

III Congreso de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación AE-IC, “Comunicación y Riesgo”, Tarragona, 18-20 enero de 2012

LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA EN EUSKAL IRRATI-TELEBISTA (EITB). ENTRE LA DIGITALIZACIÓN Y LA INTEGRACIÓN DE REDACCIONES Y CONTENIDOS

Jose Larrañaga, jose.larranaga@ehu.es, Pedro Manuel Martínez Monje, pedromanuel.martinez@ehu.es, Koldo Meso, koldo.meso@ehu.es, Ainara Larrondo, ainara.larrondo@ehu.es, Irati Agirreazkuenaga, irati.agirreazkuenaga@ehu.es
(UPV/EHU)

La comunicación que se presenta al III Congreso de la AE-IC analiza el nivel de convergencia de los medios que integran el Grupo de la Radiotelevisión pública de la Comunidad Autónoma del País Vasco, Euskal Irrati-Telebista (EITB). En la línea de otros estudios de similares características, el trabajo emplea una metodología mixta que incorpora procedimientos cuantitativos (encuesta) y cualitativos (etnografía, focus group y entrevistas semi-estructuradas). Los resultados permiten argumentar que EITB avanza lentamente en la convergencia, a partir de estrategias típicas de las fases iniciales de este proceso, como la agrupación de redacciones en un mismo espacio físico, la promoción cross-media, el aprovechamiento de sinergias de distribución multiplataforma o la coordinación editorial básica, lo que sitúa a este grupo a medio camino entre la digitalización y la convergencia.

La digitalización y el desarrollo de las divisiones web de los medios de comunicación han situado a los grupos mediáticos en un momento decisivo, necesitado de estrategias adaptativas que pasan necesariamente por la convergencia multimedia. Este término clave para entender la comunicación en nuestros días alude a un proceso gradual –the *convergence continuum* (Dailey *et al.*, 2004)– que tiene como meta la integración de redacciones y que se deja sentir en diversos ámbitos interrelacionados –tecnologías, redacciones, profesionales y contenidos– (López & Pereira, 2010). En Europa, corporaciones audiovisuales públicas como la BBC (Gran Bretaña), SVT (Suecia), NRK (Noruega), DR (Dinamarca) o YLE (Finlandia) han ofrecido algunos de los casos de convergencia más relevantes hasta la fecha. En España, esta adaptación es todavía moderada y son los medios públicos autonómicos los que evidencian una particular predisposición al cambio.

Palabras clave: Convergencia mediática, EITB, Medios Públicos Audiovisuales, Radio, Televisión, Internet

0. INTRODUCCIÓN

Este artículo es fruto de la investigación realizada durante los años 2009 y 2010 en torno al nivel de convergencia de los medios de EITB, televisión, radio e Internet. Trata de dibujar de forma sincrónica y reflejar la instantánea sobre cuál es la situación de confluencia entre los medios del Grupo público vasco de comunicación.¹

Se considera el año 2007 clave para entender el proceso de integración del Grupo de Comunicación público Eitb. En otoño de ese año, estrenó nueva sede en Bilbao, a donde se trasladaron ETB, Radio Euskadi y EITBNET, formando un espacio compartido común (Pavlik, 2000; Stone y Bierhoff, 2002; Singer, 2004; Klinenberg, 2005; Deuze, 2007; Avilés y Carvajal, 2008). Comenzaba así un proceso de integración organizacional, profesional y de contenidos de los canales de televisión, las emisoras de radio y del portal de Internet del Grupo y que algunos autores lo asimilan con el término de convergencia. Por su naturaleza, la convergencia oscila en base a una dicotomía. Por un lado está en juego un modelo de negocio empresarial de ahorro de costes con la máxima producción que las nuevas tecnologías permiten. Pero, por el contrario, esta visión puede acarrear la aparición del profesional multitarea con más trabajo y repercutir en la baja calidad de la información tratada (Quinn, 2005; Larrañaga, 2008).

En cualquier caso, la convergencia debe entenderse como un proceso multidimensional que incide tanto en las redacciones, como en las empresas de comunicación, la tecnología, los profesionales y los contenidos. Y se concreta en cuatro dimensiones distintas: producción integrada, profesionales polivalentes, distribución multiplataforma y audiencias activas (Salaverría, García, Masip, 2010: 43).

Fue una conjunción de herramientas utilizadas, lo que nos permitió sacar una fotografía de ese nivel de convergencia alcanzado en EITB (Martínez Monje P.M., 2011). Una observación etnográfica de campo para la comprobación del proceso de las rutinas de producción, en primer lugar. La segunda herramienta utilizada fue la de las entrevistas en profundidad, a la dirección y a los redactores y responsables de informativos y a los sindicatos. Un tercer canal de información importante constituyó la discusión en grupo entre varios redactores de los tres medios que configuran EITB, para completar el cuarto bloque con la Encuesta, cuyos resultados van a ser analizados de forma preferente en este trabajo que se presenta al III Congreso de AE-IC.

Se ha querido conocer la opinión de los 110 redactores (un 40% sobre el hipotético universo de 265 del que consta el conjunto de informativos de radio y televisión en EITB), (Zupiría., 2004)²

¹ Los autores parten de una experiencia de investigaciones anteriores en el ámbito vasco de los diarios digitales participando en proyectos bianuales de la UPV/EHU desde 2004. Además, se añade otra experiencia que el grupo ha desarrollado a través de un proyecto I+D del Ministerio de Educación durante los años 2006 y 2009, "Convergencia digital en los medios de Comunicación" (SEJ2006-14828-C06), compartido con grupos de investigadores de otras universidades del Estado y cuyos resultados han sido ya publicados: "Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España". Actualmente trabajan en un nuevo proyecto de I+D del Ministerio de Educación para los años 2010 y 2013. Los resultados del proyecto de investigación EHU08/57 sobre la Convergencia mediática en EITB, han sido publicados en: Larrañaga Z, Jotxo (edit.) (2011) *EITB aro digitalean. Kudeaketa estrategikoa konbergentziara bidean*. Bilbo, UEU (Udako Euskal Unibertsitatea). Con prólogo del profesor Carmelo Garitaonandia.

² Para la construcción del campo de muestreo en el colectivo de redactores de EITB, se han utilizado diversas fuentes de información, tanto orales (entrevistas) como escritas (artículos y, en general, material publicado por el Grupo). El interés principal se centraba en el colectivo de periodistas de las redacciones de los informativos. La falta de concreción y homogeneidad de los datos aportados, así como la escasez de los mismos han sido la característica principal de la recogida de información del universo de los redactores de los cuatro medios de EITB y refleja la complejidad en la que se inserta el propio proceso de convergencia del Grupo público vasco. La fuente utilizada hace referencia a los datos ofrecidos en 2004 por el entonces director de Euskal Telebista, ETB y a juzgar

sobre el medio más importante en el Grupo, la valoración de la información dada por la dirección sobre la convergencia, si se consideran periodistas de su medio o ya se definen de carácter multimedia, si hay mucha o poca coordinación entre los medios, si los redactores utilizan las posibilidades que les ofrecen las estructuras tecnológicas digitales en marcha con la nueva macro-redacción de EITB en Bilbao a partir de 2007 y la propia valoración del traslado de sedes y sus consecuencias a partir de esa fecha. Para ello trataremos de analizar la información contenida en la encuesta a los redactores de EITB con la intención de superar el nivel descriptivo de análisis y poder establecer en una perspectiva interpretativa los aspectos de gestión, contenidos e interactividad que afectan a la convergencia. De este modo, se han analizado tres cuestiones relevantes: la organización, la valoración de los redactores sobre el proceso de convergencia abordado por la dirección y, en tercer lugar, el uso que los redactores de un medio y de otro hacen de ese nivel de convergencia en su rutina diaria de producción informativa.

Tabla 1. Unidades de análisis y técnicas de observación aplicadas al estudio de caso de EITB

Aspecto observado de la convergencia	Unidades objeto de análisis	Técnica aplicada
Visión y posicionamiento de la gerencia	Gerentes y responsables de informativos	Entrevista en profundidad semiestructurada
	Actas del Consejo de Administración y Planes Estratégicos, Memorias Anuales, Contratos-Programa, Memoranda	Content Analysis
Implicación sobre el quehacer cotidiano en la redacción	Redactores/as y editores/as	Observación participante
Visión y opinión de los/las redactores/as	Redactores/as	Encuesta

Fuente: Larrañaga y Martínez Monje, 2010

1. DE *EUSKADI IRRATIA* (1982) A LA IMAGEN CORPORATIVA DE *EITB* (2007)

El 18 de diciembre de 1979 una Ley Orgánica estableció el Estatuto de Autonomía para la Comunidad Autónoma del País Vasco. El texto recogía, entre otros, el derecho de la Comunidad en poder “regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa, y, en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines” (artículo 19.3). Asimismo, una vez formado el Parlamento Vasco después de las elecciones de marzo de 1980, el entonces Consejero de Cultura Ramón Labayen (PNV) determinó que su prioridad más inmediata sería la difusión e expansión del euskera. De esta manera, después de las debidas conversaciones entre los gobiernos vasco y español y las discusiones internas del Parlamento Vasco, el 20 de mayo de 1982 se aprobó la ley para creación del Ente Público vasco “Radio Televisión Vasca EITB”.

por los responsables de EITB la plantilla no ha sufrido apenas variaciones apreciables, y damos, por tanto, por válida la información que se sustenta en esa referencia.

Tanto en el Estado español como en Europa, el País Vasco fue la primera nación sin Estado que configuró sus propios medios de comunicación públicos. El primer organigrama de EITB se diferenciaba en dos secciones: Las actividades del Ente Público y las que concierne a cada sociedad participante (Dirección Administración-Financiera, Dirección Comercial, Dirección Técnica y Secretaría General).

El primer medio a cargo del Ente fue Radio Vitoria. Creada en 1934 durante la II República, pasó a ser propiedad del Gobierno Vasco en 1981 después de que éste se la comprara a Caja Vital Kutxa. De todas maneras, el primer medio de comunicación creado al amparo de la ley de creación del Ente Público fue Euskadi Irratia (1982). El primer canal de la Televisión Vasca, ETB1, comenzó sus emisiones la madrugada del 1 de enero de 1983, solamente en lengua vasca. En marzo del mismo año se instauró la radio generalista en español, y después de más de dos años de discusiones, en mayo de 1986 se dio a conocer el segundo canal de televisión, ETB2, que sería íntegramente en castellano. A partir del año 90 irían surgiendo nuevos medios de ámbito musical (Euskadi Gaztea -1990-, EITB Irratia -2001-) y cultural (ETB3 -2008-).

Tabla 2: Creación y carácter de las sociedades anónimas del grupo EITB

Sociedades jurídicas	Año creación	Ley Creación	Primera sede	Sede actual
EiTB Ente Público	1982	Ley 5/1982	Iurreta	Bilbao (desde 2007)
Eusko Irratia, S.A.	1982	Decreto 158/1982	Miramón/ Donostia (EI) Bilbao (RE)	Miramón/Donostia (EI) Bilbao (RE) (desde 2007)
Radio Vitoria, S.A.	1934	Decreto 148/1981	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz
Euskal Telebista, S.A.	1982	Decreto 157/1982	Iurreta Miramón/Donostia	Bilbao (informativos) (desde 2007) Miramón (Programas)
EiTBnet, S.A.	2003	Decreto 100/2003	Zamudio	Bilbao (desde 2007)

Fuente: Elaboración propia. (EI) Euskadi Irratia, (RE) Radio Euskadi

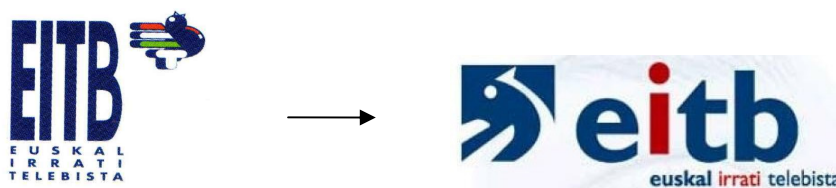
En marzo de 1996 Euskadi Irratia estrenó nueva sede en el Parque Miramón de Donostia, en unas instalaciones completamente digitales en las que se integran los sistemas de información, la grabación, edición, emisión y el archivo. Antes de que finalizara ese año las sedes de Euskadi Irratia, Euskadi Gaztea, Radio Vitoria y Radio Euskadi eran completamente digitales. En 1999 se puso en marcha el Plan Especial de Inversiones cuyo objetivo era la digitalización completa de EITB, estableciéndose como límite el 2007. Ese año se estrenó la sede principal de EITB en Bilbao, donde conviven la radio, la televisión e internet.

La primera página web del Grupo se insertó en la Red en 1996, pero la redacción digital no se establecería hasta el año 2000. Ese mismo año el Grupo estrenó su nueva imagen corporativa (Figura 1). La web de aquella época se organizaba entre tres o cuatro periodistas y

ofrecía noticias e información acerca de la programación de diferentes cadenas. Era una web meramente corporativa y su principal carencia residía en la falta de un sistema propio que gestionara todos sus contenidos. No obstante, esta situación cambiará radicalmente a partir del año 2003 con la formación de EITBNET. Esta sociedad está compuesta por un director, cuatro responsables y 15 personas más, en su mayoría especializadas en programas para subir y bajar contenidos, y no tanto por periodistas.

En 2004 se presentó oficialmente en nuevo canal todo-noticias, *Eitb24.com*. Compuesto por audio e imágenes de otros canales del Grupo, su finalidad era proporcionar noticias de Euskadi y del mundo durante las 24 horas del día. Durante los siguientes años EITB fue formando más sitios web como *Egaztea.com* o *Betizu.com*. A partir de este momento EITB encaminó un análisis comparativo entre diferentes modelos internacionales con el fin de establecer una nueva estrategia para la Red. Al final, siguiendo el modelo de la BBC, apostaron por el modelo *monomarca*. Decidieron que *Eitb.com* sería el principal signo de identificación del Grupo en la Red. En octubre de 2008 los portales comentados anteriormente se integraron en el portal global *www.eitb.com*, estrenando también un nuevo diseño y primando los contenidos multimedia y la participación ciudadana.

Figura 1: Evolución de la imagen corporativa de EITB



2. CONVERGENCIA DE EITB. 2007, AÑO DE REFERENCIA

2.1. Gestión y coordinación editorial

Para entender el nivel de integración y de convergencia de la radio, televisión e Internet alcanzado por el grupo EITB, debemos situarnos en el año 2007, cuando culmina el proceso de digitalización de los medios del Grupo con la puesta en marcha de la infraestructura tecnológica instalada en la Sede de Eitb en Bilbao en 2007.

En el proceso de búsqueda de la ausencia de déficit y de rentabilidad económica del Grupo, la Dirección mantuvo objetivos presupuestarios de contención de la plantilla del Grupo. Por una parte, el Gobierno Vasco exigía a las Sociedades Públicas que no hubiera incremento de las plantillas estructurales, y EITB cumplía el requisito manteniendo estable la plantilla durante los últimos 10 años, sin sacar plazas a concurso público. La Dirección de EITB, dadas las circunstancias, optó por la política de externalización de programas. Esta decisión fue criticada por el Comité de Empresa y, desde el espectro político, la oposición parlamentaria pidió de forma continuada la justificación de la política de externalización llevada a cabo. En abril de 2007 se inauguró en Bilbao la sede del grupo EITB que agrupó a ETB, Radio Euskadi y EITBNET. La nueva sede acogió a más de 600 trabajadores y profesionales de los tres medios y el principal espacio del edificio fue la redacción, de 3.000 metros cuadrados.

Figura 2. Vista general de la Redacción centralizada de Bilbao



La foto está realizada desde la redacción de Internet. En la parte central, se ubica la redacción de la televisión y al fondo, en un tercer espacio compartido se encuentran los redactores-locutores de Radio Euskadi. Foto de los autores.

Con ese proceso, el Grupo pasó de una estructura de cinco sedes, a otra de tres. En la sede de EITB-Miramón (Donostia-San Sebastián) se encuentran las instalaciones de las emisoras de radio en euskara, Euskadi Irratia, Euskadi Gaztea, Eitb Irratia, además de platós y estudios de grabación de programas de ETB. En Gasteiz, Radio Vitoria. El cambio de sede fue una referencia central para la aplicación y puesta en marcha de la filosofía de nueva gestión. Así, el Consejo de Administración de EITB aprobó en julio de 2007 el nuevo Organigrama que reflejaba un nuevo lenguaje y una nueva manera de organización interna.

En el ámbito de la Información, la Dirección propuso un programa de Coordinación Editorial para el grupo EITB. La puesta en marcha de la nueva sede fue punto de referencia temporal para abordar una política más coordinada entre los directores de los distintos medios. En cuanto a los organigramas de los informativos, cada medio sigue su camino particular por separado sin cambios apreciables en su estructura, tal y como lo venían haciendo en sus respectivas sedes anteriores. Los cambios habidos han sido mínimos, casi imperceptibles y continúan, en la nueva sede, con el mismo esquema funcional que venían funcionando en cada medio antes de la integración de las tres sedes en una.

Si los esquemas organizativos de las diversas ediciones informativas no han sufrido variaciones importantes antes y después de la inauguración de la Sede de Bilbao en 2007, los perfiles profesionales y las categorías y las funciones de los redactores siguen, asimismo, sin cambios apreciables desde su formulación en 1988.

2.2. Convergencia de contenidos

Aunque todos medios del Grupo difunden contenidos generados por su propia redacción, sobre todo la radio y la televisión (modelo monomedia), también comparten determinados productos y temas que se adaptan a cada medio (difusión multiplataforma) (Cabrera, 2010: 151). El ejemplo más claro es la adaptación que lleva a cabo *Eitb.com* de los contenidos de radio y televisión, así como el uso que hace de sus recursos audiovisuales. La web se ha convertido en uno de los principales activos de la estrategia multisupoite del Grupo. En mayo de 2010 puso en marcha un servicio de televisión a la carta para sus informativos y se han dado pasos para ir más allá y programar también para Internet, a partir de una parrilla de *streaming*.

La web adquiere cada vez más protagonismo. Debido a su voluntad convergente, el Grupo ha dedicado atención a la plataforma editorial de su cibermedio y se han dado pasos en la mejora del *Content Manager System* (CMS). Concretamente, se ha favorecido una mayor interconexión entre este gestor y el repositorio de contenidos digitalizados del Grupo (*Media Asset Management*, MAM) y, con ello, una simplificación de los procesos para adaptar las noticias de televisión y radio a la web.

La dependencia de *Eitb.com* como tercer canal de distribución ha impulsado también cierto grado de reciprocidad entre estas redacciones, aunque su estructura actual – independientes pero unificadas en un mismo espacio– condiciona el carácter de esta colaboración. Así, estas rutinas no están totalmente asimiladas, a excepción de la reunión diaria de coordinación que celebran los responsables de actualidad e informativos de *Eitb.com*, Radio Euskadi, Euskadi Irratia y ETB desde el año 2008. Al margen de esta iniciativa, las dinámicas colaborativas en EITB no implican el intercambio de fuentes o noticias, ni tan siquiera una comunicación constante entre dos o más soportes, aunque debido a su papel dinamizador, la web ha comenzado a demandar una mayor colaboración, al menos, para compartir noticias o fuentes. Así, lo que se espera en el día a día de los periodistas de radio y televisión no es la redacción de informaciones para la web, –el medio ya cuenta con un equipo de profesionales dedicado a ello–, sino tener en perspectiva que EITB representa un Grupo, una “fábrica de contenidos” que “vende” a través de tres canales diferentes pero complementarios.

En este contexto, más de la mitad de los redactores de EITB opina que la búsqueda de información y fuentes supone una tarea muy costosa o bastante costosa. En general, la mitad de los redactores reconoce no colaborar con los periodistas de los otros medios. Cuando se realiza, esta tarea requiere mayor esfuerzo para los periodistas de Internet.

EITB ha conseguido materializar también iniciativas transversales que afectan a sus contenidos de entretenimiento, en contraste con el ámbito de actualidad, donde las sinergias *cross-media* están resultando más costosas. A raíz del nacimiento del canal de televisión ETB-3 y el desarrollo de una nueva *Eitb.com* en octubre de 2008, la transversalidad en estas dos marcas obtuvo un impulso definitivo. El hecho de que la tarea de coordinación de contenidos en ETB-3 y el portal *Gaztea* de *Eitb.com* recaiga en una misma persona tiene, sin duda, una influencia positiva a favor del intercambio de contenidos.

Euskal Irrati Telebista cuenta también en su trayectoria con una experiencia de planificación y difusión multiplataforma que permitió a este Grupo en su momento avanzar en el terreno de la convergencia multimedia. Se trata de la iniciativa *Reportajes EITB-EITB Erreportajeak*, puesta en marcha en 2008. De su materialización se encarga finalmente una periodista. Durante casi un año, ésta se responsabiliza de la selección de los temas y de la elaboración de algo más de una decena de reportajes para los tres soportes tanto en castellano, como en euskera. Este proyecto resultó interesante para el Grupo a nivel de ensayo de un perfil multimedia, dando pistas sobre qué tipo de contenidos son los más adecuados para ser cubiertos con una estrategia multiplataforma, y también sobre las necesidades formativas y laborales de los profesionales ante la convergencia. Algo más de la mitad de los periodistas del Grupo considera que la actual dirección debería continuar con el proyecto.

2.3. Interactividad

La participación de la audiencia en el grupo EITB es una constante a lo largo de su ya dilatada historia que ha conocido diferentes manifestaciones según las demandas sociales y las posibilidades técnicas del medio. Desde su origen, el Ente público vasco ha buscado la presencia ciudadana en los diferentes medios que lo conforman y en su programación desde dos perspectivas claramente definidas. Por un lado, han animado la participación de los usuarios en la elaboración de algunos de los contenidos de su oferta. Por otro lado, han intentado crear un

vínculo de amistad con sus audiencias para establecer lazos de relación en torno a la idea de comunidad vinculada a una marca de Grupo.

Y esa participación de la audiencia en los diferentes medios del Grupo se ha visto potenciada como consecuencia del uso de nuevos sistemas de comunicación, si bien existen otras razones que justificarían también ese incremento de su presencia en los medios. El esfuerzo de interactuar con la audiencia no supone ningún esfuerzo para tres de cada diez trabajadores de EITB, si bien, por medios, son las personas que trabajan en el medio Internet los que más lo ven como algo innato a su trabajo.

En la actualidad, los distintos medios que conforman EITB se muestran como un cauce novedoso de participación social, facilitando la interactividad. Sin embargo, esta afirmación choca con el grado de disconformidad mostrado por los trabajadores del Ente público ante la afirmación de que el grupo EITB ha desarrollado correctamente las ventajas de la participación de la audiencia.

No obstante, desde el grupo EITB se ha tenido claro desde un primer momento hacer frente al desafío de intensificar el uso de nuevas formas y técnicas de participación de las audiencias. Y todo ello sin que suponga un cambio en el modelo laboral imperante. De hecho, siete de cada diez encuestados opina que su trabajo ha cambiado poco o nada desde que se asiste a una cada vez mayor participación de las audiencias en el medio.

Esa constante de una cada vez mayor presencia de la participación de las audiencias en los medios del Grupo, sin embargo, apenas si ha modificado la relación de los trabajadores del medio con ellas. Herramientas más convencionales por su dilatada existencia conviven con nuevas herramientas que potencian una interactividad más ágil y rápida. Las redes sociales han conocido un vertiginoso desarrollo como herramientas para impulsar la participación de la audiencia frente a otros procedimientos que parecen estar ya arrinconados.

3. DISCURSO Y REALIDAD DE LA CONVERGENCIA

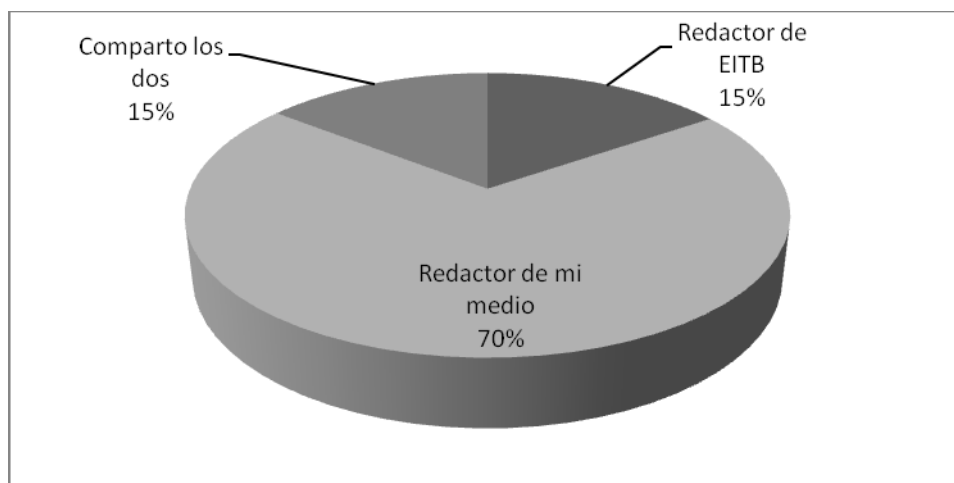
Llegados a este punto, merece la pena reflejar la opinión de los redactores de EITB sobre el *concepto* que tienen de la Convergencia y la percepción de la realidad, de cómo se está llevando a cabo la Convergencia en EITB. Queremos mostrar, así, el contraste entre el concepto y su percepción de la realidad por parte de los redactores de la televisión, de la radio y de Internet. La versión sobre el nivel de convergencia y la percepción que los diferentes colectivos del grupo tienen del mismo difiere según se sitúe la responsabilidad de gestión y la experiencia de cada medio según sea la cultura profesional desarrollada. Así, la visión de la situación real que tiene la dirección dista bastante de la que poseen los redactores de los tres medios en general. Resultaría significativa la diferente percepción de los profesionales de cada medio, según variables que en esta investigación no hemos entrado a analizar y que resultan decisivos según sea su experiencia profesional, que provocan conflictos de adaptación y “choque de culturas” (Singer J. B.:2004) Hay estudios cercanos donde se percibe por parte de los redactores de los diferentes medios de un mismo grupo, un claro contraste entre el discurso y la realidad de la convergencia, tal y como se ha analizado en el grupo público audiovisual catalán de la Corporació (Masip, P. et. al. 2009).

3.1. Redactor de su medio

Más de dos tercios de los encuestados opina que se considera redactor de su medio. El colectivo más acusado es el de la Radio. De diez redactores de Euskadi Irratia, nueve se consideran exclusivamente de su medio, en Radio Euskadi este porcentaje es menor, pero sigue

siendo muy alto: tres de cada cuatro. En el lado opuesto se encuentran los redactores de Internet, un tercio comparte la identidad de su medio con el de Eitb y la mitad de los redactores encuestados se identifican exclusivamente con su medio.

Gráfico 1. Pertenencia al Grupo o al Medio



Fuente: Elaboración propia

Los periodistas de ETB se sitúan a medio camino de los de Internet y los de las radios. El de la televisión se siente redactor de Eitb en una proporción de uno entre cinco. En la misma proporción se considera compartiendo las dos identidades. Aún y todo, dos redactores de cada tres de ETB se consideran redactores de su medio. Existe una coherencia de la opinión de los redactores entrevistados con las respuestas globales que resultan de los datos de la encuesta., tal y como se refleja en elGráfico 2.

3.2. Déficit de información sobre la convergencia

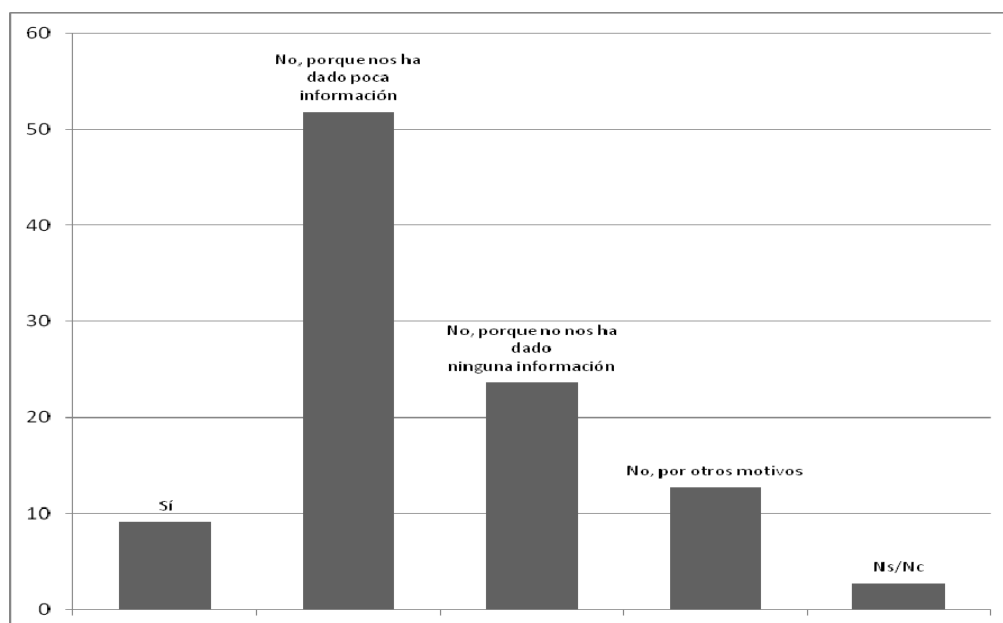
Uno de los problemas al que se enfrenta el Grupo mediático en el proceso de convergencia como el que estamos analizando, es el de la socialización y aceptación por parte de los redactores, en este caso, de las medidas que se emanan desde la dirección. Se menciona el concepto de “socialización” que aporta bastante luz en el modo de entender la convergencia como proceso. La reflexión de la dirección de Informativos se sitúa en el inicio del proceso de convergencia tras la ubicación de las tres redacciones en una misma sede, así como en las experiencias de equipos multimedia EITB. Así se expresaba al respecto, un responsable de coordinación editorial de Informativos de EITB:

Nuestro problema ha sido que la gente no ha entendido. Nosotros no hemos socializado debidamente el proyecto en su conjunto y los pasos que hemos dado han sido muy escasos y con poca consistencia. No ha habido rechazo explícito, eso no, pero no hemos creado especial ilusión en los redactores. En la dirección hemos creído en el proyecto, pero no hemos logrado venderlo internamente. Por lo que veo desde la entrada de la nueva dirección, estimo que ha habido marcha atrás en general, en las iniciativas y proyectos que estaban ya en marcha. La actual dirección no cree en el proyecto, ésa es mi impresión.

Esta percepción es coherente con la opinión de los redactores en cuanto a la inadecuada información recibida desde la dirección del Grupo. Tres de cada cuatro redactores del grupo afirma no haber recibido información (ninguna 23% y poca 53%). Se trata de un estado de opinión que contrasta (salvo excepciones como la descrita anteriormente) con la “euforia”

general de la dirección en torno al proceso. Esta primera lectura se complementa con la información que suministran los colectivos de cada medio. A destacar dos tendencias polarizadas. En un extremo los de Radio Euskadi, por su carácter positivo y por otro el colectivo de Internet. Así, un 27,6% de Radio Euskadi cree que ha recibido información suficiente desde la dirección sobre la convergencia. En el otro extremo se sitúan los redactores de Internet que realizan el balance más negativo sobre la transmisión de información

Gráfico 2. Grado de información sobre el proceso de convergencia recibida desde la dirección. La opinión de los redactores de EITB



Fuente: Elaboración propia

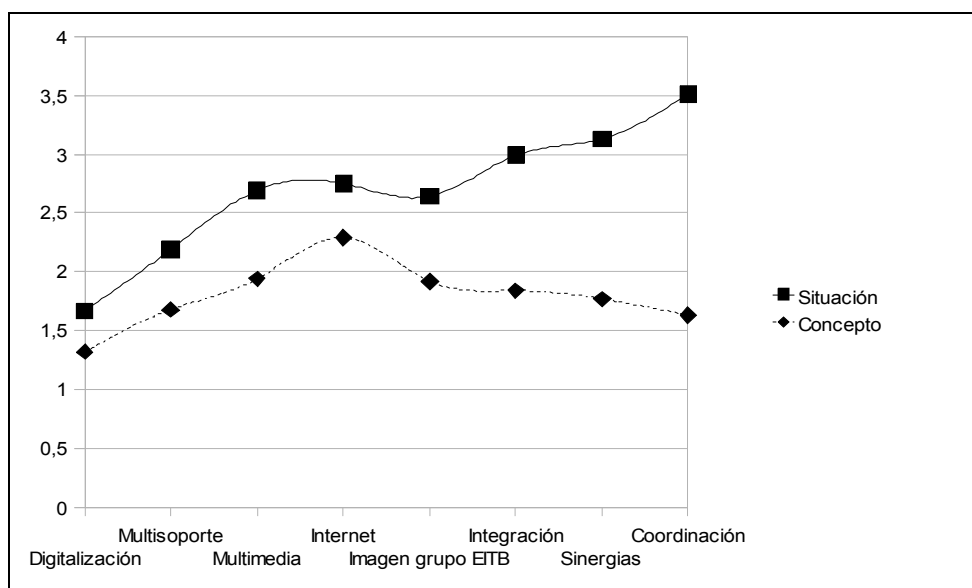
3.3. Del concepto a la percepción. Discurso y realidad

En base a estas premisas planteadas, a los redactores se les pregunta sobre la *convergencia real* en EITB y en primera instancia, el colectivo de periodistas encuestados afirma que la convergencia se ha constituido, sobre todo, en base a la digitalización y en la utilización y uso del multisoporte. Sin embargo, la visión negativa del proceso de convergencia recae en los aspectos organizativos identificados en la escala como coordinación, sinergias e integración.

Según la Encuesta, los redactores de Euskadi Irratia sobresalen de forma notoria cuando señalan que, en su opinión, hay más situaciones de divergencia que de sinergias en el Grupo, así como en la percepción de que existe más descoordinación que coordinación. Esta opinión es compartida con menos intensidad, si cabe, por los redactores de ETB y algo menos los de Internet. En su conjunto, piensan que existe un alto grado de divergencias y de descoordinación. Sin embargo, es llamativa la opinión de los redactores de Radio Euskadi: dos de cada tres, en este medio, piensan que hay bastantes sinergias.

Se constata que el colectivo de Radio Euskadi ve Internet bastante consolidado en el grupo EITB y que observa la web como un medio no dependiente de la Radio y la Tv, así como que el colectivo de redactores de la Tv ven con una visión negativa su situación organizacional y profesional. En el grupo de discusión de redactores surge la visión de la convergencia con un proceso en el que se debe hablar entre iguales ya a nivel salarial como de condiciones laborales.

**Gráfico 3. Del Concepto a la Percepción real de la Convergencia en EITB.
Opinión de los redactores.**



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 4 proporciona de manera comparada, elementos de análisis ya esbozados anteriormente. Se muestra lo que los redactores de EITB piensan sobre el concepto de convergencia (línea con rombos) y su percepción de la realidad (línea inferior). En la encuesta sobre la que trabajó el grupo de investigación se confeccionaron dos escalas de diferencial semántico. En la primera se quería conocer la teoría y en la segunda la aplicación de esa teoría a la realidad cotidiana. Al trazar de forma comparativa las dos líneas, hay cierta sintonía en las dos primeras variables: “digitalización” y “multisoiporte”. Es decir, concuerda la importancia que se le da a los dos términos para entender la convergencia y a su vez, la realidad en EITB muestra cierto desarrollo de esos dos conceptos en la realidad.

Pero a partir de la tercera, ya no se aprecia tal sintonía. La distancia es mayor, por lo tanto, también la divergencia. Las variables “imagen de grupo”, “integración”, “sinergias” y “coordinación” son, para los redactores de EITB constitutivas también del concepto de convergencia, pero la realidad marca una distancia de menos a más, cada vez con menos sintonía entre concepto y realidad. De forma conjunta y comparada, se aprecia la diferencia entre el discurso y la realidad. De ahí que se abre en el gráfico una brecha que marca una disparidad entre lo real y el concepto de convergencia en los factores multimedia, internet, integración y sinergia (en menor medida) y de coordinación (muy baja).

CONCLUSIONES

Para entender el nivel de integración y de convergencia alcanzado por el grupo EITB, debemos situarnos en el año 2007, fecha clave de este proceso que comenzó ocho años atrás con los primeros proyectos de digitalización de las distintas sedes del Grupo.

Si los esquemas organizativos de las ediciones informativas de los medios no han sufrido variaciones importantes antes y después de la inauguración de la Sede de Bilbao en 2007, los perfiles profesionales y las categorías y las funciones de los redactores siguen, asimismo, sin cambios apreciables desde su formulación en 1988.

La producción de contenidos en EITB se rige por un mercado audiovisual definido por la multiplicación de ventanas de explotación. Las acciones presentes y a corto plazo de este Grupo centran así su interés en los contenidos multiplataforma, la potenciación de marcas y programas transversales y el aprovechamiento de sinergias de colaboración y de recursos, tanto materiales como humanos.

Estas acciones están, hoy por hoy, lejos de la auténtica integración de redacciones y de la colaboración fluida y sistematizada para la planificación conjunta de contenidos en los tres soportes. El último Plan Estratégico para el trienio 2010-2013 reconoce definitivamente la voluntad de EITB de convertirse en un auténtico “grupo multimedia”, si bien, por el momento, el objetivo es la difusión multicanal, una distribución múltiple característica de las fases iniciales del proceso de convergencia mediática.

La participación de la audiencia de EITB es una constante a lo largo de su dilatada historia, incrementada por el uso de nuevas herramientas que potencian esa interactividad, pero que no desarrolla todas sus ventajas. Y sin que ello suponga un cambio en el modelo laboral imperante.

Como conclusión general del apartado sobre el discurso y la realidad de la convergencia, podemos decir que los periodistas de EITB valoran la digitalización como concepto sustancial de convergencia y perciben al mismo tiempo que el nivel de digitalización y de multisoporte alcanzado en EITB es alto, lo que expresa el logro de cierto nivel de convergencia en estos dos aspectos. Pero si tenemos en cuenta otras variables que miden el nivel de convergencia, podremos deducir que una parte técnica (la de la digitalización y el multisoporte fundamentalmente) es la que más desarrollo ha tenido en el proceso de la gestión de calidad implantado por la dirección del Grupo desde hace diez años, pero no se han potenciado de la misma forma o, al menos, no han dado los mismos resultados, los aspectos organizacionales y profesionales. De ello se concluye que el aspecto humano y el organizacional en lo que a la estructura informativa se refiere, debe desarrollarse más para que la percepción de los redactores sea la de una convergencia que ha adquirido, al menos, niveles de mínima operatividad.

BIBLIOGRAFIA

- Contrato –Programa del Ente Público Radiotelevisión Vasca (EITB) para el periodo 2002-2005. Vitoria-Gasteiz, 5-11-2002 y para el periodo 2007-2011. Vitoria-Gasteiz, 21-12-2007. <[12](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-Dailey,%20L.;%20Spillman,%20M.%20(2005).%20%22The%20Convergence%20Continuum.%20A%20Model%20for%20Studying%20Collaboration%20Between%20Media%20Newsrooms%22,%20Atlantic%20Journal%20of%20Communication,%2013(3),%20150.-168.%20or.%20Domingo,%20D.%20et%20al.%20%22Four%20Dimensions%20of%20Journalistic%20Convergence:%20A%20preliminary%20approach%20to%20current%20media%20trends%20at%20Spain%22.%208th%20International%20Symposium%20on%20Online%20Journalism,%20Austin,%202007.%20EITB%20(2010):%20Estrategia%20EITB%202010-2013%20(resumen%20ejecutivo),%20abril,%20<http://www.eitb.com/multimedia/documentos/2010/05/18/289758/plan_estrategico.pdf>[Consulta:%20MMX-IX,%20X].%20Erdal,%20J.%20(2007).%20%22Negotiating%20Convergence%20In%20News%20Production%22%20In:%20Stuedhaltuedhal,%20D%20And%20Storsul,%20T%20(arg.)%20Ambivalence%20Towards%20Convergence.%20Göteborg:%20Nordicom,%2073.-85.%20Or.%20Klinenberg,%20E.%20%22Covergence:%20News%20Production%20in%20the%20Digital%20Age%22.%20En%20The%20Annals%20of%20the%20American%20Academy%20of%20Political%20and%20Social%20Science,%20597%20(1),%20pp.%2048–%2064,%202005.%20Larrañaga,%20José.%20%22La%20práctica%20profesional%20en%20el%20proceso%20de%20convergencia%20mediática.%20Una%20aproximación%20metodológica.%20Estudio%20del%20caso%20Goiena%22.%20En%20Anàlisi,%2037%20(2008),%20pp.%2093-108.%20Larrañaga,%20J.%20y%20Martínez%20Monje,%20PM.%20(2010)%20Convergencia%20y%20medios%20públicos.%20Propuestas%20metodológicas.%20Ponencia%20presentada%20en%20el%20II%20Congreso%20Internacional%20de%20Ciberperiodismo.%20Bilbao,%2010-12.11.2010.%20Ley%205/1982,%20de%2020%20de%20mayo,%20de%20creación%20del%20Ente%20Público%20Radio%20Televisión%20Vasca.%20<http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/pv-l5-1982.html#>[Consulta:%20MMIX-IX]%20López,%20X.;%20Pereira,%20X.%20(Coords)%20(2010)%20Convergencia%20Digital.%20Reconfiguración%20de%20los%20medios%20de%20comunicación%20en%20España.%20Santiago%20de%20Compostela:%20Universidade%20de%20Santiago%20de%20Compostela.%20Masip,%20P.%20et%20al.%20(2009)%20%22Discursos%20y%20realidades%20en%20torno%20a%20la%20innovación%20en%20la%20Corporació%20Catalana%20de%20Mitjans%20de%20Comunicació.%20Anàlisi%20del%20proceso%20de%20confluencia%20periodística%22,%20Tripodos,%20n.%20extra,%20pp.%20561-573.</p></div><div data-bbox=)

Salaverria, R.; García Avilés, J.A.; Masip, P. (2010). "Concepto de convergencia periodística", in López García, X.; Pereira, X. (koord.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*, Santiago Konpostelako Unibertsitatea, Santiago Konpostelakoa, pp 41.-64.

Quinn, S.(2005) "Convergence's Fundamental Question". En. *Journalism Studies*. Vol. 6, I, pp. 29-38.

Singer, J. B. (2004) "Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations". En *Journalism Studies* 5 (1), pp. 3-18.

Zupiria, B. (2004). "XXI. mendeko EITB: jomuga berriak. Euskarazko kazetaritzaren zailtasun eta erronkak", Euskarazko Kazetaritzaren I. Kongresua. Euskalduna Jauregia, Bilbo. 2004, azaroak 9-12.

<<http://www.argia.com/kazetaritza2004/bingen-zupiria.pdf>> [Consulta: MMIX-IX]
