'exposar. La digitalització comporta l'aparició de tota una sèrie d'eines i utilitats tecnològiques que, d'alguna manera, serveixen per millorar la fluïdesa i els fluxos comunicatius que s'estableixen entre les diferents unitats; és a dir, l'organisme pròpiament dit i els col·lectius amb què es relaciona, el que és el mateix, els seus públics: els treballadors, els mitjans de comunicació, altres organismes amb funcions similars i, en última instància, la resta de la societat. Així, la tecnologia digital es posa al servei de les relacions públiques en el sentit que ajuden a mantenir estable el sistema que conformen institucions, treballadors i mitjans de comunicació en proporcionar la informació necessària per al manteniment de les seves relacions. O, com indiquen Cutlip, Center i Broom (2001) en sintonia amb els objectius de les organitzacions i les necessitats informatives dels seus públics (vegeu Figura 11).

FIGURA 11. La tecnologia digital en el sistema informatiu dels gabinets



Font: elaboració pròpia

### 12.1.2. Estratègies de coordinació i col·laboració

Amb l'arribada del segle XXI, amb l'aclaparadora presència de la tecnologia digital en les empreses informatives, els mitjans van arrencar un procés de concentració i diversificació mediàtica que encara es desenvolupa. La filosofia multimèdia els empenyia a sumar noves plataformes de manera progressiva fins a convertir-se en grans conglomerats ja sigui a escala estatal, amb els casos dels grups Prisa, Godó, Planeta o Mediapro, o bé localment, com passa amb el Grup Segre (Guimerà et al., 2009). No és una estratègia exclusiva d'aquestes companyies, ja que la concentració també es dona en tot tipus de sectors industrials a través d'experiències cada cop més diversificades (Salaverría, 2009). Sense abandonar el món de la comunicació, és possible detectar processos similars en les àrees de comunicació de les grans empreses i institucions. El treball de camp dut a terme en els gabinets de les principals fonts d'informació oficials de trànsit així ho demostra. Tot i que no es pot parlar de



concentració pròpiament dita, en el sentit d'acumulació de mitjans de comunicació, sí que es cert que les institucions investigades han desenvolupat fórmules per incentivar la col·laboració entre les seves seccions internes o bé amb departaments externs amb l'objectiu d'optimitzar les fases de producció i distribució dels seus continguts. Més que una concentració de departaments, es busca una confluència d'aquelles activitats conjuntes i necessàries per elaboració i difusió de les produccions informatives per aconseguir la màxima eficiència dels recursos de què disposa l'organisme (Masdeu, 2008). Com s'ha dit abans, en aquesta optimització d'esforços, la tecnologia digital juga un important paper en homogeneïtzar els programaris i serveis a què tenen accés els treballadors implicats.

En les empreses informatives, els grups segueixen una estratègia de concentració horitzontal (per sumar mitjans i plataformes) i vertical (per controlar tot el procés productiu): una voluntat de diversificació (força centrífuga) que contrasta amb una decidida tendència unificadora per coordinar les edicions de totes les seves publicacions (força centripeta) (Salaverría, 2009). En els gabinets estudiats, conviuen igualment dues tendències contraposades, però complementàries: una que mira cap a l'interior dels organismes, per garantir la coordinació dels departaments que els conformen, i una altra orientada cap a l'exterior, per garantir la col·laboració amb les àrees de comunicació d'altres institucions.

#### **12.1.2.1. Estratègies de col·laboració internes**

Aquestes estratègies tenen a veure amb la possibilitat de què els diversos departaments que conformen l'organisme treballin conjuntament en la producció, tractament i difusió de la informació. Obliga a coordinar esforços, activitats i mitjans per aconseguir una acció comuna, però també a què treballadors d'àrees diferents col·laborin entre ells. La tecnologia digital és un element indispensable, ja que en proporcionar uns programaris comuns facilita la feina col·laborativa i el intercanvi de materials. Amb tot, perquè aquest sistema funcioni, és necessari que s'harmonitzin els ritmes i filosofies productives de cada secció. La producció d'informació de servei especialitzada en trànsit se cenyeix a aquest patró. Com s'ha vist en el treball de camp, en ella intervenen professionals dels centres de control, d'informàtica, del gabinet de comunicació, etc. que es veuen obligats a coordinar-se entre ells i a entendre's. Per exemple, la necessitat d'actualitzar la informació no es veu de la mateixa manera des de l'òptica d'un periodista de l'oficina de premsa que des de la d'un informàtic, ja que tenen preparacions tècniques i objectius laborals diferents. L'observació en les oficines de premsa objecte d'estudi d'aquesta investigació determina l'existència de col·laboració entre:

- a. Els gabinets de premsa i els centres de control de trànsit: És la més habitual, sobretot quan es tracta d'informar sobre mobilitat, i es refereix a les sinergies que s'estableixen entre els anteriors actors a l'hora de tractar aquests continguts. Estrictament parlant, només es donaria en l'SCT, ja que l'oficina pròpiament dita assumeix aquesta tasta, entre d'altres. En el cas de la DT i de la DGT la situació és força similar, però amb matisos. En el primer, es tracta d'una oficina de premsa que treballa per a la Conselleria d'Interior basca en quatre seus diferents, una d'elles, el centre de gestió, que d'altra banda, disposa d'una tècnica de premsa pròpia que no informa sobre mobilitat. En el segon, el servei que s'encarrega de la informació de trànsit no és l'oficina de premsa tot i que depèn d'ella i, per tant, li marca les directrius. Per tant, entrarien en la següent categoria que tot seguit s'explica.
- b. Els gabinets de premsa i altres departaments: Es posa en funcionament quan l'oficina de premsa es veu obligada a informar sobre les activitats de

l'organisme. Sol funcionar quan els periodistes truquen per demanar alguna estadística o entrevista o bé quan la institució prepara alguna nota o roda de premsa. En aquests casos, la feina conjunta és obligatòria. La tecnologia digital facilita aquesta comunicació interdepartamental amb la màxima agilitat possible. En la majoria d'ocasions, les àrees amb què es coordina l'oficina no tenen cap afinitat temàtica amb la comunicació, però no sempre és així. Això últim depèn de l'estructura interna de l'organisme. Per exemple, a la DGT hi ha el cas del gabinet de premsa, el servei de cròniques sobre mobilitat i el departament de Divulgació, al qual s'adscriuen les campanyes de publicitat. A la DT, hi ha l'exemple de la tècnica de trànsit de la Direcció i el gabinet de premsa de la Conselleria d'Interior, anteriorment explicat.

Els mecanismes de col·laboració que s'acaben d'explicar permeten a les àrees de comunicació controlar pràcticament tot el procés productiu de la informació sobre trànsit i seguretat viària des que arriba la dada a l'oficina fins que es distribueix a través de les diverses plataformes de què disposa l'organisme. Per contra, la necessitat d'adaptar-se a rutines, pràctiques i mentalitats laborals diferents pot ocasionar friccions. Es tracta d'un problema ja detectat en les empreses i que es relaciona directament amb el ritme productiu dels professionals que treballen per a cada mitjà. Amb tot, és més probable quan es tracta de col·laborar amb organismes externs, com es veurà a continuació.

#### **12.1.2.2. Estratègies de col·laboració externes**

Aquestes fórmules tenen a veure amb la possibilitat que l'oficina de premsa d'una institució concreta es coordini amb departaments aliens, ja siguin altres entitats, empreses o gabinets de premsa, amb els que comparteix un objectiu comú: informar sobre una activitat determinada. Com en el cas anterior, la tecnologia digital agilita i permet el flux de dades entre els actors que hi participen en aquest procés, que ara més que mai demana una adaptació de ritmes i filosofies de treball: no en va es veuen involucrats treballadors d'organismes diferents. El treball de camp mostra diverses experiències, des de la coordinació amb les empreses exteriors que gestionen les pàgines web (DGT) fins a la feina comuna que, en moments de crisi, efectuen els gabinets de premsa adscrits a la Conselleria d'Interior, Relacions Institucionals i Participació (DIRIP). A partir de l'observació i les entrevistes efectuades, s'han detectat les següents experiències:

- a. Col·laboració amb empreses o institucions externes: Es dona quan l'entitat ha de recórrer a altres organismes externs per desenvolupar la seva feina quotidiana. El cas més freqüent és el d'aquelles institucions que demanen a empreses alienes el disseny, gestió o manteniment del web, com passa a la DGT. També pot passar que dos organismes del mateix àmbit, com el RACC i l'SCT, col·laborin puntualment en l'organització d'algun esdeveniment (jornada tècnica, una activitat preventiva, un congrés o una roda de premsa, per exemple). Quan passa això, les dues àrees de comunicació respectives es veuen obligades a treballar conjuntament en la producció i distribució de la informació que se serveix als periodistes. L'habitual és que es pactin uns continguts comuns que després cadascuna envia als periodistes de la seva agenda de mitjans.
- b. Col·laboració amb altres organismes que depenen de la mateixa institució: Tot i que podria semblar una estratègia interna en tractar-se d'entitats que pertanyen a una institució, la realitat fa referència a organismes que funcionen de manera autònoma i independent, encara que adscrits a un

altre que els aixopluga. És una possibilitat que només s'ha observat en l'SCT, que depèn de la Conselleria d'Interior, Relacions Institucionals i Participació. A aquest departament, que també disposa d'una àrea de comunicació, no només pertany el Servei sinó també altres organismes com els Mossos d'Esquadra o els Bombers, amb oficines de premsa i comunicació pròpies. Com s'ha explicat en l'epígraf 10.4.1 Producció integrada hi ha determinades ocasions, normalment associades a situacions d'emergències, en què s'imposa la feina en equip: episodis de nevades generalitzades, incendis forestals o altres incidents, com la vaga de transportistes de maig de 2008. Es pot donar el cas de què es produeixi la informació de manera conjunta, amb un representat de cada oficina en les instal·lacions de la Conselleria o bé que cadascuna d'elles actuï com a subministradora de dades. L'objectiu és donar un missatge comú, sense que hi hagi contradiccions entre els organismes, ja que la feina de cadascú d'ells són complementàries. És una idea que va cobrar molta força a la part final de l'observació participant en el gabinet, quan des de la Conselleria d'Interior es va insistir especialment en la necessitat de sumar esforços i treballar amb mentalitat d'oficina de premsa única amb diferents ramificacions.

Bona part de l'èxit d'aquestes fórmules col·laboratives, internes o externes, descansa en l'ús d'eines tecnològiques similars, com programaris comuns, per facilitar un transvasament d'informació àgil i fluid. Per això, la condició digital és indispensable. Només la digitalització, progressiva o ja d'entrada, dels organismes analitzats obre la porta a noves experiències de feina conjunta a diferent escala: des d'estratègies de col·laboració esporàdiques, passant per la coordinació habitual entre diferents departaments amb un objectiu comunicatiu comú fins arribar a una filosofia de treball on s'integra la feina de diversos gabinets o àrees de comunicació, com es veurà en les properes pàgines. Amb tot, l'adaptació no és sempre senzilla. En tractar-se d'oficines ubicades en organismes autònoms tenen la seva pròpia manera de treballar: rutines, procediments, ritmes i filosofia pròpia, no sempre coincidents i de les quals poden derivar-se tensions.

La literatura al voltant de la convergència identifica els processos de concentració com un dels desencadenants d'aquest fenomen, ja ho hem dit. Les experiències documentades parlen de mitjans de comunicació que, en major o menor grau, s'integren en un conglomerat més ampli amb empreses de premsa, ràdio, televisió i internet. Cap d'elles ha explorat la proximitat existent amb les seves fonts d'informació des de l'òptica convergent. Ericson, Baranek i Chan (1989: 5-7) parlen de la convergència entre fonts i mitjans per referir-se a les relacions institucionals o laborals que entaulen tots dos actors a l'hora de produir notícies. Relacions que van enfocades a aconseguir un accés còmode i una cobertura favorable per part de la primera i materials informatius per part de la segona. I això pot desembocar en estratègies de col·laboració estables a escala empresarial. Un exemple d'això són els mecanismes implementats per Televisió de Catalunya i CNN+ per accedir i emetre de manera regular les imatges que capten les càmeres de control de trànsit de l'SCT. Es destinen a les cròniques que sobre mobilitat elaboren habitualment les emissores anteriorment citades. Com es va comprovar durant l'observació participant al Servei, totes dues van signar convenis per obtenir aquests materials i, fins i tot, permetre que les integrants del gabinet elaboressin i locutessin la informació en el cas de CNN+. La fórmula satisfà totes dues parts: l'SCT té garantit l'accés als dos mitjans, amb una cobertura inicialment favorable, mentre que l'altra part es fa amb unes imatges difícils d'obtenir d'una altra manera.

## 12.2. Dimensions

El treball de camp efectuat en els quatre gabinets de premsa i comunicació demostra que no és possible definir un únic model de convergència, ja que cada entitat ha optat per una fórmula pròpia, la més adequada a la seva estructura jeràrquica, objectius o maneres de fer. Per sistematitzar les transformacions que aquest fenomen ha desencadenat en les citades oficines, s'ha recorregut a les àrees que habitualment s'examinen en abordar la convergència, però adaptades a la realitat de la comunicació empresarial, com ja es va anunciar a l'epígraf 10.4 Dimensions de la convergència de l'anterior secció d'aquesta investigació. Això és, producció integrada, distribució multiplataforma, polivalència periodística i control informatiu. Amb tot, les solucions que es plantegen no són excloents entre si sinó complementàries, de manera que un departament pot optar per una possibilitat o una altra en funció de les circumstàncies concretes, de les seves preferències o bé del que estigui acostumat a fer en un moment determinat.

### 12.2.1. Producció integrada

La producció integrada fa referència a la manera en què l'organisme s'organitza per produir les informacions que serviran de matèria primera per als periodistes. Com en el cas de les redaccions de mitjans, les experiències són diverses: des de col·laboracions esporàdiques entre departaments i altres institucions fins a sistemes de treball estables on la feina d'una secció depèn de la que faci una altra. En qualsevol cas, no es tracta de solucions rígides i immutables sinó que solen canviar en funció de les circumstàncies. És a dir, que un mateix gabinet pot optar per diferents possibilitats segons les seves necessitats (vegeu Taula 12).

TAULA 12. La producció integrada en els gabinets de premsa i comunicació de trànsit

<b>Producció integrada</b>	<b>SCT</b>	<b>DT</b>	<b>DGT</b>	<b>RACC</b>
Clonació de continguts	X	X	X	X
Promoció creuada	X		X	
<i>Coopetició</i>	X	X		X
Gabinets integrats	X			

Font: elaboració pròpia

Amb tot, els quatre departaments tenen un denominador comú: l'ús del telèfon com a principal mecanisme per reunir, tractar i difondre les dades internament i externament. Pràcticament tots els professionals entrevistats que desenvolupen la seva feina a les oficines analitzades coincideixen a destacar la importància d'aquest sistema, ja que permet una comunicació molt personalitzada i àgil. A partir d'aquí, es complementa amb l'ús del correu electrònic i altres eines fins arribar a modelar les següents experiències:

- a. Clonació de continguts: La reproducció íntegra de continguts que l'organisme distribueix a través d'una plataforma per una altra es dona en els quatre organismes analitzats, tot i que amb matisos. Així, en els tres departaments ubicats en institucions públiques és habitual clonar telefònicament la informació sobre l'estat del trànsit que serveix la pàgina web. És a dir, que quan els periodistes truquen a l'oficina per saber quines retencions hi ha, el treballador que els atén reproduceix el que surt al lloc institucional. Així passa a l'SCT i a la DGT, per exemple, fins i tot quan elaboren les seves cròniques digitals: és la mateixa informació. Al País Basc, els membres del gabinet de premsa reproduceixen les dades de la

seva base de dades interna perquè s'hi senten més còmodes mentre que el RACC, sense centre de control de trànsit, recorre als webs del Servei i la Direcció. Els quatre organismes, però, reproduïxen literalment les notes, dossiers i convocatòries de premsa que distribueixen per correu electrònic a les seves respectives sales de premsa en una altra demostració d'aquesta fórmula.

- b. *Promoció creuada*: Aquesta pràctica apareix quan els integrants d'una de les oficines de premsa estudiades reenvien al periodista que els truca a la pàgina web de l'organisme amb la promesa de trobar-hi la informació que busca. Es dona bàsicament quan es tracta d'informar sobre trànsit. Així, és habitual que les membres del gabinet de l'SCT recordin als informadors que al web del Servei tenen una llista amb les incidències viàries actualitzades, cosa que també passa, tot i que en menor mesura, a la DGT. Aquí els integrants del gabinet reenvien la trucada cap al servei de ràdio (que elabora les cròniques) o bé aconsella consultar el web corporatiu (si es busquen estadístiques, per exemple). L'excepció més notable és la de l'oficina de premsa basca, que almenys durant l'observació no acostumava a recomanar la consulta del lloc de la DT. Com s'ha explicat a l'epígraf 11.1.3 Condicions prèvies, aquesta novetat va arribar quan les seves rutines ja estaven consolidades. Estaven acostumats a manejar altres pàgines sobre mobilitat fins al punt que les seves pròpies no els resultaven còmodes ni adequades. Per contra, al RACC aquesta possibilitat pràcticament no es dona. En no tenir un centre de control, no disposen de pàgina web sobre trànsit i, per a la resta d'assumptes, prefereixen una comunicació més directa que no contempli la mediació digital.
- c. *Coopetició*: Als mitjans, la *coopetició* apareix quan dues o més empreses informatives cooperen per compartir informació o altres aspectes del seu negoci, sense renunciar a mantenir la producció de material propi i a competir en altres assumptes. Sol passar amb ocasió de grans esdeveniments d'interès informatiu, com unes eleccions o un desastre natural, per exemple. Doncs bé, els gabinets estudiats també desenvolupen tàctiques similars, ja que existeixen moments en què es veuen obligats a col·laborar amb altres departaments externs per abordar activitats que els afecten. El cas més significatiu és de l'SCT i el RACC, dos organismes que produeixen i distribueixen informació pròpia, en ocasions en un context de competència: no en va l'última entitat es postula com un complement necessari de les polítiques públiques. Tanmateix, cooperen en iniciatives conjuntes, especialment en l'àmbit de la prevenció. Un exemple n'és el conveni que van signar totes dues entitats en abril de 2007 per promoure l'educació viària entre infants i joves, ja citat a 10.4.1 Producció integrada (vegeu Annex 9). En aquests casos, les dues oficines col·laboren en l'elaboració dels materials informatius (convocatòries, notes o dossiers de premsa) de tal manera que el contingut és el mateix, però cada oficina distribueix després aquesta informació a la seva pròpia agenda de mitjans amb el seu format. Una altra realitat és la que es viu al País Basc, entre el gabinet de premsa de la Conselleria d'Interior (que informa sobre temes relacionats amb el trànsit) i la tècnica de premsa del CGTE, que depèn de la DT. Entre aquesta última figura i els seus companys de l'oficina veïna existeix una clara delimitació de les funcions que exerceixen i dels àmbits de què s'ocupen. Així, la citada tècnica mai elaboraria una crònica sobre mobilitat com sí confeccionen els integrants de l'oficina. Però, en determinades àrees, com la producció i gestió de les campanyes publicitàries, la feina és conjunta.

- d. Gabinet integrats: la literatura sobre convergència als mitjans associa la integració de redaccions amb el nivell màxim de convergència, tot i que no sempre es perfila com la situació més idònia. Igual que a les empreses periodístiques, és possible integrar dos o més gabinets, entesos com a unitats de treball inicialment independents, en un únic centre capaç de produir, tractar i difondre tot tipus de continguts informatius. Fent una equivalència, en aquesta investigació, les oficines actuarien com a redaccions autònomes dels seus propis mitjans, això és, els organismes dels quals depenen. L'únic cas d'aquesta modalitat d'integració aplicada a les àrees de comunicació de les institucions estudiades s'ha donat entre l'SCT i la resta de gabinets que coordina la Conselleria d'Interior, Relacions Institucionals i Participació i només en situacions excepcionals. Malgrat l'autonomia de tots ells, no deixen d'estar aixoplugats sota un mateix paraigua amb el que comparteixen objectius i directrius. Per tant, fins a cert punt és lògic que en casos d'emergències treballin de manera unificada tant des del punt de vista de la producció dels continguts, com del seu tractament i difusió.

Bona part de les experiències de producció integrada observades tenen com a finalitat última aprofitar les sinergies que s'estableixen entre els diversos departaments que conformen els organismes o bé amb altres institucions externes amb l'objectiu d'optimitzar el treball i guanyar temps. Segons aquesta argumentació, no té sentit repetir una tasca que ja elabora un altre company (intern o extern) sinó que és més efectiu buscar els mecanismes de col·laboració pertinents per estalviar feina i eliminar les possibles contradiccions entre els missatges que podrien sortir si cada unitat funcionés de manera totalment independent. L'exemple més clar és la promoció creuada entre els gabinets i les pàgines web sobre trànsit: si, en realitat, els continguts són idèntics resulta més funcional i còmode adreçar els periodistes al lloc i contestar només aquelles qüestions més específiques o dubtoses.

Per contra, el principal inconvenient prové de l'harmonització entre maneres de fer, objectius informatius i ritmes de producció diferents. El que pot ser prioritari per a un gabinet, pot ser secundari per a un altre, com pot passar amb l'SCT, els Mossos d'Esquadra i el Bombers a l'hora d'informar sobre un incident viari greu. Sobretot si es té en compte que els gabinets, en tant que fonts d'informació, competeixen amb altres oficines a l'hora de guanyar-se la preferència dels periodistes i aconseguir així una presència pública favorable als seus interessos (Ericson, Baranek i Chan, 1989: 17). No és gaire diferent del que passa a les redaccions dels mitjans, amb estils, rutines i valors alternatius segons siguin de premsa, ràdio, televisió o internet que, en ocasions, són difícils de compaginar (Killebrew, 2004; Singer, 2004; Silcock i Keith, 2006; Masip i Micó, 2010). Una solució seria crear figures que actuïn de frontissa entre els organismes implicats. Al Servei, per exemple, una de les membres del gabinet actuava d'enllaç amb els Mossos d'Esquadra per coordinar la informació que afectava totes dues institucions, segons es va veure durant l'observació participant. Una fórmula que s'assembla a les taules multimèdia existents als grups Vocento (García Avilés i Carvajal, 2008) o a l'ens públic de ràdio i televisió del País Basc, Euskal Irrati Telebista (EITB).

#### **12.2.2. Distribució multiplataforma**

Una de les dimensions de la convergència més directament relacionada amb la digitalització és la possibilitat de distribuir els continguts que elaboren els mitjans a través de plataformes múltiples que van des del tradicional suport en paper fins l'ús de les xarxes socials per guanyar notorietat pública. En aquest sentit, la convergència tecnològica no només descansa en les transformacions relacionades amb les

infraestructures o els equipaments tècnics sinó també en l'explotació de continguts i serveis a través de diversos canals (Killebrew, 2005). Per a les empreses de comunicació, és una realitat que té a veure amb la possibilitat de transferir l'audiència entre els mitjans, enfortir la marca a través d'una major presència pública, generar ingressos extres a través de nous serveis de pagament i augmentar aquesta partida a través de la publicitat que s'ofereix a través de diverses plataformes. Bona part de la filosofia anteriorment citada es pot rastrejar en l'àmbit de la comunicació empresarial. De la mateixa manera que els grups de comunicació distribueixen els continguts informatius a través dels diferents mitjans associats, els organismes difonen les seves dades a través dels canals que ells mateixos implementen (vegeu Taula 13).

TAULA 13. Distribució plataforma als gabinets de premsa i comunicació de trànsit

Distribució multiplataforma	SCT	DT	DGT	RACC
Telèfon				
Fix	X	X	X	X
Mòbil	X			
Internet				
Pàgina web	X	X	X	X
E-mail	X	X	X	X
Newsletter				X
Fibra òptica	X		X	
Emmagatzematge extern		X	X	X

Font: elaboració pròpia

De tots ells, els que susciten el major consens són el telèfon, el web corporatiu i el correu electrònic, segons les respostes de directius i treballadors dels organismes estudiats. Com es va veure durant l'observació en les oficines, la rapidesa i comoditat d'accés, la possibilitat de distribuir un elevat volum de continguts o de personalitzar les dades s'apunten com les causes més probables que explicarien aquesta preferència. Així, el treball de camp va permetre constatar que, majoritàriament, les dades sobre trànsit i seguretat viària es sol·licitaven per telèfon mentre que el lloc corporatiu i el correu electrònic actuaven de complement. Com explica un dels responsables del RACC, el fet que la informació sobre mobilitat sigui tan variable aconsella l'ús de mecanismes àgils: "És tot tan ràpid que a vegades és millor trucar", assegura. Sobretot si existeixen dubtes sobre l'actualització de la pàgina web, un aspecte que corrobora una altra de les persones entrevistades: "la pàgina web té molta informació, tot i que pot no estar correctament actualitzada". Amb tot, tothom coincideix en la conveniència de penjar a internet les produccions informatives del gabinet per a la consulta posterior dels informadors i de mantenir l'e-mail, ja que "serveix per anar més ràpid"<sup>123</sup> i permet un contacte instantani.<sup>124</sup> Per a alguns, és fins i tot més "eficaç" a l'hora d'arribar als periodistes.<sup>125</sup>

Les opcions abans comentades conviuen amb altres possibilitats de distribució més específiques, com les que tenen a veure amb la difusió d'imatges en moviment. En aquest cas, el mecanisme més usat són els dispositius d'emmagatzematge extern com per exemple els DVDs o fins i tot les memòries externes USB. Són d'ús habitual en organismes com la DT i la DGT, per distribuir accidents per exemple, o el RACC, per il·lustrar rodes de premsa. El principal inconvenient que tenen és la falta d'immediatesa: si un periodista vol una imatge determinada l'ha de sol·licitar al gabinet que després gestiona l'obtenció i enviament. Sempre i quan allò que s'ha demanat

<sup>123</sup> Sílvia del Amo, periodista del gabinet de premsa de l'SCT. Entrevista personal el 15 de juny de 2008.

<sup>124</sup> Elena López, periodista del gabinet de premsa de l'SCT. Entrevista personal el 24 de juny de 2008.

<sup>125</sup> Fina Araque, periodista del gabinet de premsa de l'SCT. Entrevista personal el 30 de juny de 2008.

estigui disponible. És a dir, que l'organisme ho hagi enregistrat i guardat, cosa que no sempre passa. Més àgil és el procediment que usa la fibra òptica detectat al servei de ràdio de la DGT i l'SCT. Aquí, el centre de control està unit amb l'emissora televisiva interessada a obtenir imatges per una instal·lació de fibra òptica que permet l'enviament d'imatges en moviment en directe, amb la possibilitat de ser enregistrades per la seva emissió posterior. Per a aquelles televisions que emeten cròniques sobre l'estat del trànsit de manera habitual, com TV3 o CNN+, és una solució satisfactòria perquè els garanteix un subministrament continu.

Altres possibilitats menys explorades consisteixen a distribuir la informació que es genera a través de dispositius mòbils, com els telèfons, o bé elaborar produccions informatives més específiques, per exemple, *newsletters*. L'ús dels mòbils com a mecanisme de relació amb els periodistes només s'ha detectat en l'SCT per convocar els informadors a declaracions improvisades sobre la marxa dels responsables de l'organisme, recordar la celebració de rodes de premsa, però també per confirmar o gestionar entrevistes. Així es va comprovar durant l'observació no participant a Catalunya Ràdio, el 4 d'agost de 2008, amb una entrevista al director del Servei on periodista i la responsable en funcions del gabinet es van intercanviar missatges per concretar-la. Igual que l'anterior, el *newsletter* és també una producció exclusiva, en aquesta ocasió del RACC, que se serveix d'ella per difondre els objectius de la seva Fundació de manera internacional. La seva responsable marca la diferència amb altres publicacions corporatives indicant que no es tracta d'un butlletí on s'expliquen les seves activitats "i punt", a l'estil del que editen altres entitats: "Nosaltres volem donar a conèixer què som i en què estem treballant (...) al nostre públic objectiu, que és gent interessada en aspectes relacionats amb la mobilitat."<sup>126</sup>

Malgrat les peculiaritats existents en els organismes estudiats en relació a la distribució multiplataforma, es poden detectar les següents tendències:

- a. Distribució massiva a baix cost: La implantació de la tecnologia digital ha transformat els mecanismes de distribució de què disposen els organismes. L'aparició de pàgines web, l'ús de correu electrònic, les sales de premsa i altres utilitats es posen al servei d'una difusió massiva i universal. Els webs corporatius suporten tot tipus d'informació útil per als periodistes (Marken, 1995a; Callison, 2003), accessible sense dificultats i sempre disponible. El correu els permet fer arribar a un volum important amb comoditat i sense esforç. Les mateixes característiques es poden atribuir als missatges enviats per mòbil o al sistema per enviar imatges per fibra òptica: no impliquen un esforç addicional ni de personal ni econòmic. Les paraules d'un dels entrevistats sintetitzen aquesta idea a la perfecció. Segons aquest responsable, les noves tecnologies permeten "arribar a més gent a menor cost", el que les converteixen en un instrument d'arribada "massiva i barata".<sup>127</sup>
- b. Distribució *cross-media*: La distribució massiva de continguts que els organismes efectuen a través de les múltiples plataformes que tenen associades fa que un mateix missatge aparegui en diferents formats complementaris entre si. Així, una informació sobre un accident a Catalunya es recull en la taula alfanumèrica de la pàgina "Incidències viàries" de l'SCT, també en un mapa interactiu a "Estat del trànsit" i en forma de crònica en línia a "Cròniques". Es pot completar amb una trucada telefònica i, si és possible, amb alguna imatge fixa o en moviment enviada a través del correu, de la fibra òptica o d'un DVD. Les dades i els recursos són relatius

<sup>126</sup> Eva Rosado, coordinadora de continguts digitals de la Fundació RACC. Entrevista personal el 9 de juliol de 2008.

<sup>127</sup> Miquel Nadal, director de la Fundació RACC. Entrevista personal el 25 de juny de 2008.



al mateix fet, però els canals de distribució són diferents i complementaris entre ells. Si es vol donar la notícia amb exhaustivitat, caldrà passar per tots els estadis fins completar la peça.

- c. Valor de marca i posicionament respecte d'altres fonts: Un dels valors més directament associats a la distribució multiplataforma està associat amb la possibilitat d'enfortir la marca, que ara arriba al públic a través de diversos canals. El mateix passa amb els organismes. El cas més clar és la distribució d'imatges a través de la fibra òptica: el logotip de l'entitat hi apareix per deixar clara la procedència. El servei de ràdio de la DGT va més enllà i acomiada les cròniques televisives que elabora per a CNN+ (amb imatges d'aquesta institució) especificant que es tracta d'una informació servida per la DGT. És una manera, també, de marcar territori, de posicionar-se respecte d'altres fonts en l'espai públic que modelen els mitjans de comunicació (Ericson, Baranek i Chan, 1989).
- d. Periodistes com a públic genèric i no específic: La principal carència que presenta la distribució multiplataforma té a veure precisament amb el públic al qual s'adreça l'organisme. No tots els mecanismes implementats pels organismes s'han dissenyat amb l'objectiu específic d'informar els periodistes. De fet, només l'ús del telèfon (mòbil o fix), la fibra òptica i els DVDs entrarien de ple en aquesta categoria. La resta de plataformes serveixen per subministrar dades i continguts de tot tipus als informadors, però no es van concebre per a aquesta utilitat: la seva finalitat última és ajudar els usuaris de les vies públiques, és a dir, els conductors en general. O als interessats en el trànsit i la seguretat viària. Els webs corporatius i el newsletter del RACC encaixen a la perfecció amb aquest segon patró. Que després serveixen per als informadors és un valor afegit, però, com indica Martín Pellon (2009) no té sentit que el lloc virtual d'un organisme determinat s'adreci a una audiència heterogènia i no respongui als interrogants o preferències específiques dels seus públics d'interès.

### 12.2.3. Polivalència periodística

Un dels aspectes en què més s'ha deixat sentir l'empremta de la convergència és en les competències i habilitats que executen els informadors. El nou context de treball els obliga a assumir tasques que tradicionalment elaboraven altres professionals per la qual cosa el seu perfil es torna més exigent i complex. El periodista polivalent produeix continguts per a diversos suports (polivalència mediàtica), es fa càrrec de tot el procés productiu o bé de gran part del mateix (polivalència tecnològica) o bé tracta notícies de diferents àmbits o seccions (polivalència temàtica) (Micó, 2006a). El mateix passa en els gabinets de premsa i comunicació. L'aparició de la tecnologia digital en el seu entorn de treball ha comportat una sèrie de canvis en la seva manera de treballar que es poden abordar manera similar a l'anteriorment descrita. El detonant de tots ells ha estat l'aparició d'un conjunt d'estris tecnològics que han facilitat la feina de recollir, tractar i distribuir material de manera ràpida, àgil i eficaç, amb un estalvi considerable de temps. En aquest context, l'horitzó professional dels periodistes que treballen als gabinets s'amplia, ja que poden manipular continguts en diversos formats, incrementar els temes sobre els quals informen o ocupar-se de tasques i funcions que, fins aquell moment, no formaven part de les seves atribucions. Així, es donen casos de:

- a. Polivalència tecnològica: Els periodistes que treballen als gabinets de premsa i comunicació aprenen a fer-se càrrec de tot el procés que implica produir una informació per als professionals que treballen als mitjans. Gràcies als nous programaris que tenen al seu abast, poden recollir la informació en diferents suports: textual, imatge fixa o en moviment, so, etc.

Després, la tractaran adequadament per a la seva distribució a través de diversos canals o plataformes, el que porta al següent tipus de polivalència, la mediàtica. El gabinet que treballa més clarament orientat a aquesta filosofia és el de l'SCT. Les seves integrants solen tenir en compte la possibilitat de capturar imatges fixes i moviment per si la premsa en demana, per exemple. I, en els operacions especials, estan acostumades a seleccionar i servir aquestes imatges a les televisions interessades.

- b. Polivalència mediàtica: De la mateixa manera que els periodistes de les redaccions han d'estar capacitats per treballar en diversos suports (textuals o audiovisuals), els dels gabinets ha de preparar-se per produir els continguts que serveixen als periodistes a través de diferents canals, no només els tradicionals (telèfon o una comunicació personal, a través del cara a cara). És a dir, les seves informacions podran ser servides d'aquesta manera, però també a través del web, el correu electrònic, la fibra òptica... Es dona sobretot entre aquells treballadors que informen sobre l'estat del trànsit per telèfon, però també busquen fotografies o vídeos sobre retencions per enviar als periodistes o graven cròniques digitals amb les incidències, com és el cas de l'SCT o del servei de ràdio de la DGT. Amb tot, els que preparen convocatòries, notes o dossiers de premsa de cara a una posterior distribució pel web o correu electrònic, també entrarien dins d'aquesta categoria, com passa al País Basc o al RACC, en menor mesura.
- c. Polivalència temàtica: Els professionals que treballen als gabinets estan en condicions d'informar sobre diversos temes, no només sobre allò que sigui específic de trànsit i seguretat viària, sempre i quan l'organisme on està ubicada l'oficina abordi altres assumptes. La tecnologia digital garanteix un accés ràpid i còmode a aquestes dades, sense un esforç suplementari per part d'aquests treballadors. L'exemple més clar d'aquesta pràctica es troba al País Basc. Els gabinet de premsa d'Interior està preparat per informar sobre qualsevol de les àrees de què s'ocupa: trànsit, però també emergències, detencions, terrorisme, joc i espectacles, etc.
- d. Polivalència funcional: L'estalvi de temps que la tecnologia digital provoca entre els integrants dels gabinets fa que aquests es puguin dedicar a altres menesters que no tenen per què estar directament relacionats amb el periodisme, sinó amb la publicitat i les relacions públiques. Canvia, doncs, la naturalesa de les seves funcions per incorporar habilitats, coneixements i procediments d'altres disciplines. El cas més paradigmàtic és del Servei, un cop van entrar en funcionament les cròniques en línia. La davallada de trucades que rebia l'oficina va provocar que les seves integrants disposessin de més temps lliure que van destinar a altres funcions: organització de jornades i congressos, gestió de campanyes de publicitat i marxandatge, etc.

Com passa amb la producció integrada, dins d'un mateix gabinet es poden donar diversos tipus de polivalència, el grau d'implantació de la qual depèn de l'organització de l'organisme en qüestió. En general, però, tots els gabinets analitzats mostren alguna experiència, com es pot veure a la Taula 14.

TAULA 14. Tipus de polivalència en els gabinets de premsa i comunicació de trànsit

Tipus de polivalència	SCT	DT	DGT	RACC
Tecnològica	x	x	x	
Mediàtica	x	x	x	x
Temàtica		x		
Funcional	x			

Font: elaboració pròpia

No obstant això, és cert que aquells organismes de major tamany o més antics, amb una estructura jeràrquica assentada en el temps que delimita clarament les tasques i les funcions a desenvolupar per cada departament, solen ser menys polivalents. Aquest és el cas de la DGT i, especialment, del RACC, on aquesta característica és més aviat excepcional. Per contra, aquells organismes més joves, amb un recorregut menys dilatat o amb estructures més flexibles, opten per solucions alternatives. Els dos exemples més significatius es troben al País Basc i a Catalunya. En el primer cas, els ertzaintzes que atenen el gabinet de premsa d'Interior informen sobre tots els temes de què s'ocupa la Conselleria i ho fan des de quatre seu diferents, amb independència del seu torn de treball. Sense la tecnologia digital, aquest sistema de funcionament seria inviable. En el segon, l'entrada en funcionament de les cròniques en línies va permetre a les integrants de l'oficina de l'SCT atendre les demandes, cada cop més nombroses, dels mitjans que volien una producció similar. I, de retruc, van guanyar un temps que van destinar a altres menesters desvinculats de l'atenció als periodistes. En definitiva, van assumir més funcions sense créixer en volum de plantilla, com es va comprovar durant l'observació participant.

En qualsevol cas, l'aplicació de la polivalència a les oficines de premsa i comunicació estudiades repeteix esquemes ja observats als mitjans. El fenomen apareix sovint lligat a la reducció de costos, sobretot si l'empresa es mou en un context incert, i a la reducció o congelació de les plantilles: si amb igual o menys personal es pot abordar la totalitat de la feina, es poden prescindir de determinats treballadors o bé que un de sol combini diverses tasques. Així es compensa la inversió tecnològica i es redueix despesa més enllà de la conveniència o la utilitat que pugui representar per a l'empresa (Quinn, 2005; Cabrera et al., 2007). En el treball de camp, s'han detectat oficines, com la del Servei, que aposten per la "flexibilitat" en el sentit que s'adapta a les "exigències" del moment, com clarifica una de les integrants del gabinet per explicar l'experiència polivalent en aquest organisme.<sup>128</sup> Però n'hi ha d'altres que opten per una altra filosofia per evitar possibles sobrecàrregues de feina. Així, des del RACC, s'argumenta que si bé les seccions de comunicació s'ajuden entre elles, prefereixen que cadascuna s'ocupi dels seus temes i funcions. "Podríem saltar a un altre departament", explica un responsable, "però no ho fem per un tema de temps".<sup>129</sup> Els treballadors ja no poden fer més del que fan, argumenta. L'associació entre polivalència i excés de treball apareix implícita fins i tot en aquelles àrees amb plantejaments menys versàtils. Per exemple, al gabinet de premsa de la DGT reconeixen obertament que el fet que sigui el servei de ràdio el que s'ocupi de les cròniques de trànsit els beneficia perquè els treu "molta feina" que, en cas contrari, haurien d'assumir.<sup>130</sup>

Polivalents o no, tots els treballadors dels gabinets analitzats s'han vist a actualitzar el seu perfil en aprendre noves habilitats vinculades amb l'aparició de noves eines tecnològiques al seu entorn laboral. Ha estat una conseqüència assumida com a inevitable a mesura que integren els nous programaris per publicar al web, pujar

<sup>128</sup> Mireia Camats, periodista del gabinet de premsa de l'SCT. Entrevista personal l'11 de juny de 2008.

<sup>129</sup> Josep Maria Miret, responsable de Comunicació del RACC. Entrevista personal el 29 de maig de 2008.

<sup>130</sup> Nuria de Andrés, periodista del gabinet de premsa de la DGT. Entrevista personal el 20 d'agost de 2008.

imatges o arxius de so o vídeos, etc. La majoria de vegades el domini ha arribat a través de l'experiència i el pas del temps, ja que no sempre ha existit la possibilitat de seguir algun curs o sessió d'orientació.

#### 12.2.4. Interactivitat

En un context on la pròpia naturalesa de l'ofici anima els periodistes a buscar per pròpia iniciativa la informació, la noció d'audiències actives no té molt de sentit, com ja s'ha explicat al punt 10.4 Dimensions, al marc teòric. Sempre hi ha hagut relació entre aquests professionals i les seves fonts i, per tant, la interactivitat no és una característica nova apareguda amb la tecnologia digital. Ja es donava abans d'aquesta innovació. No obstant, això no significa que moltes de les transformacions que experimenten els consumidors dels mitjans en línia no es puguin aplicar als informadors que busquen una relació virtual amb la seva font, sobretot en un moment en què on empreses i institucions veuen en la plataforma una oportunitat promocional única. Al cap i a la fi, els professionals de la informació també demanen continguts actualitzats al moment, d'accés còmode i personalitzats en funció dels seus interessos i necessitats informatives. Tímidament, els mitjans de comunicació exploren noves vies per integrar els seus públics en l'experiència informativa. Possibilitats que, en el cas dels gabinets de premsa i comunicació, es redueixen al mínim, segons es desprèn del treball de camp. A grans trets, s'han documentat experiències que tenen a veure amb:

- a. La interacció en la selecció: Es concreta en l'aparició de noves produccions informatives que brinden a l'usuari l'oportunitat d'accedir només a aquelles dades que siguin del seu interès. L'únic exemple existent són les pàgines web sobre l'estat de trànsit elaborades dels organismes oficials (SCT, DT i DGT). En algun cas, com la DGT, es complementa l'oferta amb un sistema de sindicació de continguts RSS i la possibilitat de personalitzar-se un perfil de consulta.
- b. La interacció en la demanda: Es concreta en l'ús del correu electrònic com a mecanisme de substitució de la trucada telefònica o del contacte personal per demanar dades o materials a les fonts d'informació. El grau de resposta és força desigual, ja que només un organisme dels quatre investigats va explicitar el compromís de fer-ho amb rapidesa.

Una de les característiques que comparteixen les pàgines web informatives i, en general, la totalitat dels llocs corporatius dels organismes analitzats, és que no s'adrecen específicament als periodistes, sinó al públic en general. El seu disseny, arquitectura i continguts no van ser perfilats per a aquests professionals. Tampoc es gestionen directament des de les oficines de premsa i comunicació, que, com a molt, poden indicar la necessitat d'actualitzar els continguts i poc més, amb l'única excepció de la DT. La segona característica comuna és que ofereixen unes opcions de consulta tancades. És a dir, que la llibertat d'opció de l'usuari, periodista o ciutadà, acaba en les opcions que se li presenten a través d'un formulari tancat i definit únicament per la font d'informació. Vet aquí dos motius pels quals els periodistes poden optar per complementar aquestes dades a través d'una comunicació més personal, ja sigui telefònica o cara a cara: la recerca d'un material adaptat a les seves necessitats informatives, pensat i elaborat per a ells. Busquen, doncs, una negociació (Ericson, Baranek i Chan, 1989) que l'entorn virtual, de moment, no els facilita.

Com s'ha comprovat en l'epígraf anterior, 12.2.2. Distribució multiplataforma, els gabinets de premsa i comunicació, en tant que fonts informatives, conceben els diversos canals que implementen seguint una estratègia de difusió massiva a baix cost. En podríem afegir una segona, basada en el control informatiu, que es concreta en la promoció creuada des de l'oficina al web i el correu electrònic i en la limitació

d'opcions: el periodista pot consultar les pàgines sobre l'estat del trànsit, els mapes interactius o les cròniques en línia, però obtindrà la mateixa informació; pot manipular aquestes produccions, però sempre respectant els límits delimitats per l'organisme, i podrà enviar un correu electrònic per ampliar o matisar el que ha consultat, però dependrà del gabinet que hi hagi una resposta. La idea de control del procés comunicatiu ja apareix en altres propostes vinculades amb la comunicació política, on els webs dels partits es poden configurar com a plataformes de difusió de continguts de caràcter unidireccional on l'element interactiu i dialògic resta marginat i sota la tutela estricta del partit: el lloc serveix per esquivar els mitjans (Casero, 2007).

Per tant, malgrat la capacitat interactiva de la tecnologia digital, no existeix un veritable diàleg virtual entre tots dos actors en contra del que es podia suposar. La literatura centrada en aquest aspecte subratlla els beneficis de la interacció virtual per a empreses i institucions en referència a la relació amb els periodistes (Kent i Taylor, 1998; Jo i Kim, 2003; Kent, Taylor i White, 2003; Reber i Kim, 2006). Però l'òptica és necessàriament controladora. Com argumenten Ericson, Baranek i Chan (1989: 8), tots els organismes estableixen diversos graus de restricció d'accés al seu interior mentre controlen allò que es de domini públic perquè els resulti favorable. La tecnologia digital, amb les seves característiques hipertextuals, multimèdia i interactives, serviria a aquest propòsit. En apariència, el gabinet apareix com una font activa (Borrat, 1989, 2003) i ansiosa (Gans, 1980), ja que informa de manera regular els periodistes, avançant-se a les seves hipotètiques peticions per iniciativa pròpia. I fins i tot amb més canals de contacte. Però a la pràctica, les opcions es redueixen. El pas de les cròniques gravades o en directe a les digitals en l'SCT il·lustra a la perfecció aquesta idea: les emissores radiofòniques van cedir el control respecte del moment i els continguts d'aquestes peces que va passar a mans del gabinet (Micó i González, 2006). El gabinet transparent, l'oficina 2.0 que crea una comunitat virtual de què es parlava en el punt 7.2.2. Noves produccions i serveis en línia, en el marc teòric, sembla, doncs, força lluny.

No obstant això, existeixen mecanismes que permeten delimitar aquestes pràctiques. Com expliquen Ericson, Baranek i Chan (1989: 15), les fonts se senten qüestionades no tant pels periodistes sinó pel que facin o diguin les seves homòlogues, és a dir, altres entitats subministradores d'informació. I, en aquest sentit, internet s'ha convertit en una plataforma única de dades i continguts de tot tipus. Com s'explica a la secció 7.1.2 Criteris de selecció, al marc teòric, cada cop més periodistes busquen en la xarxa noves veus, històries i punts de vista per a les seves notícies. Això és el que va passar el 22 d'abril de 2008, quan un periodista de Catalunya Ràdio va detectar unes imatges a Youtube<sup>131</sup> on es veia una persona encaputxada destrossant un radar fix. Després de parlar amb el Servei, no va elaborar cap informació: se li va informar que es tractava d'un vídeo antic i que, en aquell moment, no hi havia constància d'anomalies en cap d'ells.<sup>132</sup> Dos mesos més tard, una televisió va localitzar les mateixes imatges. També va trucar per contrastar la informació, però abans d'obtenir una resposta, dos dies després de telefonar va emetre la peça (Annex 11), cosa que també van fer altres emissores.<sup>133</sup> I no totes inclouen la versió dels fets proporcionada per l'SCT. En aquest cas, els mecanismes de control de l'organisme no van poder impedir que els mitjans es fessin ressò dels fets.

<sup>131</sup> <http://es.youtube.com/watch?v=MyXUyxIychE>

<sup>132</sup> Com es va veure durant l'observació participant, se li va dir que el vídeo tenia un mínim de dos anys d'antiguitat, perquè hi apareix un senyal de prohibit circular a més de 100 quilòmetres per hora quan en aquell moment en aquell tram només es podia circular a 80. Es va afegir que tots els radars funcionaven correctament.

<sup>133</sup> La Sexta, 8TV, Telecinco, TVE i Antena 3.

### **13. Adaptacions i tensions dels periodistes catalans del trànsit per la convergència dels gabinets**

Les tres primeres seccions del treball de camp d'aquesta investigació s'han centrat en la descripció dels canvis que la tecnologia digital ha provocat en l'entorn dels gabinets de premsa i comunicació. L'experiència de les fonts oficials de trànsit i seguretat viària a Espanya ha servit per delimitar les coordenades de la convergència en l'àmbit d'aquestes oficines. No obstant, l'anàlisi seria insuficient si no s'examinés l'altre gran actor fonamental del procés comunicatiu: els periodistes especialitzats en aquest tema. Per tant, l'objectiu de les properes pàgines és estudiar com utilitzen els informadors les fonts d'informació virtuals i les repercussions que se'n deriven. Més concretament, quin és l'ús que fan els professionals catalans del trànsit dels continguts en línia que distribueixen els gabinets, quins són els avantatges i les dificultats que hi troben, i com els resolen.

#### **13.1. Les emissores**

Els orígens de la ràdio i televisió pública catalanes es remunten al 18 de maig de 1983, quan el Parlament de Catalunya aprova la llei que regula els serveis de radiodifusió de la Generalitat de Catalunya i crea l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) (Generalitat de Catalunya, 1983; Franquet, 2001: 249), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) des de desembre de 2007. La missió que es proposa l'anterior organisme és la d'oferir un servei públic audiovisual de qualitat, compromès amb els principis de l'ètica i la democràcia i també amb la promoció de la cultura i la llengua catalana. La gestió i difusió d'aquest servei s'aborden des de l'eficiència però també de la màxima acceptació per part del públic (CCMA, 2010).

El mateix any que neix la CCMA, es constitueixen les empreses Catalunya Ràdio S.R.G. i Televisió de Catalunya S.A. com a filials de l'anterior entitat i encarregades, respectivament, de la gestió dels canals de ràdio i televisió del govern català. La primera a iniciar les seves emissions va ser l'emissora radiofònica, el 20 de juny de 1983, mentre que el primer canal de la televisió catalana no va començar a funcionar, de manera experimental, fins l'11 de setembre del mateix any. Fins a mitjan de la dècada dels noranta, les dues empreses van centrar els seus esforços a dissenyar la seva estructura de funcionament a través de les delegacions i els canals, i a consolidar-se. A partir de 1996, amb la creació del portal web de les dues emissores, la CCMA comença el seu procés de digitalització que va culminar amb la creació de les empreses Activa Multimèdia Digital i CCRTV Interactiva, amb les que exploten les possibilitats de les noves tecnologies en l'àmbit de la comunicació. Les altres dues companyies que conformen la Corporació són Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya, dues emissores que aborden el trànsit de manera habitual i que disposen de periodistes especialitzats en aquesta àrea de servei.

Com s'acaba de comentar, Catalunya Ràdio, el primer canal radiofònic de la ràdio pública catalana i el que dóna el nom al grup, va entrar en funcionament el 20 de juny de 1983 amb una fórmula de programació generalista (Martí, 1996: 49). Es tractava d'un projecte ambiciós, l'objectiu del qual era contribuir decisivament a la normalització lingüística i cultural del país després del període de dictadura franquista (Franquet, 2001: 251). Gairebé una dècada més tard, coincidint amb la Diada Nacional de 1992, arrencaven les emissions de Catalunya Informació, el canal de 24 hores d'informació continuada del grup. La seva oferta es completa amb Catalunya Música, creada el maig de 1987, i lcat fm, canal creat en abril de 2006 en substitució de Catalunya Cultura i que emet conjuntament per ràdio i internet.

TV3 és el primer canal de la televisió pública de Catalunya. Es va inaugurar el 10 de setembre de 1983, coincidint amb la Diada Nacional, amb un programa especial presentat per Angels Moll i Joan Pera. Però no va endegar les emissions regulars fins

gener de l'any següent (Baget, 1999: 97-114; 2003: 17-18). El seu projecte de televisió institucional es va basar sobretot en els espais informatius, considerats un "pilar bàsic" de la seva programació (Televisió de Catalunya, 1993: 34). Aquesta filosofia va culminar en la creació, una dècada més tard, del canal de 24 d'informació continuada 3/24. L'oferta televisiva del grup es completa amb el Canal 33 (amb continguts complementaris i alternatius), el Súper 3 (adreçat al públic infantil i juvenil), TV3CAT (internacional i que substitueix l'antic TV3i ) i 300 (dedicat a les sèries de ficció i cinema).

### 13.1.1. El trànsit a Catalunya Ràdio

L'emissora Catalunya Ràdio enquadra la informació especialitzada en trànsit i seguretat viària dins dels continguts de servei al ciutadà, com passa amb la meteorologia. La seva cobertura s'organitza de la següent manera:

- a. Cròniques sobre l'estat del trànsit: Les elabora l'Equip d'Informació Viària (EIV) Catalunya Informació. Està format per tres periodistes especialitzats que treballen desplaçats al Centre d'Informació Viària de Catalunya (CIVICAT), això és, el centre de control del Servei Català de Trànsit (SCT). D'aquesta manera, se situen "on s'està coent la informació"<sup>134</sup> i es guanya qualitat en els continguts.<sup>135</sup>
- b. Notícies sobre trànsit i seguretat viària: Les elabora un periodista de la secció de Societat de Catalunya Ràdio que també cobreix la informació policial i de successos. S'ocupa d'aquella informació viària "més durable en el temps que les cròniques" com la seguretat viària, les operacions especials de trànsit, les previsions, la normativa, etc.<sup>136</sup> I també del seguiment d'accidents o emergències.

L'anterior coordinador de Catalunya Informació, Manel Laborda, sosté que la utilitat és la principal condició que han de complir les peces especialitzades en aquesta àrea, especialment aquelles destinades a ser consumides pels conductors. Per a ells, senyala Laborda, aquests continguts són "prioritaris". "No n'hi ha prou amb la fotografia del que passa", argumenta, ja que cal facilitar als oïdors possibles alternatives a l'hipotètic col·lapse.<sup>137</sup> La responsable de l'EIV, Cèlia Quintana, afegeix a l'anterior el criteri de la "immediatesa" per donar "què passa i per què al moment, no després".<sup>138</sup> Per això, l'equip que coordina elabora una crònica cada mitja hora excepte en els moments de màxima mobilitat (hora punta) o quan passa un incident extraordinari, com un accident greu. Llavors, s'informa cada quart d'hora mentre que des de la redacció es completa la informació. L'EIV també pot elaborar cròniques per a Catalunya Ràdio, tot i que habitualment aquestes connexions s'assumeixen des del RACC. La cobertura informativa es completa amb la informació facilitada per un helicòpter contractat per l'emissora, que sobrevola la xarxa viària en l'hora punta dels dies laborables, i en operacions especials com les d'estiu o Setmana Santa.

Des de setembre de 2010, existeix la possibilitat que els oients de l'emissora informin l'EIV d'incidències a la xarxa viària a través del correu electrònic, el telèfon i missatgeria mòbil. Aquest servei viari està operatiu de dilluns a divendres de 7 a 11 del matí. Una periodista recull les dades, que poden incloure informació sobre la xarxa de

<sup>134</sup> Manel Laborda, coordinador de Catalunya Informació fins a novembre de 2008. Entrevista personal el 18 de gener de 2007.

<sup>135</sup> Cèlia Quintana, cap de l'EIV. Entrevista personal el 6 de desembre de 2006.

<sup>136</sup> Jordi Canal, periodista especialitzat en trànsit de Catalunya Ràdio. Entrevista personal el 9 d'abril de 2009.

<sup>137</sup> Manel Laborda, coordinador de Catalunya Informació fins a novembre de 2008. Entrevista personal el 18 de gener de 2007.

<sup>138</sup> Cèlia Quintana, cap de l'EIV. Entrevista personal el 6 de desembre de 2006.

transport públic, aeroports, etc., les contrasta i les difon just després de les cròniques sobre l'estat del trànsit. D'aquesta manera, l'emissora cobreix la mobilitat d'aquelles zones on l'SCT no té instal·lades càmeres i resulta difícil saber què passa. La fórmula s'inspira en iniciatives com la de la BBC britànica, que ha habilitat espais específics per a recollir les aportacions dels oients com s'explica a l'apartat 6.4. La recerca sobre la informació de trànsit (Catalunya Ràdio, 2010).

### 13.1.2. El trànsit a Televisió de Catalunya

Igual que Catalunya Ràdio, la televisió pública catalana situa el trànsit i la seguretat viària dins els continguts relacionats amb el servei, com passa amb el temps o la borsa. El director del canal 3/24, Manel Raya, reconeix que a vegades es tracta d'una informació que no és "massa noticable" i fins i tot "reiterativa i tècnicament poc agraïda", però necessària perquè fomenta valors de "tolerància i respecte". Un objectiu que, en opinió seva, les emissores públiques com TV3 comparteixen amb institucions com l'SCT. Així, l'objectiu de Televisió de Catalunya passa per donar informació durant els moments conflictius de mobilitat (hora punta) amb una selecció dels problemes més importants, però també per donar pautes de seguretat i formació en mobilitat per propiciar conductes i actituds cíviques.<sup>139</sup> El director del 3/24 estableix quatre nivells de cobertura informativa d'aquesta especialització:

- a. Cròniques sobre l'estat del trànsit: Es correspon a la informació sobre mobilitat durant les hores de màxim volum de desplaçaments o hora punta. S'aconsegueix amb connexions puntuals d'un periodista especialitzat més la banda d'informació continuada que el canal 3/24 incorpora en la part inferior de les seves emissions.
- b. Informacions sobre esdeveniments programats amb antelació: Es correspon a les cobertures dels dispositius especials de trànsit, rodes de premsa, etc. Aquí, a més de les connexions per informar sobre circulació, s'elaboren peces per als informatius de la cadena. Si s'escau, es mobilitzen equips de periodistes per informar a peu de carretera.
- c. Informacions sobre esdeveniments no programats: Es correspon a les cobertures d'accidents o emergències, no predictibles i inesperades. El seu tractament informatiu és el mateix que rebria un altre notícia susceptible de sortir als espais informatius de TV3 i el 3/24.
- d. Formació: Es correspon a aquella informació que serveix per formar els ciutadans sobre el fenomen de la mobilitat i els doni pautes de conducció cíviques.

Els dies laborables, el trànsit disposa d'un espai propi dins del programa "Els matins", que s'emet de dilluns a divendres de 8 a 13 hores. Aquí s'ofereix una crònica sobre mobilitat cada mitja hora entre les 8.15 i les 10.15 hores. També s'informa cada 30 minuts durant la franja horària situada entre les 6 i les 8 del matí, però en aquest cas des del 3/24. Els caps de setmana, la informació es cobreix des de l'espai "El trànsit", que s'emet divendres i diumenge (en tots dos casos, normalment sobre les 18.30 i les 19.45 hores, en funció de la programació de TV3)<sup>140</sup>. L'oferta en mobilitat es complementa amb una banda d'informació continuada o *ticker* que apareix a la part inferior de la pantalla de les emissions del 3/24 i que informa sobre el trànsit quan no hi ha cap espai específic previst, com per exemple, per la tarda. Un equip de tres periodistes s'encarrega d'elaborar les cròniques sobre trànsit enumerades

<sup>139</sup> Manel Raya, director del canal 3/24. Entrevista personal l'1 de desembre de 2006.

<sup>140</sup> Des de setembre de 2010, "El trànsit" s'emet pel canal 3/24, amb connexions cada mitja hora entre les 17 i les 21 hores.



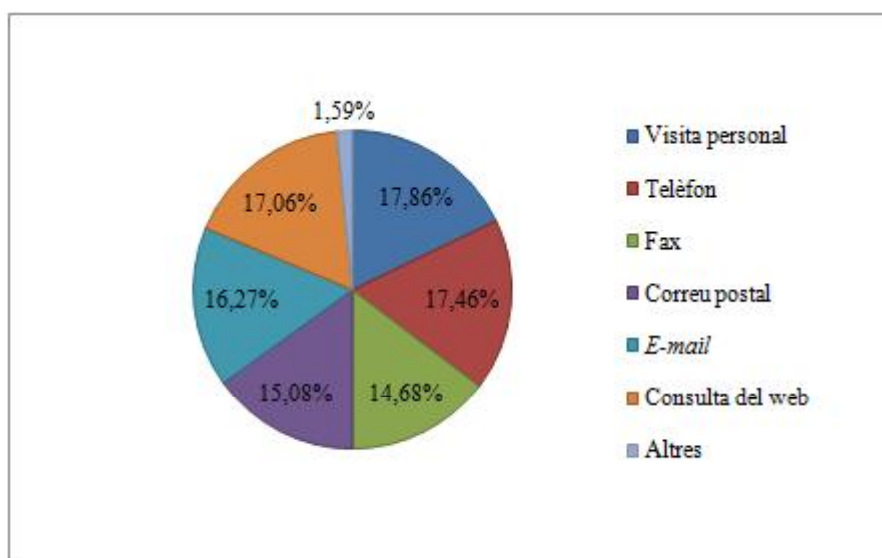
anteriorment. La resta de la informació s'aborda des de la redacció de Societat, on hi ha dos periodistes que s'ocupen del seguiment d'aquestes notícies.

El periodistes encarregats d'elaborar les cròniques televisives sobre el trànsit usen el programari AutomaticTV, adaptat específicament per a les necessitats informatives de TV3 en matèria de trànsit. Els permet seleccionar i ordenar de manera ràpida i autònoma les imatges que integren la peça sobre aquesta matèria. Totes elles provenen de les càmeres que l'SCT usa per controlar la circulació a la xarxa viària catalana que arriben als estudis de Televisió de Catalunya gràcies a una instal·lació de fibra òptica. L'emissora també té accés a les dades en brut que genera el programari CIT del Servei amb les que l'AutomaticTV genera automàticament un mapa per situar les retencions, que sol usar-se com a recurs gràfic. També serveixen per nodrir de continguts el *ticker* anteriorment citat.

### 13.2. Accés a les fonts virtuals

Des de sempre, els periodistes han sabut incorporar els canvis tecnològics que apareixien en el seu entorn de treball de la manera més adequada en funció de la seva utilitat i beneficis que els poguessin reportar (Pavlik, 2001). Només d'aquesta manera s'entén que en un termini relativament curt de temps els informadors incorporessin les prestacions d'internet al seu dia a dia sense excessius traumes. És una constant que apareix ja en les primeres investigacions sobre noves tecnologies i rutines professionals i que es manté fins a l'actualitat (Garrison, 1999; Middelberg i Ross, 2000; Luzón, 2001; Palomo, 2001; Masip, 2005). La informació sobre trànsit i seguretat viària no n'és una excepció. Les dades extretes de l'enquesta duta a terme entre els professionals d'aquesta àrea informativa a Catalunya per a aquesta investigació revelen l'alta implantació del correu electrònic o la consulta a webs per obtenir material per confeccionar les seves peces. En ocasions, amb un ús equiparable al del telèfon o un contacte cara a cara (vegeu Figura 12).

FIGURA 12. Percentatge d'ús dels diferents canals per obtenir informació



Font: elaboració pròpia

Per a la meitat dels enquestats, la comoditat del web (25,58% de les respostes) i de l'*e-mail* (24,03%) és l'element que els fa decantar pel seu ús. L'observació no participant a les redaccions de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio confirma aquesta dada, però també un altre aspecte igualment assenyalat pel sondeig: que els

canals que faciliten una comunicació més directa i personal entre el gabinet i el periodista són més creïbles. És per aquest motiu que la meitat dels que el van contestar van expressar la seva preferència per una visita personal. No obstant això, el telèfon és el mecanisme que suscita el major consens: una quarta part dels informadors catalans del trànsit (25,58%) el tria per la seva comoditat mentre que el 17,14% en destaca la seva credibilitat.

### 13.2.1. Selecció de fonts

Pràcticament totes les fonts d'informació en línia que consulten els periodistes catalans especialitzats en trànsit i seguretat viària (94,94% dels enquestats) pertanyen a l'àmbit oficial o institucional. Un 44,30% es decanta per l'SCT, seguit per la pàgina web dels Mossos d'Esquadra (18,99%) i la de la concessionària d'autopistes Acesa (8,86%). El recurs a fòrums, xats o altres canals fora d'aquest circuit sembla marginal, ja que només un 5,08% de les respostes anirien en aquest sentit (vegeu Taula 15). No obstant això, l'observació no participant a Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya introdueix matisos a aquesta dada. En general, els periodistes que s'ocupen de les cròniques del trànsit usen majoritàriament els webs institucionals mentre que els professionals que aborden aquesta especialització des de l'àrea de Societat usen altres fonts en línia, més vinculades a les xarxes socials, com a mecanisme per trobar nous temes i testimonis per a les seves produccions.

TAULA 15. Fonts d'informació en línia que consulten els periodistes (en percentatge)

Fonts digitals	Percentatge
Servei Català de Trànsit ( <a href="http://www.gencat.cat/transit">www.gencat.cat/transit</a> )	44,30
Mossos d'Esquadra ( <a href="http://www.gencat.cat/mossos">www.gencat.cat/mossos</a> )	18,99
Acesa ( <a href="http://www.autopistas.com">www.autopistas.com</a> )	8,86
Ajuntament de Barcelona ( <a href="http://www.bcn.es">www.bcn.es</a> )	7,59
Dirección General de Tráfico ( <a href="http://www.dgt.es">www.dgt.es</a> )	6,33
RACC ( <a href="http://www.racc.es">www.racc.es</a> )	3,80
Bombers de la Generalitat ( <a href="http://www.gencat.cat/emergencies">www.gencat.cat/emergencies</a> )	2,53
Govern d'Andorra ( <a href="http://www.mobilitat.ad">www.mobilitat.ad</a> )	1,27
Portal de mobilitat de gencat ( <a href="http://www.mobilitat.org">www.mobilitat.org</a> )	1,27
Revistes especialitzades	1,27
Mútua motera	1,27
Estacions d'esquí	1,27
Fòrums de motor	1,27
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Font: elaboració pròpia

D'aquesta manera, existeixen diferències entre:

- La informació de Societat: Aquí és més habitual l'ús de fonts alternatives per buscar altres veus i punts de vista divergents del discurs oficial, un dels trets bàsics que caracteritzen el periodisme especialitzat (Quesada, 1998: 104-105; Heinonen, 1999: 47). Durant el treball de camp, es va detectar la consulta de fòrums especialitzats en trànsit i seguretat viària,<sup>141</sup> però també d'altres centrats en altres temes vinculats amb la secció (policials, prevenció d'incendis, etc.). Es tracta d'una pràctica comuna tant a la secció de Societat de Catalunya Ràdio com a la de Televisió de Catalunya. La

<sup>141</sup> [www.todoradares.com](http://www.todoradares.com) i [www.motor.cat](http://www.motor.cat).

periodista d'aquesta última emissora, a més, completava la seva estratègia de recerca amb el recurs de blocs vinculats a alguna institució fora de l'òrbita de l'SCT per buscar experts alternatius i opinions diverses i plurals.<sup>142</sup> I fins i tot, seguia els comentaris dels grups creats en xarxes socials com Facebook, com per exemple els de l'anomenat "Aquest cotxe no hauria d'estar aparcad aquí". Per a ella, es tracta d'una "xarxa de col·laboradors brutal". Reconeix obertament l'ús d'aquestes eines on, en ocasions, ha participat (identificant-se com a periodista) per buscar testimonis, etc.<sup>143</sup> Una activitat que s'identifica plenament amb el "media catching" descrit per Waters, Tindall i Morton (2010: 242) al punt 7.2.2. Noves produccions i serveis en línia. És possible, inclús, que el material obtingut a través d'aquests mecanismes esdevingui una notícia. Aquest és el cas de la peça sobre inhibidors de radars que va emetre Catalunya Ràdio el 17 de març de 2008. El punt de partida d'aquesta informació van ser els comentaris que el periodista va extreure d'un dels fòrums de la pàgina web [www.todoradares.com](http://www.todoradares.com) (vegeu Annex 12).

- b. La informació de servei (cròniques): Aquí predomina l'ús d'organismes oficials virtuals, bàsicament, el web de l'SCT. De fet, durant l'observació no participant, només es va comprovar en una única ocasió que els periodistes recorreguessin a una font digital situada fora de l'àmbit institucional per elaborar una crònica, en aquest cas radiofònica, sobre l'estat del trànsit. Va ser com a conseqüència de la manifestació organitzada per l'Associació de Veïns de Salelles (Bages, Barcelona) i el sindicat agrari Unió de Pagesos (UP) per tallar la C-55 el dia 4 de febrer de 2007. La periodista que la va elaborar tenia la convocatòria que les dues entitats van difondre per internet (vegeu Annex 13) i la va fer servir com a referència a l'hora de saber l'inici i el final de la concentració.

Tanmateix, la comoditat d'accés de les fonts en línia no ha aconseguit desbancar altres fórmules per obtenir la informació. És a dir, que conviuen amb naturalitat les consultes als webs institucionals i corporatius, als fòrums, blocs i xarxes socials amb els canals de comunicació més tradicionals, bàsicament, trucades telefòniques, en la línia del que mostren altres investigacions sobre internet i rutines professionals que també l'assenyalen com a canal prioritari (Machill i Beiler, 2009). La majoria de vegades, es recorre a contactes personals obtinguts a través de congressos, associacions, clubs diversos (de motociclistes, de víctimes d'accidents, etc.). I fins i tot, es complementen amb pràctiques com repassar què diu sobre un tema determinat la resta de mitjans de comunicació. En la mesura que el periodista, per la naturalesa de la peça que prepara, disposa de més temps per elaborar-la, s'obre el ventall de fonts disponibles. Així, per a les cròniques sobre l'estat del trànsit, que es poden arribar a fer cada 15 minuts, es recorre molt més a la informació oficial servida a través del web que no pas en els reportatges, amb una producció més pausada.

### 13.2.2. Motius

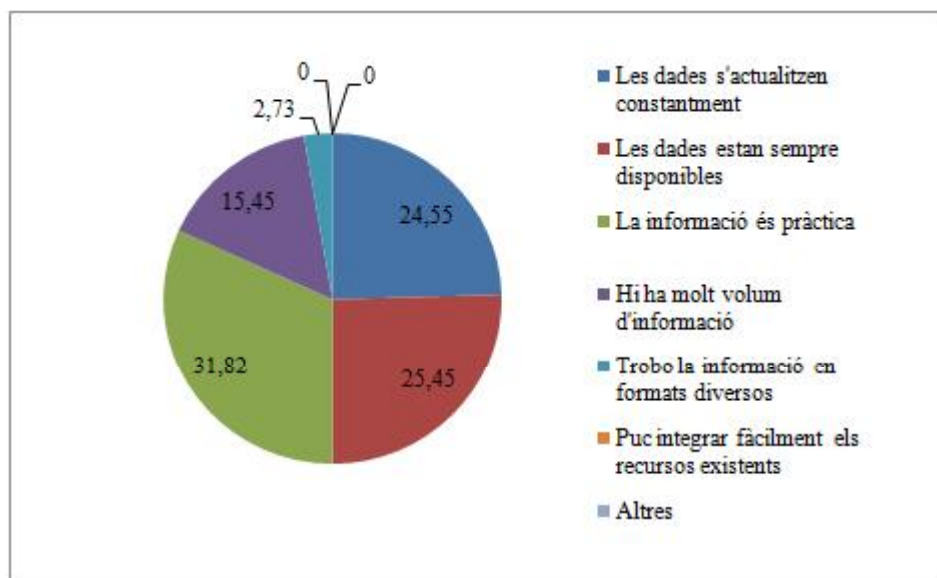
Els periodistes catalans especialitzats en trànsit són conscients dels avantatges que la tecnologia digital els reporta en la seva feina. Per a ells, internet és una manera pràctica d'accedir a la informació que necessiten, sempre disponible i, almenys en teoria, actualitzada al moment (vegeu Figura 13). Quan la font digital és una institució, s'afegeix un altre valor afegit: "Sempre confies que la informació de la font oficial és correcta", indica un dels entrevistats per a aquest treball. En referència al web de

<sup>142</sup> Bloc "El garbell", d'UNESCOCAT: <http://garbell.unescocat.org/>.

<sup>143</sup> Mireia Prats, periodista de TV3 especialitzada en trànsit. Entrevista personal el 10 d'abril de 2008.

l'SCT, el mateix periodista reconeix que la seva principal utilitat és la “disponibilitat” de les dades que, en cas de dubte, poden ser confirmades o refutades: “Sempre hi ha l'opció de la trucada”, diu.<sup>144</sup>

FIGURA 13. Avantatges de la informació en línia (en percentatge)



Font: elaboració pròpia

Els professionals que aborden el trànsit des de l'àrea de Societat i, per tant, no elaboren cròniques sobre circulació, apunten un segon motiu que explica l'ús de les fonts en línia: l'abundant documentació que aporten sobre l'organisme en si. Tanmateix, no es tracta d'una idea nova. Originalment, institucions i empreses van bolcar-se en internet amb aquesta finalitat. És a dir, la primera utilitat que li van donar a la plataforma va ser la de magatzem informatiu (Marken, 1995a), amb el convenciment que els materials com les notes i dossiers de premsa, biografies de directius, balanços, memòries d'activitats, etc., que penjaven eren potencialment útils per als periodistes (Kent i Taylor, 2003). Part de les respostes obtingudes en les entrevistes així ho corrobora. Un dels professionals va qualificar el web de l'SCT com a “contenedor” de documents de tot tipus i destaca que, en general, el volum d'informació que conté la plataforma la fa útil per contextualitzar les peces i efectuar previsions.<sup>145</sup> Una altra periodista matisa aquestes paraules. Per a ella, la documentació és útil sobretot de cara a saber “de quin pal van” els organismes que tenen presència pública a la xarxa, és a dir, la seva postura oficial en relació a un tema, un àmbit determinat, la seva visió i valors, etc.<sup>146</sup> I, a partir d'aquí, decidir si val la pena incorporar-les, de quina manera fer-ho i com preparar el contacte o l'entrevista.

El treball de camp a Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya va permetre documentar l'ús dels webs corporatius per part dels periodistes especialitzats en circulació de les dues emissores. Era habitual recórrer als dossiers, memòries, anuaris i altra documentació penjada per les fonts per preparar entrevistes, com va fer el periodista de Catalunya Ràdio de la secció de Societat que segueix habitualment els temes del trànsit per dissenyar la seva amb el director de l'SCT, Josep Pérez Moya, durant l'observació del dia 4 d'agost de 2008. O també per produir futurs reportatges.

<sup>144</sup> Joan Torroella, conductor de l'espai “El trànsit”. Entrevista el 5 de desembre de 2006.

<sup>145</sup> Jordi Canal, periodista de Catalunya Ràdio especialitzat en Societat. Entrevista el 9 d'abril de 2008.

<sup>146</sup> Mireia Prats, periodista de TV3 especialitzada en trànsit. Entrevista personal el 10 d'abril de 2008.

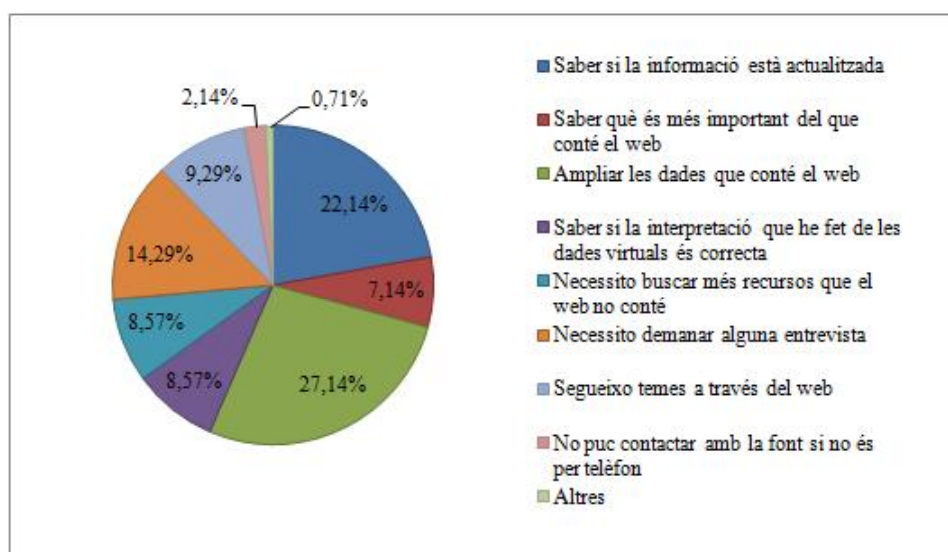
Opció que va seguir la seva homòloga de TV3 durant el temporal de vent que va afectar Catalunya a finals de gener de 2009: en consultar una nota de premsa de la Diputació de Barcelona sobre els desperfectes en les carreteres de la demarcació, va decidir guardar-se la informació per confeccionar una peça sobre la reparació d'aquestes vies: "M'ho apunto com a tema pendent i d'aquí uns dies el tiro endavant", va explicar. Quan ho va decidir, aquesta mateixa periodista ja tenia entre mans un altre tema sobre la implicació dels camions en els accidents de trànsit arran de l'últim balanç anual sobre sinistralitat publicat pel Servei en aquell moment, corresponent a l'any 2008, presentat en roda de premsa i que ella va guardar.

En ocasions, l'ús d'internet es reserva només per buscar la manera de contactar amb alguna font d'informació, ja sigui a través d'algun telèfon o d'una adreça electrònica. Així va passar el 12 d'agost de 2008, quan va saltar un teletip de l'agència de notícies EFE sobre una possible reducció de la contaminació a Barcelona com a conseqüència de la limitació de la velocitat a 80 quilòmetres per hora a l'àrea metropolitana. El tema, sorgit en una conferència emmarcada en els cursos d'estiu de la Universidad Complutense de Madrid, va ser assignat al periodista de Societat que cobreix el trànsit. Aquest va usar la plataforma per localitzar els responsables del curs i aconseguir una entrevista amb la persona que va donar la informació, elaborar-ne un perfil per si l'aconseguia i consultar les notícies que havien tret els mitjans digitals per veure com ho enfocaven.

### 13.3. Cobertura informativa a partir de les fonts virtuals

La facilitat d'accés a les fonts virtuals i els seus avantatges, segons les respostes dels periodistes en l'enquesta efectuada, són dues raons poderoses per justificar l'ús que en fan els informadors. Internet, ja ho hem vist, és una via còmoda i pràctica per rebre documentació en qualsevol format. I els professionals catalans del trànsit així ho reconeixen, però això no significa que s'aturin aquí. Pràcticament tots els enquestats (92,86%) reconeixen que, un cop ha consultat internet, efectuen una trucada telefònica a la font que serveix la dada en qüestió. Aspecte que l'observació als mitjans va corroborar. Bona part d'aquestes consultes té com a objectiu esbrinar si la informació en línia està correctament actualitzada (22,14%), però també amb la necessitat d'ampliar les dades oferides (27,14%) (vegeu Figura 14).

FIGURA 14. Motius per trucar a la font d'informació després de la consulta en línia (en percentatge)



Font: elaboració pròpia

### 13.3.1. Actualització

Si es parteix de la base que un dels trets que caracteritza la tecnologia digital és la seva capacitat d'actualització contant (Pulcini, 1997; Gil, 1999), resulta sorprenent que els dubtes dels periodistes catalans especialitzats en trànsit en relació a la informació en línia es concentrin precisament en aquesta qüestió. Tots els entrevistats van expressar la necessitat i la importància de contrastar els dades del web del Servei per assegurar-se de la seva vigència. I ho van fer amb independència de la producció que elaboressin (cròniques o informació de societat) i del mitjà (ràdio o televisió). Durant l'estada a la ràdio pública catalana, una de les periodistes especialitzades va indicar sense embuts que, quan veia les imatges de les càmeres de control de trànsit i les comparava amb la informació del web, s'adonava que la informació que contenia aquest últim estava "desfasada". Un informador televisiu va anar més enllà en assegurar que el lloc del Servei no s'actualitza tant com seria desitjable, un aspecte que també va destacar un dels directius de l'emissora en el transcurs durant l'observació a Televisió de Catalunya.

El treball de camp a les redaccions dels seus mitjans va permetre detectar les diverses estratègies que duen a terme els periodistes per verificar l'actualitat de la informació digital, ja que, com s'explica a les conclusions, aquesta és una de les causes que expliquen la desconfiança que experimenten envers les fonts virtuals. Els mecanismes triats varien en funció de la peça que hagin d'elaborar els informadors, cròniques sobre l'estat del trànsit, notícies o reportatges. I no són excloents sinó més aviat complementàries :

- a. Consulta directa a les càmeres de control de trànsit: Els periodistes de Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya que elaboren única i exclusivament cròniques sobre mobilitat tenen accés a les càmeres de control de l'SCT. En el primer cas, perquè treballen en la mateixa sala de gestió mentre que en el segon, perquè un enllaç de fibra òptica amb el CIVICAT els permet veure-les. Sempre que els sigui possible, aquests professionals actualitzen i contrasten la informació sobre incidències del web repassant aquestes imatges. Un dels periodistes entrevistats va explicar el perquè d'aquesta conducta força explícitament. Per a ell, la informació de servei especialitzada en trànsit demana usar tots els mitjans disponibles per obtenir "de manera àgil i ràpida" el màxim de dades possibles sobre incidències viàries, cosa que, segons diu, la pàgina web del Servei no compleix. "No sempre et garanteix que la informació que hi apareix sigui fiable", conclou.<sup>147</sup> Un company resumeix l'anterior argument amb les següents paraules: "el web està bé però cal actualitzar-lo sovint".<sup>148</sup>
- b. Contacte personal: L'opció de contactar amb la font per comprovar la vigència de la informació en línia és força habitual. Com es va comprovar durant el treball de camp als mitjans de la CCMA, era força freqüent que els periodistes de trànsit recorreguessin a la trucada telefònica, sobretot si elaboraven cròniques. En altres casos, el telèfon era la via prioritària per contactar amb la font, juntament amb els congressos o jornades tècniques, que també garanteixen un contacte més personalitzat. Una de les periodistes entrevistades, que aborda el trànsit des de la secció de Societat, va ser contundent al respecte en afirmar que gairebé no consultava internet<sup>149</sup> perquè, de fet, no ho necessitava per elaborar les seves notícies, cròniques o reportatges. Tanmateix, el telèfon no garanteix al cent per cent

<sup>147</sup> Espartac Peran, periodista especialitzat en trànsit. Entrevista el 19 de desembre de 2006.

<sup>148</sup> Martí Gironell, periodista especialitzat en trànsit. Entrevista el 9 d'abril de 2008.

<sup>149</sup> Mireia Prats, periodista de TV3 especialitzada en trànsit. Entrevista personal el 10 d'abril de 2008.

que el periodista pugui contactar amb la font, com es va documentar durant l'observació al Servei. Si les periodistes del gabinet, en virtut de la seva polivalència, es troben fora de l'oficina, reunides o executant alguna tasca no relacionada amb l'atenció als mitjans, la trucada no servirà de res. No podran resoldre el dubte del periodista, al que remetràn de nou al web.

- c. Correu electrònic: Si la fórmula de la trucada telefònica no funciona perquè el gabinet de premsa comunica, cosa habitual en moments d'emergència, per exemple, hi ha el recurs del correu electrònic. És a dir, davant la "saturació de línies", l'adreça electrònica és un mecanisme per alertar la font que s'intenta contactar amb ella sense èxit.<sup>150</sup> Tanmateix, és percebut com un mecanisme "inútil" especialment entre els periodistes que elaboren cròniques sobre circulació, bàsicament, perquè la informació no arriba a temps perquè la redacció pugui elaborar els gràfics i mapes necessaris per il·lustrar la peça sobre trànsit.<sup>151</sup> Els professionals enquadrats en l'àrea de Societat matisen aquestes paraules: l'*e-mail* funciona per rebre notes, convocatòries, dossiers i altres documents per part de la font que, després, poden constituir la base d'una notícia o reportatge posterior.

Amb tot, els avantatges que les noves tecnologies aporten a l'hora d'accedir i actualitzar la informació agiliten la pràctica de renovar les dades amb què els periodistes elaboren les seves peces. L'observació demostra que els professionals, sobretot els que confeccionen cròniques, les més apegades a l'actualitat, retarden fins a l'últim moment la rutina de renovar les dades, segurament per donar-les el més actualitzades possibles. Tant és així que, en ocasions, s'han quedat sense temps material per trucar a les seves fonts i han hagut de penjar el telèfon perquè havien de sortir en directe de manera imminent.

### 13.3.2. Adaptació recursos multimèdia de les fonts

Autors com Dahlgren (1996), Heinonen (1999) o Huesca (2000) van advertir ben aviat que les propietats hipertextuals i multimèdia d'internet haurien de redundar en informacions més contextualitzades, exhaustives i profundes. Almenys, en teoria. L'explicació se sustenta en el fet que la xarxa posa a disposició del periodista un important volum de material en diferents suports que s'integraria sense dificultats aparents en les seves notícies en forma de noves fonts, informació de context, vídeos, talls de veu, etc. No sempre és així. Autors com Palau (2008, 2009b), destaquen com el ciberperiodisme gairebé no aposta per les possibilitats, dinàmiques i potencialitats d'enriquiment de la xarxa, que es plasmarien en el reportatge multimèdia com a gènere periodístic per excel·lència de l'entorn digital. Tanmateix, exigeix un "esforç addicional" que el relegaria per darrera de la notícia i l'opinió (Palau, 2008).

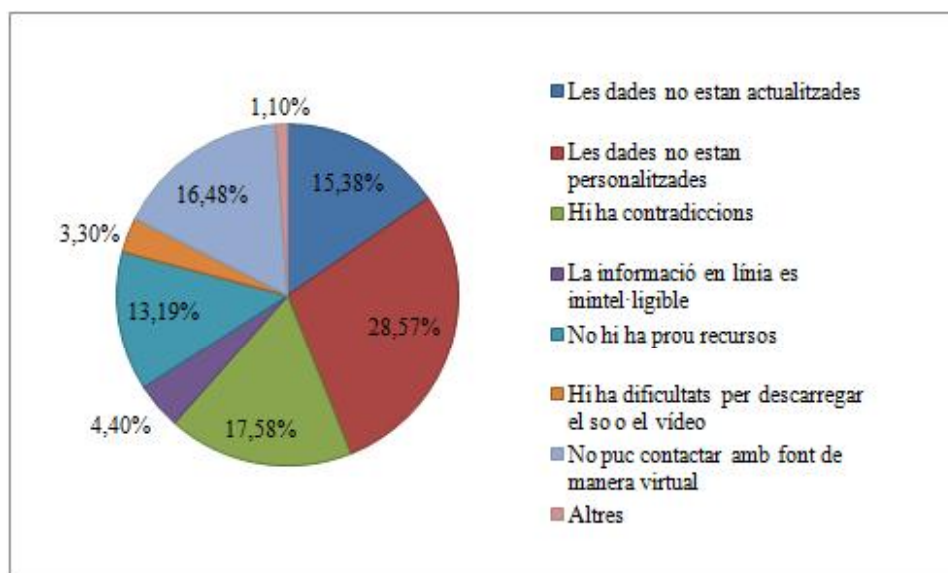
L'enquesta efectuada per a la present recerca apunta en les anteriors línies quan revela que els informadors aprecien la utilitat de la plataforma a l'hora de trobar dades per completar les peces o de seguir l'evolució d'un esdeveniment (23,57% en tots dos casos) així com en la consulta i recepció de convocatòries, notes i dossiers de premsa (20%). A més distància, hi hauria de búsqueda de noves veus informatives o nous temes noticiables (9,29%, respectivament). Però també alerta de la poca rellevància que donen els periodistes a la possibilitat d'accedir a material multimèdia i d'incorporar-lo a les seves peces: només el 2,73% dels enquestats van considerar que l'opció era un avantatge de la informació en línia mentre que cap d'ells en va destacar la segona. Per contra, es mostren preocupats per la falta de personalització de les dades (28,57%), les dificultats de contactar virtualment amb la font (16,48%) i la poca

<sup>150</sup> Martí Gironell, periodista especialitzat en trànsit. Entrevista el 9 d'abril de 2008.

<sup>151</sup> Espartac Peran, periodista especialitzat en trànsit. Entrevista el 19 de desembre de 2006.

actualització dels continguts (15,38%). En una proporció gairebé similar, també es queixen de la falta de recursos al seu abast (13,19%) (vegeu Figura 15).

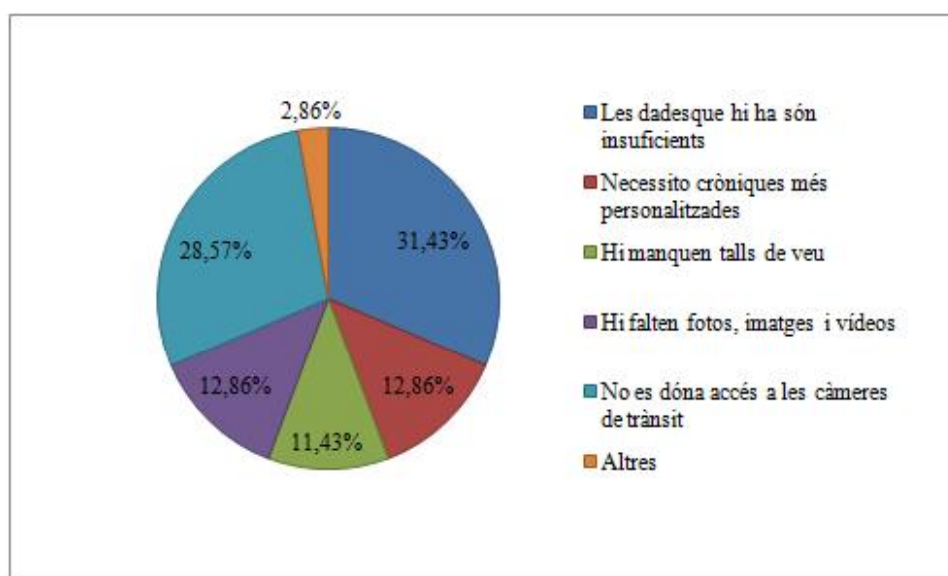
FIGURA 15. Inconvenients de la informació en línia segons els periodistes (en percentatge)



Font: elaboració pròpia

Una queixa, aquesta última, que confirma una de les principals carències apuntades en recerques sobre llocs corporatius i institucionals, a saber, que la possibilitat de penjar-hi vídeos o fotografies a disposició dels periodistes està infrautilitzada (González Herrero, Ruiz San Román i Ruiz de Valbuena, 2005: 231-234).

FIGURA 16. Carències del web de l'SCT segons els periodistes enquestats (en percentatge)



Font: elaboració pròpia



En el cas concret del web del Servei, els periodistes catalans del trànsit enquestats són força clars a l'hora d'enumerar les carències. El 31,43% qualifica d'insuficients les dades en línia que li proporciona l'organisme mentre que un ampli 28,57% reclama accedir a les càmeres de control de trànsit, molt probablement per actualitzar i seguir l'evolució de la circulació amb els seus propis ulls, com fan sempre que poden els professionals de Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya. Els informadors també troben a faltar unes cròniques en línia més personalitzades (12,86%) i més material audiovisual com ara fotografies o imatges diverses (12,86%) (vegeu Figura 16). De fet, són pocs els professionals enquestats que asseguruen tenir-ne prou amb els continguts que el Servei ofereix en línia (8,22%). L'habitual és que se necessiti ampliar les dades (34,25%), aclarir-ne el significat (19,18%) o bé obtenir els antecedents o un context mínim per a interpretar-les correctament (17,81%). L'observació no participant en les emissores de la CCMA ha permès complementar les anteriors respostes en funció dels recursos que necessitaven els periodistes per confeccionar les seves peces informatives.

### 13.3.2.1. Recursos textuais

El treball de camp en les redaccions de la CCMA revela que el principal recurs en línia que els periodistes catalans especialitzats en trànsit han incorporat a les seves rutines són les pàgines web sobre circulació, sobretot si el professional es dedica a elaborar periòdicament cròniques sobre aquest tema. La més consultada és la de l'SCT, l'organisme que ells identifiquen com a font oficial. No és una actitud aïllada. Durant l'observació al País Basc, es va tenir l'oportunitat de veure com treballaven els informadors de la ràdio pública basca. Com els seus homòlegs de Catalunya Informació, treballen desplaçats al centre de control. Doncs bé, es nodrien principalment dels continguts de la pàgina web sobre incidències viàries de la Direcció de Tráfico. La manera de treballar en tots dos casos era idèntica: consulten el lloc per seguir, de manera còmoda, l'estat del trànsit. És a dir, com evoluciona i si hi apareixen novetats en forma d'accidents, avaries, incendis de vehicles, etc. En aquest cas, contacten telefònicament amb la font per verificar si la informació és actual i demanar-ne més detalls. Això és força habitual que passi, ja que, com s'ha comentat, una de les carències de la informació en línia es que facilita poc volum d'informació i el que dona, és massa genèric. Com va sintetitzar un dels periodistes de TV3 especialitzats en trànsit durant l'observació en la seva emissora, en casos de sinistres cal donar "més dades sobre el que passa com, per exemple, indicar que es tracta d'un camió". Si l'incident és especialment greu, però, s'activen altres mecanismes: assoleix la categoria de notícia i passa a ser coberta per la secció de Societat. La crònica del trànsit és aquí només una peça complementària. Un exemple d'això és el tractament informatiu que va rebre la fuga tòxica en el Port de Barcelona el 23 de maig de 2008. Com a mesura de precaució, es va tallar la Ronda Litoral. Doncs bé, durant l'informatiu migdia d'aquella jornada, el periodista de trànsit de TV3 va elaborar una crònica sobre els problemes de mobilitat que això causava a l'entrada de Barcelona que va actuar de complement de la peça principal, això és, l'incident al port (vegeu Annex 14).

En el cas dels periodistes que enfoquen el trànsit com un tema més de l'àrea de Societat, la consulta al web institucional s'efectua però amb menys freqüència i amb uns objectius diferents als anteriors. En aquest cas, les seccions objecte d'atenció dels informadors són unes altres: bàsicament, la sala de premsa o bé alguna altra pàgina que contingui memòries, estudis tècnics o estadístiques. El motiu, ja s'ha dit, és que el que es busca són dades de context, per preparar alguna entrevista, per buscar temes de cara al futur, etc. Bona part d'aquesta informació arriba a través del correu electrònic, amb un ús desigual entre els periodistes, tal i com es va comprovar durant l'observació a les emissores de la CCMA. Així, els que se centren a elaborar cròniques sobre l'estat del trànsit no el veuen com una eina profitosa, ja que "es necessita temps

per consultar-lo” quan precisament aquesta informació demana rapidesa en l'actualització de les dades i concisió.<sup>152</sup> En ocasions, les notes de premsa que els arriben sobre futures obres a la xarxa viària es poden aprofitar per a les connexions que s'efectuen quan hi ha poc volum de circulació. Com va explicar una de les integrants de l'equip d'informació viària de Catalunya Informació durant l'observació, en aquest cas no hi ha tantes retencions a comentar i, per tant, es disposa de més de temps per donar explicacions suplementàries. Però també per ampliar les dades amb altres fonts, cosa que habitualment es fa per telèfon. Així ho va fer una d'elles per elaborar la crònica de les 12.15 hores del dia 23 de gener de 2007, en què es va incloure informació sobre unes obres a Sant Vicenç de Castellet (Bages, Barcelona). Va trucar a la policia local del municipi per demanar les vies alternatives i elaborar una peça més completa (vegeu Annex 15).

### 13.3.2.2. Recursos audiovisuals

Un 41,42% dels periodistes catalans especialitzats en trànsit enquestats per a la present investigació reclama a la seva font oficial, això és, a l'SCT, més recursos visuals en línia per confeccionar les seves informacions, ja sigui en forma d'accés a les càmeres de l'organisme (28,57%) o bé amb fotografies o altres materials que els permetin il·lustrar les peces que preparen (12,86%). Si es consulten només les respostes dels periodistes televisius, el percentatge de professionals que assegura necessitar més imatges de les càmeres de control puja al 35,29 mentre que els volen més fotografies o vídeos diversos arriba al 23,53%. Igualment, si es miren les necessitats dels professionals que treballen a les ràdios catalanes, un 28% dels mateixos assenyalen la falta de talls de veu en línia com una de les carències més significatives del lloc del Servei. D'una o altra manera, doncs, els informadors catalans especialitzats en trànsit constaten que la seva principal font digital no els abasteix dels materials que necessiten, malgrat la propietat multimèdia d'una plataforma com internet.

L'única manera que tenen les televisions interessades a obtenir imatges d'accidents, retencions, etc. produïdes en Catalunya és demanar-les directament al gabinet de comunicació del Servei. El mateix han de fer els diaris que vulguin alguna fotografia. Com ja s'ha explicat a 10.3.1 Digitalització, l'oficina de premsa està equipada amb un programari que permet veure les imatges de les càmeres de trànsit en els monitors i que disposa d'una aplicació per enregistrar vídeos i efectuar captures d'imatges fixes. Si les periodistes del departament han estat prou previsoros, quan ocorre algun incident greu (accidents, manifestacions, retencions...) poden obtenir aquests materials i distribuir-los entre els periodistes que els demanin a través de DVD, memòries externes o correu electrònic (si l'arxiu és de poc tamany). Però això demana una mentalitat de treball molt pròxima a l'una agència de notícies multimèdia i que no tots els professionals que treballen tenen, com es va comprovar durant l'observació participant al Servei. Existeix, però, una segona opció: aprofitar la fibra òptica que uneix el CIVICAT amb les instal·lacions de Tradia per fer arribar les imatges en directe, en aquest cas a les televisions que les demani. És la solució majoritàriament adoptada en casos com operacions especials (sortida de Setmana Santa, de les vacances d'estiu, etc.), com s'ha referit en la secció anteriorment citada.

La decisió adoptada per Televisió de Catalunya i CNN+ va ser una de diferent. A diferència d'altres emissores, ofereixen informació sobre l'estat del trànsit de manera regular; per tant, necessiten un mecanisme que garanteixi l'arribada d'imatges en moviment: un recurs imprescindible per elaborar cròniques televisives sobre circulació. Novament, la solució va ser la fibra òptica, que permet transmetre el que capten les càmeres directament als estudis televisius. En el cas de l'emissora espanyola, el

<sup>152</sup> Joan Torruella, conductor de l'espai “El trànsit”. Entrevista el 5 de desembre de 2006.

control sobre els continguts queda íntegrament en mans del gabinet: són les seves treballadores les que seleccionen les imatges que s'envien i elaboren la connexió, és a dir, surten en directe a donar la informació pertinent. En el de la catalana, hi ha matisos. Els seus periodistes tenen accés a les càmeres (que poden ser desconnectades pel Servei) que lliurement combinen per elaborar la crònica, que signen ells mateixos. Tot i que aquestes imatges es destinen a aquestes peces informatives, existeix la possibilitat d'incorporar-les en altres informacions. Especialment, en casos d'emergències o altres situacions imprevistes derivades d'accidents, incendis forestals, etc. Així va passar amb l'accident d'un camió a la C-32 a El Prat de Llobregat (Baix Llobregat, Barcelona) el 15 de maig de 2007: per explicar el col·lapse circulatori que es va crear al voltant de Barcelona, el Telenotícies Migdia va emetre una peça elaborada únicament a partir de les imatges de les càmeres del centre (vegeu Annex 16). Amb tot, el control sobre les càmeres restava en mans del Servei, que les mou, enfoca, acosta o allunya en funció de les seves necessitats no de les dels periodistes. No obstant, era relativament freqüent que des de l'emissora es truqués a l'SCT per demanar-li que mogués les càmeres segons la seva conveniència i per usos no vinculats al trànsit. Així, l'emissora intentava comprovar si veien la columna de fum d'un incendi o la retenció a l'entrada a la ciutat provocada per un partit del Barça, per exemple, i gravar-lo o emetre-ho en directe.

Un altre recurs passa per l'elaboració de mapes on mostrar visualment on es troben els problemes de circulació que, en el cas de Televisió de Catalunya, també es va automatitzar al màxim. Aquí, la solució va passar per importar les dades en brut de la base de dades CIT del Servei, cosa que aquest organisme facilita a algunes empreses. El programari Automatic TV genera automàticament un mapa que serveix per il·lustrar les cròniques o les notícies quan no es disposa de cap imatge. Aquesta és l'opció que es va adoptar el 28 de gener de 2007 quan una esllavissada va obligar a tallar la N-230 a Viella (Lleida): el periodista que elaborava les cròniques del trànsit durant el cap de setmana va explicar què havia passat amb l'únic suport d'aquest element gràfic (vegeu Annex 17). La informació es refresca regularment de manera que alguna vegada s'ha actualitzat amb el periodista explicant en directe el que passava. Malgrat les molèsties que això pogués ocasionar, la possibilitat de disposar d'un recurs d'aquestes característiques representa per als periodistes un gran estalvi de temps. Com va reconèixer un d'ells durant l'observació, abans es necessitaven uns vint minuts per elaborar-los, ja que "literalment es pintaven a mà".

Pel que fa als periodistes radiofònics, l'únic material sonor que el Servei distribuïa en línia regularment en el moment d'efectuar-se aquesta investigació eren les cròniques sobre l'estat del trànsit. Aquest format innovador va entrar en funcionament en febrer de 2006 amb desigual fortuna. Una investigació prèvia a aquesta recerca centrada precisament en aquest servei va examinar-ne l'acceptació i ús tres mesos després de la seva posada en marxa. Doncs bé, tan sols el 37,5% de les ràdios catalanes que abans contactava amb l'SCT es va passar al nou sistema digital mentre que el 43,75% va declarar que no el feia servir. Molts dels periodistes enquestats en aquest treball van optar per prescindir de la informació de trànsit (42,85%) i uns altres per buscar-se fonts alternatives (28,75%). Un minoritari 14,28% va optar per confeccionar ells mateixos la crònica adaptada a les seves necessitats i gustos informatius. Això no significa que els periodistes no valorin els avantatges del nou format. Un 42,85% destaca la seguretat de tenir sempre una peça disponible. De fet, un 45% es van declarar disposats a acceptar que el Servei distribuís més talls de veu sempre i quan estiguessin correctament actualitzats i, en la mesura del possible, personalitzats. Només un 10% s'hi negaria rotundament.

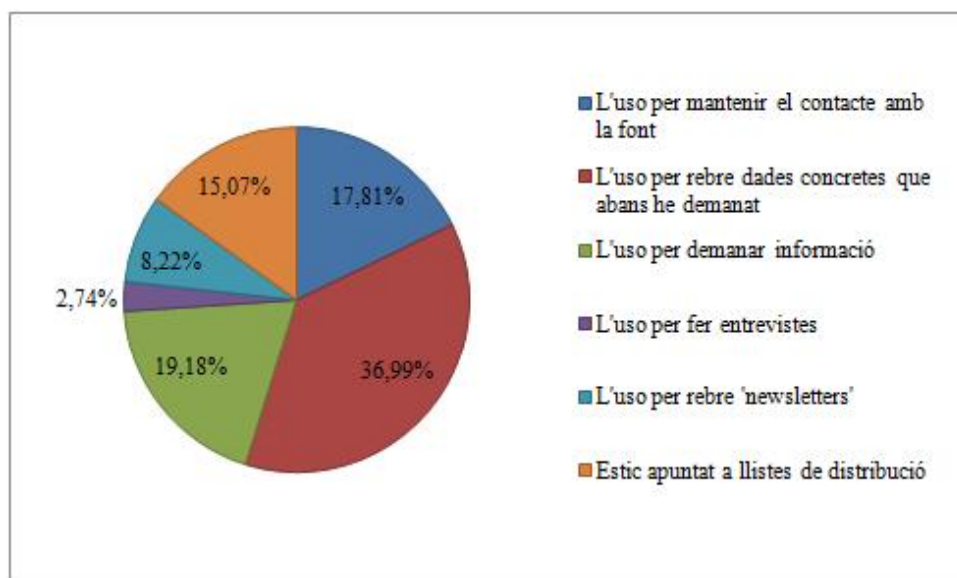
El cas és que a mitjan de 2007, el Servei va començar a explorar la possibilitat de distribuir arxius de so i imatge fora del context específic de les cròniques sobre l'estat del trànsit. D'aquesta manera es va introduir, tímidament, la pràctica d'enviar

fotografies o talls de veu presos durant les rodes de premsa que organitzava la institució i distribuir-los a través de la sala de premsa corporativa del govern de la Generalitat. En aquell moment, no era una pràctica sistemàtica, donada la seva novetat. Més endavant, però, el seu ús es va estendre: quan aquesta eina va entrar en funcionament, l'observació participant al gabinet finalitzava. Tot i que se'n valorava la utilitat, necessitava més temps perquè les integrants del gabinet es familiaritzessin amb el seu ús, com va passar posteriorment.

#### 13.3.4. Negociar la informació en l'entorn virtual

Ericson, Baranek i Chan (1989) introdueixen el concepte de negociació per explicar la relació que uneix els periodistes amb les seves fonts d'informació, uns actors que, d'alguna o altra manera, ideen estratègies i tàctiques per controlar la seva presència pública. Per a aquests autors, organismes i institucions busquen accedir de manera raonable als mitjans per obtenir una representació adequada als seus interessos en terme d'espai, temps i context informatiu. Amb tot, això no significa que la cobertura final que obtinguin de les seves accions sigui satisfactòria o favorable, és a dir, en consonància als seus desitjos de promoció o imatge (Ericson, Baranek i Chan, 1989: 5-6). Abans de l'arribada d'internet, fonts i periodistes interactuaven en el sentit que iniciaven i mantenien constantment processos de negociació que desembocaven en les dades i materials que els informadors obtenien de les primeres per confeccionar les seves peces. Sempre que els resultava possible, els periodistes buscaven el contacte interpersonal amb la seva font, ja que és a través de les converses com obtenen una part molt important de la informació que necessiten (Valbuena de la Fuente, 1995: 43). Els contactes *face to face* reporten beneficis per a tots dos actus: l'emissor té més possibilitats de controlar les actituds, opinions i comportaments del receptor a través del discurs mentre que aquest últim està en condicions de generar amb facilitat "tècniques de resistència" enfront els missatges persuasius del primer (Sáez, 1999: 19). Buscar una equivalència en el món virtual és més difícil, com es va constatar durant l'observació no participant en les redaccions de la CCMA. El motiu és que els periodistes catalans especialitzats en trànsit tenen poques possibilitats de reproduir aquest diàleg en l'entorn virtual. Ara per ara, l'única via existent és el correu electrònic, però amb limitacions.

FIGURA 17. Usos del correu electrònic (en percentatge)



Font: elaboració pròpia

Per als periodistes espanyols, el correu electrònic és una manera còmoda de rebre convocatòries, notes i dossiers de premsa així com informació diversa per part d'empreses i institucions (Accesometrix, Deloitte & Touche, 2002; Estudio de Comunicación i Demométrica, 2006). Els informadors del trànsit enquestats en aquesta investigació s'ajusten a aquest patró de comportament, ja que bona part d'ells (56,17%) assegura usar l'*e-mail* per rebre dades concretes que prèviament havien sol·licitat a les seves fonts (36,99%) o bé per demanar-los informació (19,18%) (vegeu Figura 17). Per contra, un 17,81% dels enquestats assegura utilitzar aquesta eina per mantenir el contacte amb la seva font d'informació, una idea que alguns dels periodistes entrevistats per a aquesta recerca va completar en assegurar que l'*e-mail* serveix per comunicar-se amb el gabinet quan les línies telefòniques estan saturades. És a dir, no es concep com una eina capaç de generar i mantenir una conversa en línia sinó com un mecanisme per reforçar o completar la relació interpersonal que puguin tenir els periodistes i les seves fonts.

L'anterior no significa que els informadors reneguin del correu electrònic. Al contrari, consideren que és una bona manera d'aconseguir noves fonts i temes relacionats amb la mobilitat fora del canal oficial que si bé no tenen cabuda en els espais que aborden específicament l'estat del trànsit sí que poden ser tractats en altres programes o espais de l'emissora. Per exemple, "Els matins" incorpora debats, entrevistes i taules rodones on, eventualment, es pot parlar d'algun fet d'actualitat relacionat amb la circulació. Fins i tot existeix una secció de foto denúncia on els espectadors poden enviar un mail amb la seva queixa o reclamació en relació a un cotxe mal aparcat, senyals de trànsit defectuoses, asfalts en males condicions, etc. És a dir, que existeix la possibilitat que els espectadors suggereixin continguts i denunciïn situacions anòmales a través del correu electrònic. Després, des del programa, els redactors li donen el tractament periodístic més adequat.

El correu electrònic és l'únic canal virtual que tenen els periodistes catalans especialitzats en trànsit per comunicar-se amb el gabinet sense que aquest últim delimiti els continguts i moment de la conversa. És a dir, poden preguntar, demanar o explicar el que considerin oportú de la mateixa manera que ho farien si estiguessin cara a cara amb la seva font. En la resta d'opcions a disposició de l'informador, el control queda clarament en mans de la institució, que marca els continguts sobre els que es pot informar i també el moment. D'aquí la denominació d'*organisme controlador* recollida a les conclusions per designar aquesta realitat. I els periodistes són conscients d'això. Almenys és aquesta la sensació que tenen. Una de les professionals entrevistades explica, en relació al web, que són moltes les vegades en què les fonts oficials s'hi escuden al darrera per no donar més informació. I la prova és que, un cop penjada, aquesta informació no s'actualitza ni es modifica, explica. Per a ella, és una manera de no atendre a l'informador, de deixar-lo desassistit. "És una excusa per mantenir el control sobre els continguts", conclou.<sup>153</sup> Un company seu és més concret en referir-se a les imatges sobre les càmeres del control de trànsit facilitades per l'SCT sobre les quals argumenta que sempre hi ha "complicacions" perquè la decisió final sobre l'ús d'aquest material descansa en l'organisme. Una prova d'això són les noves produccions informatives sorgides a l'empara de la incorporació de la tecnologia digital en l'entorn laboral del gabinet. En algun cas, els informadors poden interactuar per adaptar la informació a les seves necessitats, però sempre, des de l'òptica de la font d'informació. Les pàgines web sobre l'estat del trànsit són un bon exemple: permeten un cert grau de manipulació en funció d'uns criteris prèviament determinats pel Servei. A partir d'aquí, hi ha l'opció de rebre el material elaborat pel gabinet i manipular-lo, com és el cas de les cròniques en línia: es poden editar, però la informació primera i de base sempre serà el discurs confeccionat per la periodista de

<sup>153</sup> Mireia Prats, periodista de TV3 especialitzada en transit. Entrevista personal el 10 d'abril de 2008.

l'oficina que la locuti. A més, les ràdios catalanes només hi tenen accés quan el gabinet les penja al web, no quan ells les demanen. Una situació molt similar és la de les cròniques televisives que elabora Televisió de Catalunya: les dades i les imatges són servides pel Servei, però almenys el periodista les interpreta i selecciona, dins del marge d'actuació que li deixa la font. Per contra, en les que emet CNN+ el poder queda totalment en mans de la font: són les periodistes del gabinet les que seleccionen les imatges, escriuen la crònica i la locuten en directe. Tot i que en les emissions se n'especifica l'autoria (l'SCT), la feina de les professionals s'assembla molt a la que faria un professional de l'emissora. Però amb una diferència força clara: no treballen per a un mitjà de comunicació sinó per a un organisme amb uns objectius, interessos i criteris de funcionament propis. I això pot desembocar en tensions.

# **QUARTA PART**

## **Conclusions**

---





La convergència comunicativa s'ha convertit en un dels camps més prolífics de la recerca en periodisme en línia. Des de l'any dos mil, proliferen les recerques que analitzen el fenomen des del punt de vista de les redaccions dels mitjans, ja sigui individuals o com a peces de conglomerats de major tamany. Estructurades al voltant de les quatre dimensions en què és manifesta el procés (producció integrada, distribució multimèdia, periodistes polivalents i audiències actives), han revelat noves fórmules d'organització interna com les redaccions integrades o les taules multimèdia, les conseqüències que des del punt de vista de la marca representa el fet d'arribar al consumidor a través de múltiples canals, la transformació del perfil professional del periodista de la mà de la polivalència i les possibilitats comunicatives derivades d'una audiència cada cop més participativa. No obstant això, no s'ha aplicat aquest esquema al treball de les fonts d'informació, malgrat la seva posició predominant en el procés informatiu (Cesareo, 1986; Manning, 2001). Especialment, si es té en compte que els organismes, sigui quina sigui la seva naturalesa, no viuen d'esquenes a les aportacions de la tecnologia digital. Coneixen les prestacions d'internet, saben del valor afegit d'una pàgina web ben estructurada i amb informació útil i valoren la personalització que els mitjans socials aporten a les relacions amb els seus públics.

L'anterior secció de la recerca recollia les aportacions més destacades sobre convergència extretes del treball de camp desenvolupat a l'interior de quatre organismes oficials. Com que no hi ha referents de recerques que explorin el fenomen en les gabinets de premsa i comunicació, s'ha agafat l'esquema que habitualment s'aplica als mitjans per estructurar els continguts: producció integrada, distribució multiplataforma, periodistes polivalents i interactivitat, com a alternativa a les audiències actives. No ha estat una translació literal, sinó que s'ha adaptat a les característiques de l'objecte d'estudi, com ja s'ha indicat anteriorment. Aquest és un dels motius que expliquen l'atenció dispensada als periodistes: és el públic natural d'aquestes oficines, actiu per definició; per tant, qualsevol canvi en l'entorn laboral de les primeres repercutirà en la relació que mantenen amb els segons i que es concreta en la notícia que arriba a l'audiència.

Un cop exposat l'anterior, la recerca es concentrarà ara a sistematitzar-ne les conclusions més rellevants. Aquesta part s'organitza al voltant de quatre eixos. El primer d'ells recull, a mode de síntesi, les principals característiques de la convergència als gabinets de premsa i comunicació a partir de l'observat en les oficines de les quatre fonts oficials sobre trànsit i seguretat viària a Espanya (SCT, DT, DGT i RACC). En tot moment, s'incidirà en les diferències que s'observen entre aquests departaments i les redaccions de les empreses periodístiques des dels punts de vista de la digitalització, les noves fórmules d'organització interna, el valor de la marca associat a la distribució multiplataforma, el periodista polivalent i la interactivitat amb els periodistes. El segon es concreta en els objectius i hipòtesis d'aquesta investigació: es recuperen i es revisen de manera crítica. El tercer, vinculat als dos anteriors, és una proposta de recomanacions a tenir en compte pels gabinets de premsa i comunicació amb presència virtual elaborada a partir de les experiències observades durant el treball de camp. L'últim punt explora les línies futures de recerca que s'inicien amb aquesta proposta científica.

#### 14. La convergència comunicativa en els gabinets de premsa i comunicació

De la mateixa manera que no es pot parlar d'un únic model de convergència en les empreses comunicatives, cada organisme desenvolupa la seva pròpia fórmula convergent en funció de la seva cultura laboral, les maneres de treball establertes i objectius. No existeix una proposta millor que una altra, ja que cadascuna obeeix a realitats diferents, ja sigui per la naturalesa de la institució, l'àrea geogràfica que cobreix, el nombre de treballadors de què disposa, etc. Fins i tot, un mateix organisme pot optar per solucions convergents alternatives segons la situació comunicativa a què faci front, per exemple, una emergència o una crònica quotidiana. El que sí que tenen en comú totes les experiències analitzades és la digitalització dels seus processos productius i, en general, del seu entorn de treball. Tant és així que la implantació de la tecnologia digital en aquest àmbit és la base sobre la qual descansen tots els canvis, inclosos els moviments de coordinació i col·laboració que es puguin donar entre àrees dels mateixos organismes o bé entre departaments d'entitats independents. Sabem que la digitalització i la concentració empresarial (Masip i Micó, 2009, 2010) són els elements constitutius de la convergència en les empreses periodístiques. Tanmateix, no es pot traslladar aquest esquema a l'àmbit dels gabinets institucionals sense adaptacions. Com s'ha explicat a l'epígraf 10.3.2 Coordinació i col·laboració, resulta difícil parlar en aquest context d'estratègies de concentració horitzontal ni vertical entre dos departaments amb interessos i objectius propis i independents. Ara bé, sí que hi ha moviments que inciten una major col·laboració o que faciliten el treball cooperatiu entre les oficines de premsa i la resta d'àrees que integren l'organisme i, fins i tot, entre organismes exteriors.

A més de facilitar aquesta convergència organitzativa, la digitalització també ha facilitat que les organitzacions hagin mecanitzat al màxim els processos de recollida, tractament i difusió de les seves dades. L'exemple més clar són els centres de gestió de trànsit català, basc i espanyol en relació als continguts de mobilitat que serveixen als periodistes per confeccionar les cròniques sobre l'estat del trànsit. La tecnologia digital implantada fa que els passos anteriors siguin més fàcils gràcies a les prestacions dels programaris informàtics, bases de dades i instal·lacions de fibra òptica. De retruc, propicien una major confluència entre la feina dels treballadors d'aquestes instal·lacions i els gabinets de premsa respectius, normalment equipats amb les mateixes aplicacions. Com a conseqüència, apareixen noves vies per distribuir les dades com ara la pàgina web, el telèfon mòbil o la fibra òptica i els productes informatius es transformen. O, directament, n'apareixen de nous, no necessàriament pensats per als periodistes. És en aquest sentit que cal entendre l'aparició de les pàgines web d'informació viària, les convocatòries, notes i dossiers en línia, les cròniques digitals disponibles als llocs corporatius, les cròniques televisives elaborades amb imatges servides pels organismes o els incipients serveis d'informació a través de dispositius mòbils (missatges de text, fotografia) o de les xarxes socials (grups al Facebook, canals al Youtube, al Twitter, Flickr, etc.).

A partir del treball de camp, doncs, es pot concloure que la digitalització

- a. Mecanitza els processos de recollida, tractament i difusió de les dades
- b. Facilita la col·laboració entre el gabinet de premsa i altres departaments de l'organisme o amb altres oficines d'entitats externes
- c. Permet l'aparició de noves produccions informatives a disposició dels periodistes
- d. Obre la porta a nous canals de distribució dels continguts informatius que generen els organismes

El treball de camp demostra que cada gabinet tria la fórmula més idònia per optimitzar la seva producció informativa amb criteris que estarien marcats per

l'eficiència, és a dir, amb la voluntat de fer arribar al màxim volum de periodistes els continguts que genera i alhora rendibilitzar el temps de treball del seu personal. El mecanisme més usat, i també el més senzill, és el de la promoció creuada que, per a autors com Ketterer et al. (2004), és l'única fórmula de convergència que realment funciona. La seva preeminència s'explica per la generalització de les pàgines web. Actualment, resulta gairebé impensable que un organisme no tingui presència en la plataforma i, donat que l'objectiu dels organismes institucionals especialitzats en trànsit i seguretat viària és aconseguir una mobilitat més fluida i segura, tal com van indicar els seus responsables durant les entrevistes per a aquesta investigació, la decisió d'habilitar un espai virtual amb aquests continguts sembla adequada. La tendència és que els integrants dels gabinets les usin a l'hora d'informar els periodistes. Que finalment recomanin la consulta directa de les citades pàgines és l'opció més lògica. D'aquesta manera, s'estalvien un temps que es pot dedicar a resoldre altres qüestions, com ara, dubtes sobre les dades penjades al web, ampliació d'informació, aclariments, peticions d'entrevistes, estadístiques, etc.

És més estrany que els gabinets optin per mecanismes de producció que impliquin una col·laboració més estreta amb altres departaments o organismes, tot i que es poden donar. Aquest és el cas de les activitats que, ja des de bon principi, s'organitzen entre dos o més institucions i que, per tant, obliguen les oficines de premsa respectives a treballar de manera conjunta. Les experiències de l'SCT i el RACC descrites en l'epígraf 10.4.1. Producció integrada entrarien dins d'aquesta categoria identificable amb la *coopetició*. Les experiències de gabinets integrats, a la manera de les redaccions integrades, són excepcionals i només s'han documentat en aquells departaments que formen part d'organismes independents però aixoplugats sota el paraigües d'una institució més gran. En aquest sentit, es poden recordar les iniciatives que el Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació (DIRIP) de la Generalitat va du a terme amb ocasió de grans emergències com la vaga de transportistes de 2008, per exemple. Aquí, els gabinets dels organismes implicats en la gestió de la incidència van haver de treballar completament coordinats a l'hora de reunir, tractar i distribuir informació, amb alguns dels seus membres desplaçats a la seu d'Interior, és a dir, com un fossin una única oficina.

Com passa en les redaccions informatives, els principals problemes derivats d'aquestes situacions té a veure amb els ritmes de treball i cultures professionals dels mitjans implicats (Silcock i Keith, 2006; Singer, 2004; Killebrew, 2003). Portat al camp dels gabinets, això es tradueix en la necessitat d'harmonitzar les prioritats informatives de cadascuna de les oficines involucrades. Breument, el que pot ser important per als Mossos d'Esquadra, posem per cas, no és tan rellevant per a l'SCT o els Bombers. És encara més complicat quan la coordinació s'ha de fer amb organismes externs, amb objectius corporatius completament diferents. Aquí, la *coopetició* o la integració es pot veure limitada per les necessitats promocionals de cada institució. O el que és el mateix: davant d'una activitat determinada, al RACC li pot interessar remarcar un aspecte i al Servei un altre. Per això, és habitual que es pactin continguts però que cada entitat enviï el seu propi comunicat, personalitzat, a la seva base de dades de periodistes particular. A escala interna, també poden sorgir discrepàncies entre els criteris informatius dels membres del gabinet i els dels treballadors d'altres departaments, sense formació periodística. Per a un tècnic de trànsit o un informàtic, l'actualització de les dades d'un accident o d'una roda de premsa el dossier de la qual cal penjar en internet no serà tan imperiosa que per a un periodista. Per solucionar aquestes diferències, els organismes posen en marxa diverses estratègies. La més evident són les reunions periòdiques entre els membres de les àrees afectades, tot i que també és habitual designar algun integrant dels respectius gabinets perquè actuï a mode d'enllaç i decideixi com es facilitarà la cobertura als periodistes dels mitjans interessats. Són solucions equiparables a les taules multimèdia també presents en

grups de comunicació com l'ens públic de ràdio i televisió del País Basc, Euskal Irrati Telebista (EITB). O, fins a cert punt, als gestors de continguts detectats a Goiena (Larrañaga, 2008), ja que aquests responsables decidiran quines dades facilita cada gabinet, quins responsables de cada organisme atendran als mitjans, etc.

La presència generalitzada de la tecnologia digital i les noves fórmules d'organització interna dels organismes estudiats desemboquen en l'aparició de canals alternatius als tradicionals per distribuir els continguts entre els usuaris, periodistes inclosos. Així, apareixen internet (pàgines web, *e-mail*, xarxes socials), el telèfon mòbil (missatges de text, enviament de fotografies), la fibra òptica (per a les imatges, bàsicament) i els dispositius d'emmagatzematge extern (DVD, memòries USB). No obstant això, el telèfon i, en general, el contacte cara a cara, es manté com els mecanismes més valorats pels periodistes a l'hora d'obtenir les dades que necessiten. És més personal i creïble. Els membres dels gabinets opinen igual. Són conscients d'això últim i, fins i tot, ells mateixos reconeixen que sense ell difícilment podrien treballar. D'alguna manera, tant des de les oficines com des dels periodistes que les consulten hi ha el convenciment que les innovacions tecnològiques han facilitat que els continguts arribin per diverses vies al seu destí. És a dir, que si no hi ha la possibilitat de trucar, sempre estarà la pàgina web, per exemple, per obtenir la informació. A més, en el cas dels organismes emergeix clarament la qüestió de la marca, un aspecte que també s'aprecia en grups de comunicació que practiquen la convergència. Per a ells, les diverses plataformes a través de les quals distribueixen els seus continguts són els vehicles ideals per promocionar-se i, al mateix temps, marcar el seu espai respecte de les altres fonts d'informació. És en aquest sentit que cal entendre els comentaris de la DT i la DGT, efectuats durant l'observació, sobre la necessitat d'incloure el nom de l'organisme en les cròniques sobre l'estat del trànsit. No es tracta només d'una qüestió d'aclarir l'origen de les dades o la propietat de les mateixes, sinó més aviat de caràcter promocional i de posicionament. D'aquesta manera, la font d'informació aparenta ser més accessible per als periodistes que, al seu torn, disposen de diverses vies per estar en contacte amb ella. S'ocupa així un lloc distintiu en la seva ment dels informadors, però també en la de la resta del públic (Kotler, 2006) als qui es fa conèixer qui s'ocupa de gestionar el trànsit i de vetllar per la seguretat en les carreteres.

Tanmateix, l'àrea en què més clarament la cultura laboral de l'organisme influeix a l'hora de modelar el seu grau de convergència és la que té a veure amb la polivalència dels professionals que treballen en el seu gabinet de premsa. Com en el cas de les redaccions, el fenomen comporta la modificació de les tasques, rutines i funcions dels periodistes que hi treballen, ja sigui perquè canvien de tasca, n'assumeixen de noves o bé actualitzen amb noves competències les que habitualment efectuaven. Al treball de camp, es va determinar els quatre tipus de polivalència detectats (tecnològica, mediàtica, temàtica i funcional), que no són ni molt menys uniformes. És a dir, als gabinets convergents també existeix la figura del periodista polivalent, ara bé, ho serà en la mesura i de la manera que millor satisfaci les necessitats i objectius de la institució. Per això, la polivalència ha estat un tret força desigual en les oficines estudiades. El que sí s'ha detectat és que ve associada a alguna situació de carència que la converteix en l'opció més vàlida per organitzar la feina de l'oficina. Això es pot deure al fet que el tema de què informa l'organisme siguin força variats i s'hagi decidit que tot l'equip estigui en condicions de parlar-ne amb solvència, com passa a l'àrea de premsa de la conselleria d'Interior del País Basc, amb els agents repartits en quatre seus arreu el territori i treballant en rotació de torns. En aquestes circumstàncies, l'especialització és complicada des del punt de vista logístic: equivaldria a mantenir grups de treball segons els temes, seus i torns laborals. En altres ocasions, com a l'SCT, la polivalència serveix per fer front a un elevat volum de treball de diferent naturalesa (premsa, publicitat i relacions públiques) sense haver d'augmentar la plantilla. L'associació entre polivalència i reducció de personal, freqüent entre els

periodistes de les redaccions, sobrevola també les oficines de premsa. Tanmateix, altres organismes opten per una estricta separació de funcions i tasques, i així ho reflecteixen en el seu organigrama. Una de les raons que esgrimeixen en contra de la polivalència té a veure precisament amb el que s'acaba de comentar: l'excessiu volum de feina als quals es podrien veure abocats els treballadors. Però aquí també entren en joc altres consideracions com per exemple la tradició, l'estructura interna, les rutines de producció ja assentades, etc.

En qualsevol cas, el que sí que ha comportat la convergència en totes les oficines estudiades és l'actualització de les competències tecnològiques. La irrupció de nous programaris, bases de dades i serveis telemàtics ha fet que els periodistes que formen part dels gabinets s'hagin hagut de reciclar. Millor dit, han hagut d'aprendre a usar aquestes innovacions i a incorporar-les al seu àmbit laboral perquè al seu torn els periodistes amb què es relacionen ja les havien integrat amb naturalitat a les seves rutines. Resultaria impensable que un treballador d'un gabinet prescindís, per exemple, del correu electrònic quan es troba tan generalitzat entre els mitjans. I el mateix passa amb les pàgines web, els programaris per enviar imatges de les càmeres de trànsit a les emissores televisives, etc. En la mesura que els informadors reclamen els continguts que arriben per aquestes vies, els gabinets han d'explotar-les amb solvència. La gratificació que s'hi obté és mútua: els primers, en forma d'informació bolcada en una notícia, els segons en forma d'atribució. La formació que solen rebre per aprendre a manejar-se amb els nous estris tecnològics és bàsicament autodidacta: és el propi ús i l'experiència les que modelen l'aprenentatge. Amb tot, és relativament freqüent que l'organisme faciliti en algun curs o bé que algun tècnic d'informàtica ensinistri a part de la plantilla del gabinet que, després, ensenyarà la resta dels companys.

La possibilitat d'obtenir allò que necessiten per confeccionar les seves peces informatives està a la base de l'ús que puguin fer els periodistes dels gabinets digitals. En la mesura en què satisfan aquesta necessitat, el recurs a aquestes fórmules i la bona valoració que en facin els informadors augmentaran. Sabem per autors com Huang (1997), Hon i Gruning (1999) o Gruning i Huang (2000) que la satisfacció és una de les variables que modelen la relació entre els organismes, aquí els gabinets de premsa i comunicació, i els seus públics, en aquest cas, els periodistes amb els quals es relacionen. Altres condicionats que es poden destacar són la veritat, la reciprocitat en el contacte i el compromís. Si es trasllada a l'àmbit de les oficines virtuals, és necessari aturar-se en la manera en què el concepte d'interactivitat remodela aquest vincle relacional. Com s'ha explicat en l'apartat del treball de camp 13.4 Negociar la informació en l'entorn virtual, les opcions que s'ofereixen als periodistes són escasses: només pàgines web amb formularis predissenyats per l'organisme i el correu electrònic amb un baix índex de resposta. Tímidament, s'hi afegixen els missatges al mòbil i les xarxes socials, tot i que aquestes es van detectar un cop la investigació als gabinets havia conclòs. Sobre el paper, sembla que es donen prou elements per una relació profitosa i en igualtat de condicions. No obstant, de l'observació a les redaccions als mitjans i les declaracions dels periodistes entrevistats i enquestats per a aquesta investigació es dedueix el contrari pel següents motius:

- a. Falta de personalització: És la principal queixa dels informadors. La comunicació virtual no deixa espai per obtenir les dades que el periodista necessita en funció de les seves exigències. Òbviament, s'hi poden aproximar, però la gratificació es superior si s'opta pel contacte personal, ja sigui a través del telèfon o d'una trobada cara a cara. Aquí entren en joc altres aspectes, relacionats amb el to de la conversa, els matisos, etc. que porten el diàleg al terreny de la negociació. Una possibilitat que, ara per

ara, l'entorn virtual no facilita, ja que només dóna continguts estandarditzats.

- b. Escassa confiança: Tot i que els periodistes saben que sempre hi ha el recurs virtual, prefereixen els contactes més personals. En el primer, hi confien poc. Entre els motius que citen, la presumpta falta d'actualització de les dades, la demora de les respostes per correu electrònic, si n'hi ha. També, la tradicional desconfiança envers la informació que susciten els gabinets institucionals o corporatius, al servei de la institució o empresa que els acull.
- c. Organisme controlador: La sensació dels periodistes és que, al final, és l'organisme qui controla quan i com facilita la informació i que internet és només una excusa per denegar l'accés a aquelles dades que no interessa divulgar. Un exemple d'això són les cròniques digitals que va implementar el Servei en substitució de les antigues emissions en directe o en diferit: es penjaven a voluntat de l'organisme i no a requeriment de l'emissora. Com va explicar una de les professionals entrevistades, la tendència és la de dirigir la consulta cap a la pàgina web corporativa i eliminar la possibilitat de parlar i, per extensió, negociar amb l'organisme.
- d. Comunicació perversa: A la pràctica, doncs, la capacitat interactiva de la plataforma i, en general, de la tecnologia digital no anima aquest diàleg i ni tan sols crea les condicions perquè es produeixi. Si en els mitjans tradicionals, activa la participació del públic, amb més poder per participar de l'experiència informativa, als organismes és just al contrari. La finalitat no és relacional sinó controladora. Amb tot, hi ha estratègies per sortejar aquest control: consultar directament les càmeres sobre l'estat del trànsit o recórrer a noves veus informatives. Una bona manera d'accedir a aquestes últimes és a través de la web socials: els fòrums, blocs i altres espais de discussió són el contrapunt a la versió oficial i, moltes vegades, el mecanisme per anul·lar el silenci informatiu.

#### **14.1. Revisió crítica de les hipòtesis**

Un cop repassades les principals característiques de la convergència en els gabinets de premsa i comunicació especialitzats en trànsit i seguretat viària, aquest epígraf recupera els objectius i hipòtesis plantejats inicialment i els revisa a partir dels principals resultats obtinguts en el treball de camp:

*Objectiu 1: Detectar els nous mecanismes que implementen els gabinets de premsa i comunicació especialitzats en trànsit i seguretat viària (SCT, DT, DGT i RACC) per produir, tractar i distribuir els seus continguts informatius.*

*Hipòtesi 1: La convergència desencadena estratègies de coordinació i col·laboració interna que faciliten l'aparició de noves produccions informatives i nous canals de distribució que si bé augmenten l'eficiència dels gabinets no han aconseguit desplaçar altres mecanismes de comunicació més tradicionals, com el telèfon.*

El treball de camp confirma la posada en marxa de mecanismes que intenten aprofitar les sinergies entre els diversos departaments que conformen els organismes investigats per fer més eficient el processos de recopilació, tractament i distribució informatius. Els més comuns passen per la col·laboració entre els centres de gestió de trànsit, els departaments d'informàtica i les àrees de comunicació per produir continguts relatius a mobilitat, com ho demostren els exemples de l'SCT, la DT i la DGT. La conseqüència més notòria de la convergència d'aquestes unitats de treball són les pàgines web sobre l'estat del trànsit, un exemple d'una nova producció

informativa nascuda a l'emparedament d'aquest fenomen. Amb tot, també hi ha experiències on es busca la complicitat d'institucions externes, sobretot en activitats amb un objectiu comú, com ara l'SCT i el RACC. Les fórmules detectades són similars a les ja documentades als mitjans convergents: bàsicament, clonació de continguts i promoció creuada, i, en menor mesura, *coopetició* i gabinets integrants. És a dir, els periodistes de les oficines reproduïen els continguts que recullen els webs i els recomanen entre els informadors que cobreixen aquesta àrea informativa, que acaben per acostumar-se a consultar-los. I, si és necessari, col·laboren amb altres organismes a l'hora de promocionar les activitats conjuntes que duen a terme, sempre i quan no s'entri en competència directa ja que, com recorden Ericson, Baranek i Chan (1989), les institucions es posicionen públicament en referència als seus possibles competidors. Només en comptades ocasions renuncien a la seva autonomia i s'avenen a treballar en igualtat jeràrquica amb altres oficines de premsa: això només passa quan totes elles es posen a les ordres d'un tercer organisme que els aixopluga a tots, com ara la Conselleria d'Interior, Relacions Institucionals i Participació amb l'SCT, Bombers, i Mossos d'Esquadra.

Les noves modalitats de producció provoquen l'aparició de produccions informatives alternatives a les tradicionals que es distribueixen per canals innovadors que, almenys a la pràctica, complementen els tradicionals. Així, destaca l'aposta per l'ús de pàgines web i de correu electrònic com a mecanisme per difondre informació de manera periòdica i habitual, moltes vegades a través d'empreses alienes que es dediquen al disseny, gestió i manteniment d'aquests llocs. També hi ha el recurs de la fibra òptica per enviar imatges o d'emprar dispositius d'emmagatzematge extern com els DVD o les memòries USB. I, més recentment, les xarxes socials també ajuden al mateix menester. La presència de totes aquestes utilitats no és ni molt menys homogènia, però sí que la seva incorporació, que ha estat progressiva, ha vingut marcada per les necessitats que demostraven tenir els periodistes d'imatges, d'informació regular... Ara bé, no han aconseguit desbancar la principal fórmula per obtenir dades: la trucada telefònica que, juntament amb les visites personals, és la manera més fiable per aconseguir-les. I també la més ajustada a les seves demandes, com s'explicarà amb més detall quan es revisi la hipòtesi i objectiu número 3. A la llarga, la combinació de tots aquests mecanismes han donat com a resultat que un periodista pugui accedir als mateixos continguts a través de diversos canals que li proporcionen algun aspecte concret del que busca, per exemple: les dades bàsiques a través del web o d'un comunicat rebut per *e-mail*, els detalls a través d'una trucada telefònica, les imatges a través de la fibra òptica o un DVD, un arxiu de so obtingut a través del lloc de l'organisme... És el que hem batejat com a distribució *cross-media* a l'epígraf 12.2.2 Distribució multiplataforma que, en certa mesura, acostava la feina dels gabinets virtuals a la d'una agència de notícies multimèdia. Des del punt de vista dels interessos de la institució, aquesta filosofia té com a principal virtut el fet de reforçar-ne la marca i de posicionar-se com a referent informatiu enfront la resta d'organismes.

Amb tot, s'hi detecten tensions, moltes d'elles comunes a les ja observades a les redaccions convergents, on conviuen periodistes de mitjans diferents. Així, si es coordina la feina de departaments amb objectius, rutines i ritmes de treball diferents, és probable que apareguin dificultats a l'hora d'harmonitzar-los. Ja s'ha explicat que una dada pot semblar actual als ulls d'un operador del centre de control o d'un informàtic però desfasada per a un periodista d'algun dels gabinets observats que, d'altra banda, pot discrepar del que un policia interpreta com a pertinent. Fins i tot les noves produccions informatives se'n poden ressentir. Si en el seu disseny i gestió no s'ha tingut en compte l'opinió dels periodistes dels gabinets, que són els que millor entenen les necessitats dels seus homòlegs a les redaccions, molt probablement no seran útils des del punt de vista informatiu.

*Objectiu 2: Descriure les mutacions que ha experimentat en el seu perfil professional el periodista que treballa en els gabinets de premsa i comunicació com a conseqüència de la convergència comunicativa.*

*Hipòtesi 2: Les noves eines i produccions en línia propiciades per la convergència als gabinets de premsa especialitzats en trànsit fan que els periodistes d'aquestes oficines disposin de més temps per emprendre altres tasques, no necessàriament relacionades amb el contacte directe amb el mitjans de comunicació.*

La recerca permet assegurar que el perfil professional dels periodistes que treballen a les oficines de premsa i comunicació ha canviat com a conseqüència dels processos de convergència desencadenats en aquests departaments. L'explicació és senzilla. La digitalització i les estratègies de col·laboració internes i externes permeten mecanitzar les tasques més rutinàries (com la recollida de dades) i agilitar les més feixugues (com la distribució de la informació), a les quals doten d'un cert valor afegit (com la possibilitat de consultar els continguts en diferents formats). Aquest fet té diverses conseqüències. La primera és que obliga als professionals hi treballen a acostumar-se a les noves utilitats tècniques que els permeten manipular i difondre continguts textuals i audiovisuals; per tant, han d'actualitzar les seves competències al mateix ritme que apareixen els nous programaris. Així va passar al Servei o a la DGT quan es van començar a elaborar les cròniques digitals o quan es va instal·lar el *software* que simplificava l'enviament d'imatges a les televisions per fibra òptica. Paral·lelament, s'acostumen a produir continguts per a les diferents plataformes amb què treballen: web, correu electrònic, el telèfon, fibra òptica... el que, d'alguna manera, els hauria d'animar a produir material en diversos suports, del textual a l'audiovisual. La segona, més significativa encara, és que l'automatització abans descrita permet que els integrants de les oficines de premsa i comunicació guanyin temps. Són els minuts que, per exemple, s'estalvien enviant un correu electrònic massiu en lloc d'un fax. O dirigint al periodista que pregunta sobre un accident o busca una estadística a la pàgina web o també enviant per fibra òptica una imatge a una emissora televisiva en comptes d'enregistrar-la en un DVD que s'envia posteriorment. El cas és que aquests minuts es poden aprofitar per assumir noves tasques. Així, tenim l'experiència de l'SCT, les integrants del qual informen sobre trànsit, gestionen campanyes publicitàries, organitzen congressos... Però també la de l'oficina de premsa de la conselleria d'interior, al País Basc, que s'ocupa de la mobilitat però també d'altres assumptes, com els accidents, el terrorisme, les eleccions, etc. En qualsevol cas, la conclusió és la mateixa: els seus treballadors esdevenen més polivalents.

Tanmateix, no es tracta d'un tret homogeni. En altres paraules, els periodistes dels gabinets seran tan polivalent com ho vulguin les seves institucions i en la manera en què aquestes últimes ho necessitin. És per aquest motiu que es donen mostres de polivalència tecnològica, mediàtica, temàtica o funcional descrites en l'epígraf 12.2.3 Polivalència periodística, al treball de camp. Fins i tot, conviuen dins d'una mateixa oficina. El que sí sembla clar és que, sigui quina sigui l'opció triada, no només permet estalviar temps sinó també personal. En els departaments més clarament polivalents, com el català i el basc, aquest tret permet que un mateix treballador desenvolupi perfils diferents; per tant, amb la mateixa plantilla s'aborden més àmbits d'actuació. L'exemple més significatiu és el del gabinet de l'SCT. Les cròniques digitals van entrar en funcionament perquè amb l'anterior sistema no es cobrien totes les necessitats de l'oficina, ni d'informació ni de publicitat i relacions públiques. En el cas basc, es pot intuir una situació similar: amb quatre seus diferents i la varietat de temes que aborden, l'especialització sembla complicada. Ara, si tothom informa de tot a tot arreu, el panorama millora. Fins a cert punt, doncs, la polivalència descansa sobre la base de la carència. Les explicacions que ofereixen els departaments menys polivalents



vindrien a donar-nos la raó sobre aquest punt. Al gabinet de la DGT, on hi ha un gran delimitació de tasques i funcions, reconeixen que el fet que el servei de ràdio assumeixi les cròniques i informació viària els treu molta feina que, en cas contrari, haurien d'assumir. Mentre, al RACC, amb un plantejament similar, alerten sobre l'excés de feina que hauria de suportar un treballador que s'hagi d'ocupar de diversos assumptes a la vegada.

Hi ha un altre problema vinculat a la polivalència lligat a l'anterior. I és que, en ocasions, el periodista que, inicialment, cobria només aquelles tasques relacionades amb l'atenció als mitjans de comunicació ara es veu obligat a compaginar-les amb altres funcions desvinculades d'aquesta feina. Això pot passar, per exemple, si es troba en una reunió on es prepara un congrés, supervisant un grup de discussió per decidir quina és la campanya de publicitat més adient, etc. Moltes vegades, aquestes activitats obliga al professional a desplaçar-se fora del seu despatx i lluny, per tant, de les eines que usa per informar sobre mobilitat. Si rep una trucada d'un informador de trànsit, no podrà contestar o si ho fa, no li podrà informar: com a molt, li podrà redirigir al lloc de l'organisme. Una situació que, per exemple, els professionals de Televisió de Catalunya que cobreixen el trànsit han viscut i que concreten en una queixa força clara: a vegades, el gabinet, no respon. I, com es veurà amb la següent hipòtesi, el web no sempre és suficient.

*Objectiu 3: Determinar de quina manera s'estimula la interactivitat amb els periodistes especialitzats en trànsit a partir dels casos de l'SCT, la DGT, la DT i el RACC.*

*Hipòtesi 3: La convergència permet als gabinets de premsa i comunicació especialitzats en trànsit i seguretat viària distribuir massivament continguts relatius a la circulació, però sense oferir al periodista gaires possibilitats de comunicació en línia. Per això, quan necessiten verificar una dada canvien la seva font virtual per una altra que no sigui en línia.*

El canvi de paradigma que va suposar canviar d'una comunicació unidireccional, on el flux circula d'un emissor a un receptor, a una altra on el receptor té el poder de produir i difondre continguts, opinar i reclamar allò que li interessa consumir va cristal·litzar en la noció d'audiències actives. Tanmateix, aquesta idea no es pot aplicar tal qual a la relació que s'estableix entre gabinets i periodistes, ja que, com s'ha explicat al treball de camp, els informadors són o haurien de ser actius per la pròpia naturalesa del seu ofici. Arribats a aquest punt, el que els satisfà com a professionals és trobar que la seva font virtual li ofereix almenys les mateixes possibilitats de comunicació que la tradicional. Però això no sempre passa. Durant el treball de camp a les redaccions de la CCMA, les queixes eren recurrents: amb el que hi ha a la pàgina de consulta no n'hi ha prou, les dades no semblen actuals, el web és només una excusa per no facilitar més informació i els correus o no es contesten o es fa massa tard. Sembla doncs que una plataforma i, en general, una tecnologia que, com la digital, és interactiva per definició, a la pràctica no ho és tant. Almenys, si s'aplica a l'àmbit de les fonts d'informació, més concretament, al dels gabinets de premsa i comunicació.

La percepció dels periodistes apunta a una realitat concreta: les institucions formalment faciliten el diàleg virtual, però al mateix temps el condicionen i delimiten. És per aquest motiu que el major grau d'interacció que ofereixen, el que hi ha a l'hora de seleccionar la informació, sigui a través de formularis tancats: el periodista pot buscar lliurement tot i que només entre les opcions que li deixa la font. Un exemple força representatiu són les pàgines sobre l'estat del trànsit: totes permeten un cert grau de manipulació (s'hi pot buscar informació en funció de diversos camps) controlada per

l'organisme (aquests camps i les opcions de búsqueda estan predefinides). El resultat són produccions homogènies, fredes i poc personalitzades. Quan es tracta de què l'informador tingui la possibilitat de recrear una conversa similar a la que pot tenir a través d'una trucada telefònica o una visita presencial, l'única via existent és el correu electrònic, el control del qual recau en última instància en el gabinet, que pot decidir no contestar o fer-ho amb retard. Al treball de camp s'ha vist com només una de les quatre oficines estudiades, la basca, va fer explícit el seu compromís d'una resposta ràpida (una setmana com a molt). El problema es desencadena quan necessita negociar amb l'oficina algun contingut, ja sigui perquè la producció informativa que se li ofereix no s'ajusta a les seves demandes o bé perquè desconfia d'aquests continguts, cosa que, segons els comentaris dels periodistes entrevistats i que van participar en l'observació és relativament freqüent. A la pràctica, aquests professionals es queden sense opcions virtuals; per tant, recorren als mecanismes més tradicionals de contacte, els mencionats anteriorment. És a dir, el telèfon i, si pot, la visita personal o, en última instància, prova de veure què ha passat amb els seus propis ulls, que és el que se sol fer amb els accidents de trànsit, per exemple. És a dir que, de moment, la tecnologia digital no ha aconseguit substituir altres fórmules dialògiques.

Els motius que explicarien això es troben en la base sobre la qual descansen els mecanismes de producció i distribució multiplataforma explicats en la primera hipòtesi. S'ha destacat com permeten que el gabinet guanyi en eficiència, sobretot des del punt de vista de la gestió de la seva plantilla. La polivalència detectada en les oficines de l'SCT i al País Basc aniria en aquest sentit. Però també des de l'òptica del que molts periodistes de mitjans interpreten com una difusió massiva i indiscriminada de continguts que, a més, arriben homogenis i sense personalitzar. El que Cottle (2003) identificava com a activitat promocional de les fonts i Gandy (1992) com a subsidis informatius s'alia amb la tecnologia digital per aconseguir una major presència pública de l'organisme a través dels diversos canals que ara té a la seva disposició. Totes les oficines estudiades tenen com a mínim un web corporatiu, altres implementen fórmules per distribuir imatges amb comoditat en directe (SCT i DGT) o en diferit, s'experimenta tímidament amb el mòbil (SCT) o les xarxes socials (RACC). Com ja s'ha dit, per a la institució és una manera de reforçar la seva marca, sense invertir en publicitat, i de posicionar-se com a referent informatiu respecte d'altres entitats. Es recordarà al respecte que la DT basca i la DGT subratllaven la conveniència de què les cròniques sobre trànsit (en el primer cas emeses des del centre del control i en el segon elaborades per un equip depenent de l'organisme) incloguessin el nom de l'entitat. Si el que es busca és una cobertura favorable als interessos de la font, no és suficient amb penjar en una pàgina web l'última nota de premsa. Això només garanteix que els mitjans accedeixin a la informació, però res més. El que es pretén és que les notícies que elaborin els periodistes reflecteixin les postures, punts de vista, consells o recomanacions de l'organització, perquè després les traslladin a la resta de la societat, que actuarà en un sentit o un altre. I l'estratègia per la que semblen optar passa per controlar aquests continguts i fer que els informadors només puguin publicar exactament allò que l'organisme vol. És possible si es repeteix el mateix missatge a través de diversos canals als quals s'adrecen constantment als professionals que vulguin informació addicional. Així ho expressen els periodistes catalans especialitzats en trànsit quan es queixen que el telèfon del gabinet comunica, que el web és insuficient o està desfasat, que els correus no arriben a temps... Alguns ho afirmen clarament: tot això serveix per eliminar al màxim les preguntes i deixar-los desassistits. No és nou. Aquesta tàctica reproduceix en l'entorn digital el patró que hi havia abans de la incorporació de la tecnologia digital en la relació entre fonts i periodistes. Una situació que, com ja s'ha explicat, perverteix la seva capacitat interactiva. Tanmateix, com s'explicarà amb la següent hipòtesi, hi ha marge per actuar.

*Objectiu 4: Determinar si el procés de digitalització informativa contribueix a remodelar la xarxa de fonts especialitzades en trànsit i seguretat viària.*

*Hipòtesi 4: Tot i que el web, el correu electrònic i, en general, els mitjans socials són eines que ajuden a buscar nous contactes o a localitzar-ne d'altres de difícil accés, no han permès ampliar les fonts que habitualment usen els periodistes especialitzats en informació de trànsit i informació viària. Les oficials segueixen sent més creïbles, accessibles i productives.*

El treball de camp demostra que les fonts oficials segueixen sent més creïbles, accessibles i productives en l'entorn digital per als periodistes que les consulten quan es tracta de busca informació rutinària. O el que és el mateix, saben que tard o d'hora la informació sobre la propera roda de premsa, el dossier que s'hi reparteix, l'última memòria o nota de premsa apareixeran al web, arribarà per correu electrònic o bé a través d'un missatge al mòbil. Fins i tot a l'hora de seguir les últimes incidències de trànsit recorren a la plataforma. En última instància, es tracta d'una font oficial, per tant, legitimada socialment i, en el cas de l'Administració, interessada a difondre aquests continguts en tant que d'interès públic. La capacitat d'actualització, malgrat les reserves que pugui suscitar entre els periodistes, ja explicades, de distribució ràpida i d'emmagatzematge fan de la plataforma una eina única per seguir còmodament el dia a dia de l'organisme en qüestió. I, si passa res d'excepcional, recorren majoritàriament al telèfon per aclarir, matisar o ampliar la qüestió. Contacten amb el gabinet que els interessa i formulen la seva petició que pot ser resposta per aquesta mateixa via o bé per *e-mail*. Aquesta és la tònica observada entre els periodistes que s'encarreguen de les cròniques sobre l'estat del trànsit.

Amb els professionals que aborden aquesta especialitat però des de l'àrea de Societat el procediment varia una mica, ja que sí que estan més predisposats a ampliar la seva xarxa de contactes a través de blocs, fòrums de discussió i xarxes socials. Ho estan perquè tenen temps de fer-ho i hi obtenen resultats efectius. En altres paraules, és així com localitzen testimonis, experts i fins i tot temes nous sobre els quals informar, alguns d'ells, fora dels límits que marquen les fonts institucionals i fins i tot obertament contraris a aquestes últimes. És una estratègia que funciona especialment quan el ritme de producció de, per exemple, un reportatge s'escapa del dia a dia i inclou una feina més elaborada, exhaustiva i calmada d'investigació, recopilació de dades, etc. Aquí el periodista té més espai per buscar aquella dada o declaració que posi en evidència la postura oficial. De fet, és una de les poques vies que tenen els professionals per trencar la dinàmica d'organisme controlador descrita en l'epígraf 14. La convergència comunicativa en els gabinets de premsa i comunicació. Tanmateix, depenen de la predisposició que tinguin aquestes veus alternatives envers les noves tecnologies. No totes tenen per què mantenir regularment la seva presència a la xarxa o contestar els requeriments informatius dels periodistes.

Un cop localitzades, hi ha diverses possibilitats, complementàries entre elles. Una d'elles és que el periodista entre en el fòrum o el espai de discussió que ofereix el bloc o xarxa social triada, s'identifiqui com a tal i demani informació o el concurs d'algun testimoni. Una segona és que localitzi l'expert en qüestió i contacti amb ell a través del correu o, el mecanisme més emprat, el telèfon. Mentre, la tercera consisteix a recopilar aquella informació considerada més interessant procedent del canal alternatiu i contactar amb la font institucional per negociar, si aquesta última vol. Només d'aquesta manera es trenca la postura d'hipotètica superioritat que pugui tenir. No obstant, no estem al davant d'estratègies innovadores sinó que reproduïen fórmules ja emprades en entorns de treball menys tecnificats i més tradicionals.

## 14.2. Propostes

Els anteriors apartats han recopilat les principals aportacions que efectua aquesta recerca en relació a la convergència en els gabinets de premsa i comunicació institucionals, sistematitzades en les conclusions. De la seva lectura, es dedueixen un conjunt de carències que llasten el correcte funcionament d'aquestes oficines per a les quals es proposen els següents suggeriments que s'espera que siguin útils en el desenvolupament de les seves funcions. Donada la dimensió pragmàtica d'aquesta recerca, articulada en funció de l'experiència de quatre organismes determinats, resultaria poc justificable des del punt de vista ètic no procedir d'aquesta manera. Les recomanacions que es proposen van en els següents sentits:

- a. Acostar la feina dels gabinets en línia a la d'una agència multimèdia: La convergència facilita que els periodistes que treballen en les oficines de premsa i comunicació estiguin en condicions de produir i distribuir material textual i audiovisual, d'actualitzar-lo amb la freqüència que els informadors requereixen i de distribuir-lo de manera ràpida i personalitzada en funció de les característiques d'aquests últims. Tot depèn de la mentalització dels professionals que hi treballen: no serveix de res tenir aquesta possibilitat si no s'explota. Per això, es recomana que acostin la seva feina a la que pugui fer una agència multimèdia per aprofundir en les possibilitats que els brinden les noves tecnologies. Si les agències de notícies són les fonts dels mitjans, els gabinets no deixen de ser els subministradors dels informadors. Per tant, la filosofia de treball és, en essència, la mateixa.
- b. Adaptació real a les necessitats dels periodistes: Bona part de les noves produccions informatives nascudes com a conseqüència de la convergència en empreses i institucions així com la majoria de canals de distribució que s'usen per difondre-les s'orienta al públic en general i no als periodistes. Si després els serveixen, és un valor afegit que, normalment, ha arribat de retruc. Per això, es recomana incorporar les opinions dels membres dels gabinets en el seu disseny i gestió perquè tinguin en compte les necessitats efectives dels informadors. A la llarga, l'ideal seria crear dels productes, serveis i plataformes multimèdia destinats específicament a aquest col·lectiu.
- c. Aprofundir en les estratègies de col·laboració internes i externes: El que s'acaba d'explicar serà possible només si s'accentuen les estratègies de col·laboració entre els departaments interns de l'organisme i, sempre que sigui possible, amb els externs d'altres institucions. El principal benefici que en poden extreure és que guanyaran en eficiència, ja que optimitzaran els processos més rutinaris i mecànics com són els de recopilació, tractament i distribució de les dades al mateix temps que guanyen en major presència pública. En aquest procés, cal tenir en consideració aspectes que tenen a veure amb la correcta harmonització de ritmes, sistemes, objectius i maneres de treballar.
- d. Canvi de mentalitat per aconseguir un diàleg virtual efectiu: Una de les conseqüències més negatives de la convergència en l'àmbit de la comunicació empresarial és la perversió de la capacitat interactiva de la tecnologia digital de manera que les possibilitats d'un diàleg virtual efectiu queden significativament escapçades sinó anul·lades. La falta d'adaptació a les necessitats reals dels periodistes provoca una certa desconfiança envers les capacitats dels gabinets digitals que es perceben com els últims instruments d'empreses i institucions per controlar la informació. Una estratègia que passa per incentivar els mecanismes de comunicació en línia amb els periodistes per la mateixa manera que es mantenen oberts els

canals tradicionals: per evitar que busquin la informació que els interessa a través de veus alternatives i contràries als interessos de l'organisme.

- e. Més formació per una polivalència efectiva: Una segona conseqüència de la convergència en els gabinets de premsa i comunicació té a veure amb la polivalència professional, on s'arriba moltes vegades gràcies a l'estalvi de temps que provoca la mecanització dels processos de producció i distribució informatius. Aquesta nova realitat desencadena una sèrie de canvis en el perfil dels professionals que hi treballen, ja que, en teoria, poden assumir tasques i funcions noves i diferents a les previstes o inicialment assumides. I això, a vegades, implica reciclar-se i/o formar-se adequadament per afrontar-ho amb garanties. Sempre i quan no s'usi com a excusa per justificar la sobrecàrrega de feina del treballador.

### **14.3. Línies complementàries de recerca**

Com s'ha dit a la secció destinada als objectius, hipòtesis i metodologia de la recerca, aquesta tesi doctoral s'emmarca dins del conjunt d'investigacions que aprofundeixen en la relació entre tecnologia digital i periodisme a partir del fenomen de la convergència comunicativa aplicat als gabinets de premsa i comunicació especialitzats en trànsit i seguretat viària. Es destina l'últim epígraf a enumerar quatre possibles línies d'investigació complementàries a la principal:

- a. Convergència en gabinets corporatius i no institucionals: Aquesta investigació contempla la convergència en els departaments de premsa vinculats a institucions oficials, però no examina el procés en les àrees de comunicació de les empreses privades (amb excepció del RACC). Unes entitats amb estructures i objectius radicalment diferents que poden desembocar en una experiència convergent alternativa. Es proposa, doncs, analitzar el fenomen en aquestes oficines i establir-ne les similituds i diferències, si és que n'hi ha des dels mateixos eixos que han guiat aquestes pàgines: producció integrada, distribució multiplataforma, polivalència periodística i interacció.
- b. La interacció digital i la noció de diàleg i relació en les relacions públiques: Un dels aspectes teòrics que estudia aquesta disciplina té a veure amb la noció de diàleg i relació, com a base que la fonamenta. Els estudis sobre l'aportació de la tecnologia digital en aquest àmbit no solen contemplar els vincles que s'estableixen entre organismes i periodistes. Resulta estrany que incloguin consideracions sobre el control de la informació o la negociació entre les dues parts, una visió que és més pròpia del periodisme, però que podria enriquir tant des del punt de vista pragmàtic com teòric la primera de les disciplines esmentades. Un bon punt de partida hauria de contemplar nocions com la confiança, la personalització, la reciprocitat en el contacte o el compromís d'una comunicació més dialogada i, per tant, més ètica.
- c. El periodisme especialitzat en servei en l'entorn digital: Per la seva capacitat hipertextual, multimèdia i interactiva i, també, per l'elevat volum d'informació que suporta i distribueix en poc temps, la tecnologia digital es converteix en l'aliada perfecta per a la informació de servei. La noció d'utilitat informativa pot arribar a la seva màxima expressió en l'entorn digital, aspectes encara poc estudiats en l'àmbit del periodisme especialitzat. Es proposa, doncs, rastrejar les noves maneres de seleccionar, rebre i consultar aquests continguts a través de canals de difusió alternatius als originals (televisió digital terrestre, dispositius

mòbils...) el que, ahora, serviria per actualitzar la base teòrica, fonts i temes vinculats a aquesta especialització.

- d. L'adaptació curricular per contemplar els gabinets en línia: Les universitats ja contempen els canvis que la tecnologia digital ha desencadenat en l'exercici del periodisme a través de propostes vinculades al cibepiodisme, periodisme en línia o convergència comunicativa. Una visió que caldria completar amb la descripció de les mutacions que aquesta mateixa realitat desencadena en els gabinets de premsa i comunicació, que, per a molts estudiants, seran la principal sortida que es trobaran en acabar els seus estudis en comunicació. D'aquesta manera, es formarien professionals més qualificats i preparats per a inserir-se en el mercat laboral.