

***ESTUDIOS SOBRE PERIODISMO DIGITAL: EJES PRINCIPALES
QUE GUIARON EL ABORDAJE DE LA DIGITALIZACIÓN DE LAS
NOTICIAS***

***DIGITAL JOURNALISM STUDIES: MAIN LINES THAT GUIDED THE
APPROACH TO DIGITIZING NEWS***

Juan Pablo Hamada

**Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad – CONICET
Universidad Nacional de Córdoba**

1. INTRODUCCIÓN

Las transformaciones sociales de los distintos procesos de innovación tecnológica han orientado el desarrollo de una teoría de los medios de comunicación que desde principios del siglo XX hasta la actualidad aportó múltiples matrices de análisis. Desde las perspectivas funcionalistas hasta los estudios de la cultura, atravesados por la mirada marxista centrada en el estudio del lenguaje o de las estructuras económicas de los medios, los distintos discursos sobre los medios de comunicación han desarrollado un campo teórico complejo y transdisciplinar que intentó abordar los distintos procesos que desplegaron medios como la radio, el cine y la televisión.

En los últimos quince años, estos trabajos se vieron re-actualizados con la emergencia de Internet y la aparición de nuevos formatos informativos como los periódicos

digitales, pero a diferencia de los anteriores, los nuevos abordajes se desarrollaron en un escenario profundamente mediatizado, en el que el propio campo académico adquirió características globales en la difusión de sus conocimientos. Como consecuencia, los distintos discursos sobre la digitalización de las noticias no tardaron en establecer cruces entre distintas universidades norteamericanas, pero también con el aporte de estudios europeos y latinoamericanos.

Desde una perspectiva socio-discursiva, podemos encontrar algunos aportes en el trabajo de E. Verón (2001), quien ofrece algunas preguntas vinculadas a los nuevos medios de comunicación que posibilitan problematizar el crecimiento de estos estudios. La principal inquietud de Verón está movilizada por el carácter social de los fenómenos vinculados a las nuevas prácticas de comunicación y señala que no debe confundirse una tecnología con un medio, pues un medio es una tecnología incorporada a un dispositivo de producción y de consumo. Una tecnología puede convertirse en un medio pero, según el autor, dicho proceso está sometido a ciertas condiciones de producción que dan lugar a ciertos usos, es decir condiciones que determinan los modos en los que los receptores podrán reconocerse como tales, ofreciéndoles un contrato de lectura particular.

Este presupuesto permite considerar a los procesos de *mediatización* —noción propuesta también por Verón— como un fenómeno que enmarca los estudios sobre la digitalización. Según Verón (2005), los procesos de mediatización se relacionan con soportes tecnológicos cada vez más complejos, dan lugar a nuevas formas de discursividad, cuestionan los sistemas de representación y se transforman en dispositivos de producción de sentido.

No sólo velocidad y cantidad han caracterizado a los estudios sobre Internet y la digitalización de las noticias. La capacidad de cuestionar a los sistemas de representación que conlleva la mediatización habilitó que las lecturas sobre los nuevos dispositivos técnicos inspiraran una serie de discursos enfocados en las capacidades “revolucionarias” de las nuevas tecnologías. En el caso particular del periodismo, la convergencia de formatos mediáticos en la Web posibilitaría grandes transformaciones en el campo periodístico, obligando al profesional de la prensa a incorporar nuevas

prácticas y saberes, a las empresas a replantear sus modelos de negocio y a las audiencias a participar de la producción informativa.

En este trabajo intentaremos dar cuenta de algunos intereses que pueden reconocerse en distintos estudios centrados en los nuevos aspectos que incorpora el periodismo digital. Creemos que es posible identificar algunos ejes que agrupan ciertas matrices de análisis y que es posible identificarlos como parte de una propuesta metodológica que sirva luego para futuros trabajos y no como encasillamientos teóricos que pretenden “ordenar” el campo de estudio.

El entusiasmo que caracterizó el crecimiento de los estudios que nos interesan es abordado en algunas ocasiones como constituyente de un discurso mitagónico sobre las tecnologías digitales y sus consecuencias en lo social. Nuria Almiron y Josep Jarque (2008) hacen fuerte hincapié sobre este discurso, el cual es alimentado por ciertas proposiciones desde distintos ámbitos sociales no sólo vinculadas con el campo académico, sino también relacionadas con el ámbito económico y productivo, interesados en promover las “bondades digitales”.

Almiron y Jarque (2004) destacan el trabajo teórico de Vincent Mosco, quien llama la atención sobre la “amnesia histórica” que caracteriza la exaltación digital. Señala que este entusiasmo es característico de los nuevos dispositivos técnicos y recuerda las grandes capacidades transformadoras que se depositaron sobre el telégrafo, luego la radio y la televisión. Nociones tales como “hermanamiento universal de la humanidad”, o la “aniquilación del tiempo y el espacio”, “la superación de la división social y económica” estuvieron también presentes en la promoción de los primeros avances técnicos como la electricidad y el teléfono. Todos estos dispositivos estuvieron acompañados de grandes promesas asociadas no sólo con el conocimiento y la comunicación, sino también con una transformación del poder, del acceso igualitario y la paz. Promesas caracterizadas por A. Mattelart (2000) como fundantes de una “ideología de la redención a través de las redes”.

Advertidos de estos discursos, consideramos de gran interés poder reconocer algunas matrices presentes en los estudios de periodismo digital. Consideramos que a más de quince años de la emergencia de estos medios ya no podemos caracterizar estos

fenómenos como emergentes, sino más bien comenzar a pensar en formas de contextualizar y problematizar los estudios que se han desarrollado en torno a estas “transformaciones”. Si bien reconocemos en gran parte las críticas de Almiron y Jarque (2008) sobre el carácter mitológico de los discursos sobre el digitalismo, también nos interesa prestar atención sobre una serie de estudios que van demarcando ciertas tendencias de análisis que pueden contribuir a otros estudios.

Si bien los trabajos que aquí agruparemos han sido producidos en diferentes ámbitos académicos, destacaremos los desarrollados en el contexto hispanoamericano, aunque no podemos dejar de mencionar algunos de los principales aportes producidos en Brasil y Estados Unidos. En todos ellos podemos reconocer 3 grupos de estudios a partir de los siguientes intereses:

- a) el relevamiento de las primeras experiencias de digitalización de periódicos ya reconocidos,
- b) el análisis las nuevas características que asume la práctica periodística y los componentes discursivos de los nuevos formatos periodísticos, y
- c) la caracterización de nuevos actores que comienzan a disputar el campo periodístico, ya sea desde las prácticas de periodismo ciudadano o desde proyectos de periodismo alternativo cuyo soporte es la web.

2. ESTUDIOS SOBRE LOS PROCESOS DE DIGITALIZACIÓN INCIPIENTES

Nos referimos en primer lugar, a trabajos interesados en relevar y analizar las primeras experiencias de digitalización de periódicos ya reconocidos, es decir, investigaciones centradas en medios gráficos cuyo único soporte era el papel y que desde fines de la década de los noventa iniciaron procesos de digitalización de sus noticias. Entre ellos podemos destacar el trabajo de Luis Albornoz, *Periodismo digital, los grandes diarios en la Red* (2007), quien realiza una reconstrucción de los procesos de digitalización que llevaron a cabo seis grandes medios de Iberoamérica: *El Mundo*, *El País* y *ABC* (España), *Clarín* y *La Nación* (Argentina) y *Reforma* (México). En su trabajo realiza un exhaustivo análisis no sólo de las instancias que atravesaron dichos proyectos sino

también de los contextos económicos dentro de los cuales emergieron. En la misma línea de trabajo podemos mencionar el trabajo de Pablo Bockzkowski, *Digitalizar las noticias, innovación en los diarios online* (2006), quien describe los primeros procesos de innovación en la *Web* en los periódicos norteamericanos *New York Times*, *Houston Chronicle* y *New Jersey Online*. Bockzkowski también analiza el mercado de medios emergentes pero se centra en procesos de innovación específicos que llevaron a cabo dichas empresas. Ambos trabajos señalan las demandas, los objetivos y los antecedentes que posibilitaron a estas empresas de medios consolidarse como referentes dentro del campo del periodismo digital.

Desde una perspectiva más general, rescatamos también el aporte de Javier Díaz Noci y Koldo Meso (1999) quienes establecen cinco causas de la aparición de los periódicos multimedia: 1) la necesidad de los medios de incrementar sus audiencias, 2) el aumento de información y de servicios que escapan a los soportes tradicionales, 3) la diversificación de los objetivos empresariales del sector de los medios, 4) la escasez del papel y 5) los avances técnicos en el campo de la informática.

Podemos encontrar también trabajos que señalan las distintas etapas por la que habría atravesado la *evolución* del periodismo digital. Es el caso del texto de Luciana Mielniczuk, 'Características e implicações do jornalismo na Web' (2001), en el que distingue un primer momento en el que los diarios transcribían algunas de sus noticias principales a sus formatos digitales. Estos contenidos eran actualizados cada 24 horas, de acuerdo a los tiempos de edición del diario impreso. En una segunda etapa, la autora destaca que los periódicos incorporan algunos elementos propios de Internet, tales como el correo electrónico para comunicarse entre lector y periodista, los enlaces para vincular otros contenidos, o foros de debate. Y finalmente un tercer momento, el actual, denominado por Mielniczuk como *webjornalismo*, caracterizado por la evolución de los elementos técnicos que permitirán el intercambio más rápido de datos, imágenes y sonidos. En esta etapa, según la autora, ya se pueden observar los elementos señalados por J. Bardoel y M. Deuze (2001): interactividad, hipertextualidad y multimedia.

Podríamos destacar que este tipo de matriz está enfocada en plantear una propuesta lineal de análisis que, si bien se centra en una perspectiva histórica, asume el proceso de digitalización como una evolución del periodismo y de las empresas de medios. La

propuesta de Mielnizcuk de considerar tres etapas bien diferenciadas que dan cuenta de la evolución de los formatos también se observa en otros trabajos como los de Rost (2006), Salaverría (2008), Canavilhas (2007), ente otros. En todos ellos, la evolución es posibilitada fuertemente por un componente técnico, vinculado a las características que fueron desarrollando las plataformas de publicación de noticias, pero también acompañada de nuevas demandas del mercado periodístico. A medida que el desarrollo de nuevos lenguajes informáticos lo permitieron, junto con la capacidad de conexión de los usuarios, los periódicos fueron ampliando los modos de comunicarse, hasta llegar a un estadio más “avanzado”, o propiamente digital, que aprovecha por completo el lenguaje multimedia y crea nuevas narrativas a partir del video, las animaciones, los audios, entre otros elementos.

3. ESTUDIOS SOBRE LAS NUEVAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS Y LOS FORMATOS PERIODÍSTICOS

Aquí nos referimos a trabajos centrados en el análisis de las características que asumió la práctica periodística y sus rutinas a partir de la digitalización de las noticias. En este grupo de investigaciones encontramos una variedad de análisis que van desde perspectivas celebratorias que destacan la “revolución” del periodismo a partir de la digitalización de los soportes hasta perspectivas que apuntan críticamente a dichos enfoques. Los trabajos del primer grupo destacan principalmente los nuevos conocimientos que deben adquirir los profesionales de la prensa, quienes incorporan no solamente nuevas prácticas, sino también un lenguaje multimedia con el que pueden, o en algunos casos “deben”, enriquecer sus textos.

Existe un sentido propositivo en diferentes textos referidos a las nuevas prácticas que asumen los periodistas frente a la digitalización de las noticias. *Cómo escribir para la web*, de Guillermo Franco (2008) es un ejemplo de ello. El texto es editado por el Centro Knight para Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas en Austin, una de las fundaciones más prestigiosas del periodismo digital de EEUU y resume una serie de prácticas que deben incorporar los periodistas. Se mencionan estudios sobre la atención de los públicos frente a la pantalla y cómo los periodistas deben aprovechar esos datos. También propone la incorporación del concepto de *usabilidad*, una noción pensada para el diseño de interfaces que propone, en este caso, estructurar los textos de

manera funcional para que el lector lea de manera más fácil y accesible. Guillermo Franco también revisa la estructura de la pirámide invertida, aplicada tradicionalmente en el periodismo gráfico, y la revaloriza para su aplicación en la web pero además incorpora nuevas propuestas para su trabajo, como por ejemplo unidades divididas de pirámides que se estructuran a partir de los hipertextos de una sola temática.

Un trabajo similar, es el de Ramón Salaverría, quien en 'De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital' (1999) señala la necesidad de que la prensa se adapte a los avances técnicos de las nuevas formas de publicación. El texto, publicado en los primeros años de la aparición de los periódicos digitales, señala que las razones del *peligroso estancamiento* radican en la ausencia de estrategias empresariales y de programas académicos que preparen a los nuevos profesionales. Entre los aspectos que deben revisarse ante la nueva tecnología el autor refiere a una nueva estructura que debería tener el modelo tradicional de la pirámide invertida ante la presencia del hipertexto, posibilitando abrir la *estructura cerrada* de la pirámide (1999: 14). La nueva propuesta se basaría en *células informativas*, un modelo que permitiría descomponer la estructura tradicional de los textos y que funcionen como unidades informativas enlazadas entre sí.

El Centro Knight para Periodismo en las Américas también publicó otro texto en el que resume una serie de demandas planteadas por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) sobre la formación que debieran tener los nuevos periodistas. Señala que desde las empresas de medios necesitan que los creadores de contenidos aprendan a contar historias en video y otras formas complejas, dado que hasta el momento las narrativas han estado monopolizadas por el texto, seguido por la fotografía (2009). La FNPI también señala que existen demandas vinculadas a los modelos de negocio que deben desarrollar los proyectos periodísticos y cómo aprovechar la web para comercializar publicidad. Otras demandas también están planteadas en torno a la participación de los usuarios, que demandan acciones de promoción y socialización de dichos contenidos a los profesionales. El diseño no queda fuera de las demandas en la investigación de la FNPI y plantean la necesidad de conocimientos sobre: cómo diseñar sitios web, cómo administrarlos, cómo organizar la información, cómo mejorar la experiencia del usuario, entre otros aspectos.

En este grupo de estudios también encontramos trabajos interesados en las características discursivas de los nuevos formatos periodísticos. Entre estos trabajos se destaca, por ser uno de los más citados en la bibliografía analizada, el de J. Bardoel y M. Deuze sobre los distintos aspectos del lenguaje del periodismo digital. En 'Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism' (2001), los autores señalan los siguientes elementos: a) interactividad, referida a la participación del lector en la producción del medio; b) hipertextualidad, la cual posibilita la interconexión de textos a través de links; c) multimedialidad, referida a la convergencia de los formatos mediáticos. Estos aspectos serán estudiados en lo que Marcos Palacios denomina como los *múltiples espacios de tratamiento de la información* de los periódicos digitales (Palacios *et al*, 2002), es decir, las últimas noticias, las coberturas cotidianas y los especiales de los distintos medios que configuran nuestro objeto de estudio.

Desde una perspectiva más vinculada con el análisis de los discursos, encontramos algunos antecedentes en el aporte de Andrés Cuesta y Mariano Zelcer, quienes en 'Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos' (2002) analizan los periódicos digitales desde algunos conceptos centrales de la teoría socio-discursiva y concluyen que dichos medios son *géneros discursivos*. Es decir, los consideran como un conjunto de textos que se caracterizan por poseer algunas regularidades en su configuración retórica, temática y enunciativa. A partir de dicha categoría, los autores destacan los procesos de “estabilización” que atraviesan las gramáticas de los periódicos en sus nuevos soportes. Analizan el caso del diario *Clarín* y *La Nación* a partir de las categorías antes mencionadas de *hipertextualidad*, *multimedia* e *interactividad*.

Existen trabajos que han aportado también en la revisión de ciertos conceptos propios del lenguaje digital y que son analizados a partir de su vínculo con los periódicos digitales. Aquí podemos ubicar el aporte de Alejandro Rost (2006), quien se centra en el concepto de *interactividad*, señalado por Bardoel y Deuze, a partir de un análisis teórico y de un rastreo de prácticas de interacción entre medios y usuarios observados en las versiones digitales de los diarios *Clarín*, *El Mundo*, *La Nación* y *El País*. Uno de los principales aportes de Rost, a partir de dicho abordaje, es la consideración de dos tipos de interacciones presentes en los medios: la *interactividad selectiva*, referida a las

posibilidades de selección de contenidos que el medio digital le ofrece a sus usuarios y en segundo término, la *interactividad comunicativa*, referida a las posibilidades de expresión y comunicación que tienen los usuarios en un sitio, es decir, intercambiar en forma de diálogo, opiniones, comentarios, sugerencias, debates, con los periodistas o bien con otros usuarios.

Las nuevas prácticas y las posibilidades que comenzaron a ofrecer los nuevos soportes de publicación generaron también algunas promesas que alimentaron al idea de la gran transformación del periodismo y las posibilidades de ampliar las condiciones de la libertad de prensa. Según Pavlik (2005), los nuevos medios posibilitan la emergencia de experiencias como periodismo ciudadano, que gracias a las tecnologías se convertirá en una parte crucial de la república del siglo XXI (2005: 211). Pavlik también destaca que los nuevos medios posibilitan a los ciudadanos a tener información de sus gobernantes en forma directa. La metáfora del ágora griega se consolida en estos sentidos, entre los que destacamos el análisis de José Luis Orihuela (2005), quien celebra que los ciudadanos recuperan el poder de la comunicación pública, de la circulación de la información y del establecimiento de agendas. A partir de estos trabajos, surgen conceptos que dan cuenta de una transformación de la práctica del periodismo, como el de *open source journalism* o *periodismo 3.0*, acuñado por Dan Gilmour (2004) para señalar una nueva instancia en la producción de información en la que los protagonistas son las audiencias y los profesionales de la prensa se convierten en *guías* o *tutores* que ayudan a su público a encontrar información de calidad. El surgimiento de los *blogs* o cuadernos de bitácoras digitales acompañó estas nociones, a través de los cuales los usuarios, según Juan Varela (2005) podrían crear contenidos dotados de multimedia, interactividad e hipertexto para enriquecer la producción de noticias.

En esta línea de estudios también encontramos algunos trabajos centrados en una perspectiva más crítica. Aquí podemos rescatar el trabajo de Nuria Almiron Roig y Joseph Jarque (2008), citados en la introducción de este texto, quienes dan cuenta de la presencia de una serie de discursos celebratorios y “mitológicos” sobre las tecnologías en el campo del periodismo, los cuales provienen de distintos ámbitos de producción simbólica tales como el campo académico, el mercado y los gobiernos. Los autores señalan que las principales características del periodismo no han sido modificadas, tales como la búsqueda de la veracidad, la verificación de la información, la legitimidad de

los periodistas, el sentido crítico, entre otros aspectos. En esta serie de trabajo también encontramos el aporte de Carlos Franciscato y de César Bolaño. Ambos autores, provenientes de la economía política de la comunicación también se muestran escépticos ante las “revoluciones” del periodismo digital. Franciscato (2004) enfatiza los sentidos vinculados al tiempo real que son depositados en el periodismo digital. Los mismos asumen un carácter fetichista, considerado como una construcción discursiva que se basaría en una mediación operada tecnológicamente para dar un efecto de ausencia de mediación, es decir, un efecto de contacto directo el público con el evento.

Bolaño (2009) destaca la necesidad de abordajes de investigación capaces de considerar la desaparición de las fronteras de los campos de la información, la comunicación y la cultura y una ampliación de los marcos conceptuales de la economía de la comunicación. Dichos enfoques, según el autor, deberán considerar problemas económicos como la explotación laboral de los periodistas, atravesados por una demanda de ampliación de sus especialidades y capacitación permanente, y en este punto llama la atención sobre un nuevo paradigma técnico desestabiliza los mercados consolidados y que no necesariamente genera una mayor democratización de los medios, sino en la mayoría de los casos, un aumento de la concentración multimedia.

4. ESTUDIOS SOBRE LOS NUEVOS ACTORES EN EL PERIODISMO DIGITAL

Al mismo tiempo que se desarrollaron los estudios sobre periodismo digital y la emergencia de actores como generadores de contenidos, también se publicaron diferentes investigaciones sobre experiencias de comunicación alternativa basados en medios digitales. Esta línea de estudios recupera la perspectiva de la comunicación alternativa desarrollada por autores latinoamericanos como Mata (2005), Simpson Grimberg (1981), Mangone (2005), entre otros y ha generado textos guiados por el interés de analizar diferentes proyectos colectivos de comunicación en múltiples contextos de trabajo y en su mayoría elaboran propuestas teórico-metodológicas que parten del relevamiento de prácticas concretas. En Argentina podemos encontrar algunas destacadas sistematizaciones de experiencias como el aporte de la cooperativa La Vaca, quienes en su libro *El fin del periodismo y otras buenas noticias* (2006) realizan una reconstrucción de diversas experiencias vinculadas con medios de

comunicación y organizaciones sociales. El texto problematiza conceptos como el de *comunicación alternativa* y *contrainformación* señalando que se tratan de categorías ajenas a los objetivos de los proyectos con los que trabajan, es decir, cercos de identidades creados a partir estereotipos o de oposiciones de otros contextos socio-históricos. Por ello, el libro menciona *medios sociales de comunicación* y a partir de allí elabora un mapa que incluye no sólo a medios gráficos digitales, sino también a medios radiales, impresos y televisivos radicados en distintos puntos del país.

Otra sistematización que aporta un antecedente destacado en Argentina es la realizada por Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón (2004) en su libro *Contrainformación, medios alternativos para la acción política*. Allí compilan una serie de reflexiones sobre diversas experiencias de comunicación, desde radios, televisoras, agencias de noticias y también periódicos digitales que se reconocen como alternativos. En el capítulo 'Alternatividad en Internet: tres experiencias en red', el Colectivo Cono Sur, de la Universidad de Buenos Aires, propone una matriz de análisis de medios digitales basada en los siguientes ejes: objetivos, proyecto político, organización, concepción de la comunicación, vínculo con el receptor, contenidos y financiación. A partir de los mismos analizan las experiencias de *Indymedia Argentina*, *Eco Portal* y *Red Eco*.

Uno de los trabajos más interesantes realizados en Argentina es el de Ricardo Sandoval (2010), quien en 'Sitios web contrainformativos (o de cómo la tecnología reactualiza viejas discusiones)' presenta algunos resultados de un trabajo de relevamiento de 40 sitios web que se reconocen como alternativos o de contrainformación. Sandoval también se separa de los cercos teóricos y aclara que en su investigación no hace distinción entre estas categorías y se centra en tres ejes de análisis: la relación orgánica (o no) entre estos medios con movimientos políticos y sociales, el lugar de la tecnología en la agenda alternativa propuesta y la problemática de la participación y la producción colaborativa. Entre las principales conclusiones del artículo, el autor señala que a pesar que los proyectos que analiza recogen la tradición de la comunicación alternativa y popular de América Latina, en la mayoría de los sitios analizados no encontró un anclaje de dicho proyecto con un colectivo orgánico. Además señala que desde una perspectiva estrictamente comunicacional, los contratos de lectura establecidos por estos medios con sus lectores/visitantes “no muestran mayores diferencias, ya que tienden a

un notable grado de control sobre su contenido, limitando hasta roles marginales las posibilidades de participación” (Sandoval, 2010: 13).

El proyecto global de *Indymedia* ha sido objeto de diversos trabajos. Además del análisis del Colectivo Cono Sur y del propio Sandoval, encontramos diversos aportes en el texto de Sara Platon y Mark Deuze (2003). Allí presentan la experiencia de dicha propuesta y contrastan su oferta político-comunicacional con las lógicas periodísticas y organizativas de los grandes medios comerciales. En la misma línea de trabajo encontramos el texto de Tony Harcup (2003), 'The unspoken-said', quien realiza un análisis comparativo de los medios alternativos de Inglaterra, a partir de sus contenidos y de entrevistas a miembros de KDIS.org.uk, un medio digital que se reconoce como alternativo. El autor destaca que las condiciones técnicas de Internet posibilitaron la emergencia de medios alternativos a partir de las reducciones de costos y tiempos que implican las nuevas tecnologías para la producción de información. Señala que la propuesta de KDIS puede enmarcarse en la corriente de *periodismo cívico*, revisada por Clemencia Rodríguez (2001). Señalan que, en su mayoría, los proyectos de comunicación alternativa suelen tener corta duración y se caracterizan por sus escasos recursos, pero que sin embargo, proponen considerarlos como *constantemente históricas y siempre en flujo*. Agregan que dichos medios sí se diferencian de los grandes proyectos comerciales, sobre todo en la relación entre los productores de la información y sus fuentes. En este sentido, el autor destaca la posibilidad de que los estos medios puedan crear *esferas públicas alternativas* y nuevas narrativas de resistencias.

John Downing (2010) es autor de varios textos en los que analiza los medios comunitarios y alternativos. En 'Nanomedios de comunicación' el autor realiza una breve reseña de conceptos tales como *medios alternativos, de contrainformación, medios comunitarios, medios en red (móviles e Internet)*, entre otros, y señala que prefiere el término *medios de movimientos sociales*, ya que considera las posibilidades de comunicación de movimientos de todo tipo, “desde revistas de parroquias hasta boletines de mezquitas, desde zines hasta páginas web de fans” (2010: 6), y que constriñe las tecnologías de los medios y sus usos a las verdaderas relaciones sociales y cambios sociológicos. También señala que prefiere una combinación entre los conceptos de *medios comunitarios* y *medios en red*, ya que en los primeros, con su continuo activismo social, desarrollan *el espeso tejido cultural de sus cotidianas vidas*,

y como consecuencia se convierten en tierra fértil del activismo político. Downing señala que la extensión de dichas conexiones de red sociales a través de los medios digitales es importante a largo plazo, “así como en situaciones de emergencia inmediata y de drama impresionante” (2010: 25).

5. CONCLUSIONES

Como señalamos en la primera parte, esta breve sistematización de aportes teóricos no pretende resumir o encasillar la variedad de estudios sobre la digitalización de las noticias. En todo caso, pretendemos dar cuenta de una diversidad de intereses y considerarlos como una totalidad de discursos, es decir, como un mapa de diversas producciones simbólicas que dan cuenta de los nuevos lenguajes periodísticos y las prácticas que éstos involucran. Podemos considerar que dicha variedad y los modos en que cada perspectiva recorta un aspecto específico de los procesos que nos interesan son el resultado de diversas estrategias que elaboran actores tan disímiles como el mercado, el campo académico y las organizaciones sociales ante las nuevas tecnologías. Es decir, nos interesa considerar el carácter dialógico que asumen los discursos sobre los nuevos medios y las prácticas sociales que dichos discursos estudian.

En este sentido, la reconstrucción histórica de los procesos de digitalización, planteada en el primer eje, permite reconocer las distintas instancias que atravesaron no solamente los formatos periodísticos, sino también las estrategias institucionales de las empresas de medios. La mayoría de los autores interesados por dichos procesos coinciden, por ejemplo, en que nunca fueron claros los modelos de negocio de los medios. La publicidad siempre fue la principal fuente de ingreso económico y ni siquiera en las grandes empresas dicho modelo les permitió proyectar de manera sustentable sus proyectos. Boczkowski señala que la mayoría de los periódicos del mundo asumieron una actitud reactiva ante la aparición de Internet, es decir, los medios comenzaron a disputar un espacio en la Web solamente después de que el público pareció mostrar suficientes señales de interés por ella y que algunos emprendedores ya hubiesen tenido éxito, tales como los portales de Netscape y Yahoo (2006). Los medios entonces, comprendieron que debían diversificar sus estrategias para no perder terreno en la industria de las noticias, en un escenario de incertidumbre que planeaba la nueva forma de comunicación. Esta incertidumbre es factible de reconstruir precisamente a través de

una perspectiva histórica, que considere cada estadio de los periódicos digitales como etapas atravesadas por lógicas que no dependen solamente de las posibilidades técnicas que ofrecía la informática de ese momento.

En el segundo eje de análisis podemos reconocer ciertas demandas sobre la práctica periodística para luego aplicarlas en nuevos formatos del lenguaje digital. Estos procesos son interesantes de verlos también de modo dialógico y entre todos los trabajos destacamos el aporte de Núria Almiron y Joseph Jarque, quienes reconocen de manera muy específica el vínculo entre las corporaciones tecnológicas y las universidades cuando analizan la reconversión de la oferta de las facultades de periodismo a partir de la aparición de Internet. Los autores mencionan la aparición de cursos profesionalizantes para la incorporación de técnicas digitales y la presencia de factores endógenos y exógenos en la incorporación de estos contenidos. Entre los factores exógenos señalan la presión del mercado, la penetración de las tecnologías en la sociedad y las políticas estatales de fomento tecnológico. Entre los aspectos endógenos destacan la redefinición de las políticas universitarias, la flexibilidad del sistema educativo y la motivación por parte del profesorado de incorporar contenidos digitales. Sin duda que estos aspectos no sólo condicionaron la oferta académica, sino también los ejes de investigación de las universidades y las demandas del propio campo periodístico sobre sus profesionales.

Finalmente el tercer eje analizado permite reconocer una serie de trabajos que si bien tienen una concepción más instrumental de las nuevas tecnologías, ponen el foco en los procesos político-culturales que se despliegan en torno a proyectos colectivos que utilizan los medios digitales para plantear alternativas de comunicación. Encontramos en estos estudios la necesidad de leer las prácticas que analizan a partir de múltiples dimensiones teóricas ya que en ellas se cruzan las cuestiones vinculadas al poder, el trabajo colectivo y la búsqueda de otros modelos de ejercer el trabajo periodístico con los nuevos medios.

Si bien estos tres ejes de análisis no conforman una tradición teórica dentro del campo académico, consideramos de gran interés analizar los discursos sobre los nuevos medios desde una perspectiva que reconozca algunos cruces y acercamientos entre los distintos tipos de estudios. Esta modalidad dialógica permitiría considerar múltiples dimensiones

en el abordaje de casos, no solamente de los periódicos digitales en sí, sino también de los proyectos sociales, culturales y políticos que sostienen dichos medios. Al mismo tiempo, una consideración global de los casos analizados puede ofrecer un mapa más amplio que permita reconocer ciertos posicionamientos que asume el campo académico frente a las innovaciones del campo periodístico desde una perspectiva que también incluya la dimensión crítica de dichos procesos. Quizás de esta manera, los discursos mitológicos sobre las tecnologías podrán convertirse en perspectivas más complejas, que vayan más allá de la amnesia histórica o de la consideración lineal de los procesos de mediatización y puedan enriquecer con una mirada multidimensional del estudio de los nuevos medios.

BIBLIOGRAFÍA

Albornoz, L. (2007). *Periodismo Digital: los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires, La Crujía.

Almiron N. y Jarque J. M. (2008). *El mito digital: Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. Barcelona, Anthropos.

Bardoel, J. y Deuze, M. (2001). 'Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism' en *Australian Journalism Review*. vol. 23, no. 3.

Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Buenos Aires, Manatíal.

Bolaño, C. (2009). 'Jornalismo online, reflexões a partir da economia política da comunicação' en Sel, S. (comp.) (2009), *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*. Buenos Aires, CLACSO.

Canavilhas, J. (2007). 'Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW'. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã, Labcom Books.

Centro Knight para el Periodismo en las Américas (2009). 'El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe'. Austin, Universidad de Texas.

Colectivo Conosur (2004). 'Alternatividad en Internet: tres experiencias en la red'. En Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comp) (2004), *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires, Ediciones Continente.

Cooperativa de Trabajo La Vaca (2006). *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. Buenos Aires, La Vaca, Editora.

Cuesta, A. y Zelcer, M. (2002). 'Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos'. Ponencia en Jornadas de Formación en el Periodismo y la Com. Social en la Convergencia Digital, Buenos Aires.

Díaz Noci, J. y Meso, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Downing, J. (2010). 'Nanomedios De Comunicación: ¿Medios de comunicación comunitarios? ¿O de red? ¿O de movimientos sociales? ¿Qué importancia tienen? ¿Y su denominación?'. Conferencia presentada en “Medios comunitarios, movimientos sociales y redes”. Cátedra UNESCO de Comunicación InCom-UAB - Fundación CIDOB (Centro de Estudios y Documentación Internacionales de Barcelona), Barcelona.

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la Web*. Austin, University of Texas : Knight Center of Journalism.

Franciscato, C. E. (2004). 'As novas configurações do jornalismo no suporte online' em Eptic Online, Vol. Vi, nº 3.

Gilmour, D. (2004). *We the media: grassroots journalism by the people for the people*. O'ReillyMedia.

Harcoup, T. (2003). 'The unspoken-said. The journalism of alternative media' en Journalism, Vol. 4(3). Sage Publications.

Mangone, C. (2005). 'Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales. Los modos de la moda en la teoría social. Diez Propuestas'. Ponencia. Universidad de Buenos Aires.

Mata, M. C. (2005). 'La búsqueda de alternativas 25 años después'. Ponencia en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, Santiago de Chile.

Mielniczuk, L. (2001). 'Características e Implicações do Jornalismo na WEB'. Ponencia en el II Congresso da SOPCOM, Lisboa.

Mattelart, A. (2000). 'The mythology of progress: Communication breeds democracy', en *Le Monde Diplomatique*, diciembre.

Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge, MA, MIT Press.

Palacios, M.; Mielniczuk, L.; Barbosa, S.; Ribas, B.; Narita, S. (2002). 'Um mapeamento de características e tendências no jornalismo *online* brasileiro e português'. Ponencia presentada en el XXV Intercom. Salvador.

Pavlik, J. V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación.

Platon, S. y Deuze, M. (2003) 'Indymedia journalism: a radical way of making, selecting and sharing news?', en *Journalism*, Vol 4(3). Sage Publications.

Orihuela, J. (2005). 'Weblogs y blogosfera', en *Blogs la conversación en Internet que esta revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madrid, ESIC.

Rodríguez, C. (2001). 'Fissures in the Mediascape'. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Rost, A. (2006). 'La interactividad en el periódico digital'. Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona.

Salaverría, R. (2008). 'Ciberperiodismo. Diez años de prensa digital en España'. En: Fernández Sanz, Juan José (ed.) *Prensa especializada*. Madrid, Doce calas.

Salaverría, R. (1999). 'De la pirámide invertida al hipertexto'. En *Novática* (Revista de la Asociación de Técnicos de Informática), vol. 142.

Sandoval, R. (2010). 'Sitios web contrainformativos (o de cómo la tecnología reactualiza viejas discusiones)' en Revista Oficios Terrestres, Vol 26, No 26. Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

Simpson Grinberg, M. (Comp.) (1981). *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*, UNAM: México.

Verón, E. (2005). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, Gedisa.

Verón, E. (2001). 'Entrevista a Eliseo Verón', en portaldelacomunicacion.com, realizada por Liliana Demirjian, Italia, julio.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004). 'Desarmando espejismos', en Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (comp) (2004), *Contrainformacion: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires, Ediciones Continente.

Resumen

Los trabajos enfocados en estudiar los procesos de digitalización de las noticias ya no constituyen un tema incipiente en el campo de la comunicación. Pasaron más de 15 años de la aparición de los primeros formatos *online* de los periódicos y ya es posible encontrar diversos tipos de abordajes académicos que dan cuenta de preocupaciones teóricas y metodológicas sobre los modos de abordar los procesos de digitalización de las noticias. En el siguiente trabajo presentaremos una síntesis de los principales aportes realizados en Iberoamérica y Estados Unidos con el objeto agrupar 3 matrices que en general han guiado a los intereses de estos trabajos: a) relevar las primeras experiencias de digitalización de periódicos ya reconocidos, b) analizar las nuevas características que asume la práctica periodística y los componentes discursivos de los nuevos formatos periodísticos y c) reconocer la emergencia de nuevos actores que comienzan a disputar el campo periodístico.

Palabras clave

Periodismo digital, estudios sobre periodismo, discurso social y medios de comunicación.

Abstract

The academic works focused on the news digitization process are not a new topic in the communication studies. 5 years have passed since the firsts digital newspapers in Argentina and in the world and now we can find many theoretical and methodological proposals about how we can study the new media. In this paper we offer a summary of the major studies developed in Ibero-America and EEUU to find 3 groups of interests that have guided those works: a) works about the first digitalization experiences of the major newspapers, b) works about the new characteristics of the journalism job and the discursive components of the new plataforms and c) works about the new doers disputing the journalism field.

Keywords

Digital journalism, journalism studies, social discourse and media.