

Artículos

Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia

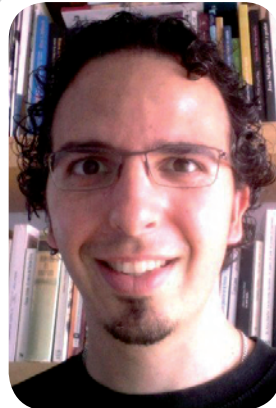
Por Pere Masip, Javier Díaz-Noci, David Domingo, Josep-Lluís Micó-Sanz y Ramón Salaverría



Pere Masip es doctor en periodismo por la Univ. Ramon Llull (URL), licenciado en geografía e historia y diplomado en biblioteconomía y documentación por la UB. Es profesor en la Facultat de Comunicació Blanquerna de la URL, donde codirige el grupo de investigación Digilab. Es autor de diversas monografías y artículos sobre periodismo digital y sobre la incidencia de las tecnologías digitales en la práctica periodística.



Javier Díaz-Noci es profesor titular de universidad. Ha sido docente en la Univ. del País Vasco y la Univ. Pompeu Fabra de Barcelona, y profesor visitante de las universidades de Oxford (Reino Unido) y Federal de Bahía (Brasil). Autor de diversos libros y artículos sobre ciberperiodismo, ha coordinado una red hispano-brasileña de cooperación sobre comparación de medios digitales, y ha participado en numerosas investigaciones sobre la cuestión.



David Domingo es profesor de periodismo digital de la Universitat Rovira i Virgili. Ha sido profesor visitante en la University of Iowa (Estados Unidos) y coordinador del posgrado UOC-El Periódico de periodismo digital. Autor de diversos trabajos sobre ciberperiodismo, actualmente investiga tendencias del periodismo contemporáneo como la convergencia de medios y el periodismo ciudadano.



José-Lluís Micó-Sanz es periodista y profesor de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, donde también es coordinador del grado de periodismo y codirige el grupo de investigación Digilab. Doctor por la Universidad Politécnica de Valencia, es autor de diversos libros y artículos sobre la digitalización de los medios y los nuevos perfiles profesionales en el sector de la información.

Resumen: *Se realiza una revisión del estado del arte de la investigación internacional en ciberperiodismo. El estudio se centra en el análisis de las principales aproximaciones producidas en cuatro de las áreas más significativas de la disciplina. Tres de ellas constituyen las principales características que definen el discurso digital: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad; mientras que la última se centra en la convergencia periodística, uno de los campos más prolíficos en los últimos años. La revisión de la literatura permite observar la evolución en los enfoques utilizados en las investigaciones a lo largo de los últimos 20 años, así como la incorporación de nuevas metodologías.*

Palabras clave: *Investigación, Ciberperiodismo, Hipertextualidad, Multimedialidad, Interactividad, Convergencia, Estado del arte.*

Title: **International research on online journalism: hypertext, interactivity, multimedia and convergence**



Ramón Salaverría es doctor en periodismo por la Universidad de Navarra, donde dirige el Departamento de Proyectos Periodísticos. Actualmente es presidente de la Journalism Studies Section, de la European Communication Research and Education Association (Ecrea), la mayor organización europea de investigadores en comunicación. Es autor de numerosas publicaciones sobre ciberperiodismo.

Artículo recibido el 02-07-10
Aceptación definitiva: 23-09-10

Abstract: *This article aims to offer the state of the art of international research in online journalism. This work focuses its attention on four of the main features of the field. Three of these comprise the characteristics of digital discourse: hypertextuality, interactivity and multimediality; the fourth one is media convergence, one of the most prolific fields in recent years. A review of literature reveals the evolution of approaches and methodologies used in the last 20 years.*

Keywords: *Research, Online journalism, Hypertextuality, Interactivity, Multimediality, Convergence, State of the art.*

Masip, Pere; Díaz-Noci, Javier; Domingo, David; Micó-Sanz, Josep-Lluís; Salaverría, Ramón. “Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia”. *El profesional de la información*, 2010, noviembre-diciembre, v. 19, n. 6, pp. 568-576.

DOI: 10.3145/epi.2010.nov.02

Introducción

El periodismo en internet tiene poco más de 15 años. A pesar de su juventud en él se depositaron y todavía se depositan parte de las esperanzas del futuro del periodismo. Múltiples autores vaticinaban que internet revolucionaría el periodismo (Dahlgren, 1996; Deuze, 1999; Heinonen, 1999; Pavlik, 2001) de la mano de las oportunidades que ofrece el hipertexto, la interactividad, el multimedia, la personalización o la actualización constante —algunas de las características del nuevo periodismo en la Red—. David Domingo (2006) catalogó esas primeras aportaciones teóricas a la investigación del ciberperiodismo como utópicas y basadas en expresiones de deseo.

Esa primera oleada de trabajos dio paso a principios del nuevo milenio a aproximaciones empíricas que testimoniaron que el periodismo en la Red no lograba satisfacer las expectativas anunciadas. Mediante el uso de técnicas de análisis de contenido (Dibean; Garrison, 2001; Singer, 2001; Paulussen, 2004; Salaverría, 2005a) o encuestas y/o entrevistas a los periodistas (Singer, 1997; Deuze; Dimoudi, 2002; Quandt et al., 2003; O’Sullivan, 2005), un amplio abanico de autores constataban que los medios no aprovechaban todas las posibilidades que internet ofrecía.

Hay un tercer núcleo de trabajos que desde aproximaciones constructivistas y el empleo de técnicas etnográficas han contribuido a un mejor conocimiento de los factores que inciden en la adopción y el uso de internet en los medios de comunicación (Boczkowski, 2002; Singer, 2004).

El presente artículo pretende mostrar las principales aportaciones al estudio del ciberperiodismo. Para ello centra su interés en cuatro aspectos específicos de la disciplina: la hipertextualidad, la interactividad (en particular, la participación), la multimedialidad y la convergencia.

Todos ellos ejemplifican en buena medida la evolución de la investigación en periodismo digital. Los

tres primeros se refieren a algunos de los rasgos distintivos del periodismo digital, sobre los cuales se asienta la disciplina y las esperanzas de un mejor periodismo. La convergencia mediática centra buena parte de las investigaciones más recientes, que enlazan con la tercera oleada esbozada anteriormente.

Hipertextualidad

Una de las características primordiales de la narración ciberperiodística es el hipertexto —del que se deriva al menos en parte la interactividad—.

Aunque el concepto de hipertexto data de los años 60, su análisis como área de conocimiento científico hay que situarlo en la década de 1980. El paso al estudio sobre el hipertexto y la información periodística se produce al filo del cambio de siglo. Esas primeras aproximaciones al hipertexto informativo se plantearon con frecuencia como un repertorio de consejos (McAdams; Berger, 2001), e intentaban explicar las características de la información periodística en internet. La revista francesa *Communication et langages* publica en 2001 dos artículos firmados por Valérie Jeanne-Perrier y Dominique Cotte respectivamente, que describen internet desde el punto de vista del periodismo e identifican las características del texto en la Red. También relevante es la aportación de Herre Van-Oostendorp y Christof Van-Niemwegen (1998), sobre la legibilidad y disposición de los bloques de texto y de los nodos.

Paralelamente surge un conjunto de artículos que podríamos denominar de transición, que centran su atención en los aspectos específicos de la noticia hipertextual (Deuze, 1998; 2001). El profesor holandés anuncia una nueva generación de medios que aportan valor añadido a los impresos, aunque no describe cómo lo conseguirán. En el mismo sentido pero de forma más explícita se manifiesta Daniel Cunliffe (2000), que aboga por la personalización y el uso del hipertexto para imponer nuevas estructuras narrativas. Bruno Giussani (1997) aprecia contradicciones entre los re-

sultados de la investigación empírica –aún escasa– y las expectativas a las que invita la teoría sobre las estructuras cognitivas. Concluye defendiendo la necesidad de adaptar las formas tradicionales de presentación narrativa aumentando el abanico de itinerarios que respondan a los modos en que el lector otorga sentido a la información.

En los últimos años han proliferado las investigaciones centradas en los modos de lectura y recepción. Destacan las aportaciones de **Díaz-Noci** (2009) y **Wilson, Hamzah y Khattab** (2003) así como las que analizan las posibilidades que el ciberperiodismo ofrece al aprendizaje (**Lowrey; Kim**, 2009), o los modelos de evaluación desde el punto de vista de la documentación (**Hu; Wang; Zhou**, 2009).

La determinación de las estructuras hipertextuales, sus enlaces y sus potencialidades es un área de interés bastante extendida (**Mielniczuk; Palacios**, 2001; **Salaverría et al.**, 2004; **Larrondo**, 2005; **Canella; Albarello; Tsuji**, 2004), aunque con frecuencia se han visto contradichas con análisis de contenido que relativizan las esperanzas depositadas en las posibilidades del hipertexto (**Salaverría**, 2005b; **Boczowski; De-Santos**, 2007; **Domingo**, 2008; **Quantd**, 2008).

“La determinación de las estructuras hipertextuales, sus enlaces y sus potencialidades, es un área de interés bastante extendida”

Las propuestas en torno a cómo deben ser las noticias en internet parten de estudios de recepción. Dos autores deben ser mencionados especialmente: el noruego **Martin Engebretsen** (1997; 2006) y el portugués **João Canavilhas** (2006).

Hay que citar también algunas críticas a la investigación sobre hipertexto. **Bettetini, Gasparini y Vittadini** (1999) ponen de manifiesto las limitaciones de lo que denominan la “escuela estadounidense” encabezada por **George Landow**, que parte de la teoría literaria y la psicología cognitivista, y a la que **Carlos Scolari** (2004) tilda de “deconstruccionista”. Frente a ello, proclaman la primacía de la “escuela franco-italiana”, que prefiere analizar el fenómeno hipertextual desde la semiótica. Otras críticas son aún más radicales: **Jean Davallon e Yves Jeanneret** (2004) consideran que ni siquiera es correcto estudiar el hipertexto como una combinación de nodos y enlaces.

Son varios los autores que han subrayado que la world wide web emplea una concepción del hipertexto

limitada. **Wendy Hall** (2000) prefiere recordar que la técnica hace posible la generación dinámica de hipervínculos (lo que hacen los buscadores y, en general, cualquier arquitectura de la información en bases de datos): la vinculación asociativa, que no llegará a materializarse hasta que no se haga realidad la llamada web semántica.

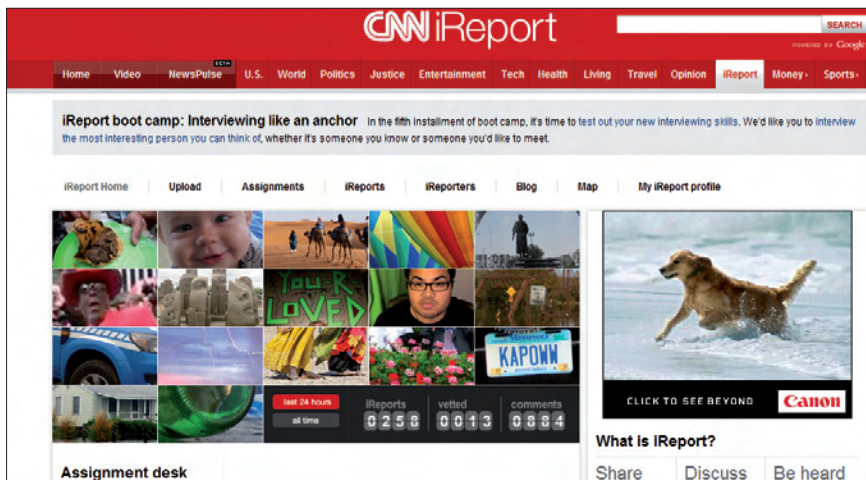
Como recuerda **Marcos Palacios** (2005), *Natura non facit saltum*, y por tanto, el paso del periodismo impreso al hipertextual ha potenciado lo que ya había de multilineal y de lectura transversal en los medios que conocíamos, en vez de acogerse a todas las posibilidades del hipertexto (**Nolan**, 2003).

Interactividad

Es una de las palabras clave del periodismo en internet. Algunos autores le adjudican un rol central en los medios digitales (**Dibean; Garrison**, 2001; **Outing**, 2002). **Alejandro Rost** (2006) recuerda que el problema de la interactividad es que se ha convertido en un comodín útil para definir diversos conceptos e identifica tres modelos: la selectiva, que permite que el usuario interactúe con los contenidos (**Kenney; Gorelik; Mwangi**, 2000; **Pavlik**, 2001) y que se imbrica directamente con el hipertexto; la comunicativa o participativa, que posibilita la interacción entre individuos (**Dahlgren**, 1996; **Deuze**, 1999; **Hall**, 2001; **Kawamoto**, 2003); y la productiva, en la que el lector puede aportar contenidos propios (**Deuze**, 1999; **Bardoel**, 1996).

La puesta en marcha de espacios de participación marca la última gran tendencia en la evolución del periodismo digital. Se trata de un fenómeno asociado a las innovaciones tecnológicas y de usos sociales de la Red (**Bruns**, 2005), pero también a la tradición del periodismo cívico (**Paulussen et al.**, 2007). Autores como **Gillmor** (2004) atribuyen al denominado periodismo participativo una oportunidad para reinventar el oficio, haciéndolo más transparente para superar la crisis de credibilidad de la profesión. La investigación empírica sugiere que las redacciones periodísticas han desarrollado los espacios de participación principalmente impulsados por intereses económicos (fidelizar a la audiencia, aumentar el tránsito) e intentando minimizar su incidencia en los procesos de producción informativa (**Hermida; Thurman**, 2008; **Vujnovic et al.**, 2010).

Los blogs supusieron la primera plasmación relevante de las utópicas propuestas de los años 1990, que prometían que la interactividad revolucionaría el periodismo (**Paulussen et al.**, 2007). Algunos autores (**Bruns**, 2005) han teorizado sobre un cambio de paradigma, del *gatekeeper* del poderoso periodista tradicional al *gatematching* colectivo, donde la abundancia de información y el espacio ilimitado de internet hacen



Ejemplo de interactividad: iReport, de CNN, <http://ireport.cnn.com/>

que lo más razonable sea apuntar dónde hay reflexiones y datos de interés, algo que los bloggers hacen continuamente.

“Los blogs han multiplicado las voces que conforman la actualidad periodística pero no han cambiado la esencia de la práctica profesional”

Sin duda los blogs han multiplicado las voces que conforman la actualidad periodística, cubriendo espacios descuidados por los grandes medios (Lowrey, 2006; Domingo; Heinonen, 2008), pero no han cambiado la esencia de la práctica profesional. Los bloggers que no son periodistas se resisten a definirse a sí mismos como agentes de cambio o como competencia hacia los periodistas (Matheson, 2004). Cuando buscan consolidarse como autores de referencia, reproducen rutinas propias de la profesión, en lugar de crear nuevas (Lowrey; Latta, 2008). Los periodistas con blog tienden a reproducir las rutinas y valores tradicionales del periodismo (Singer, 2005; Robinson, 2006).

Tras años de trabajos en los que se describían las formas de participación y las oportunidades que ofrecían, las investigaciones más recientes han prestado mayor atención a las actitudes de los periodistas profesionales ante la proliferación de espacios de participación. Los resultados son muy similares en diferentes países: Estados Unidos (Chung, 2007), Gran Bretaña (Hermida; Thurman, 2008; Williams et al., 2010), Holanda (Bakker; Pantti, 2009), Alemania (Neuberger; Nuernbergk, 2010). Mediante entrevistas con responsables de las redacciones se constata que pesa mucho la voluntad de preservar el prestigio del medio: los periodistas se muestran preocupados para que las

aportaciones de la audiencia cumplan con los estándares de calidad, lo que les lleva a implantar filtros de moderación que refuerzan el papel de *gatekeeper* del profesional. Las oportunidades para la participación suelen definir a la audiencia activa como fuente o público, manteniendo la selección informativa como espacio exclusivo de los profesionales (Domingo et al., 2008). Singer y Ashman (2009) han centrado su interés en las implicaciones de la participación desde una perspectiva ética y Carlos Ruiz y colaboradores han investigado la calidad de los debates públicos en los comentarios a las noticias.

El fenómeno del periodismo ciudadano, cuando la audiencia produce noticias o material informativo de interés (vídeos, fotos), es el que ha sido menos estudiado de forma sistemática. Sabemos poco sobre las motivaciones de la audiencia para participar. Tenemos algunos datos sobre la importancia de las aportaciones ciudadanas en desastres naturales o situaciones políticas convulsas (Allan; Thorsen, 2009), pero sólo en Israel se han investigado las rutinas de trabajo de los periodistas ciudadanos (Reich, 2008). La dificultad de acceso a las fuentes oficiales es el principal problema de estas iniciativas, junto con la falta de conocimientos sobre redacción y la debilidad organizativa. Los amateurs tienden a producir de forma irregular y muchos abandonan pronto.

“El fenómeno del periodismo ciudadano, cuando la audiencia produce material informativo de interés, es el menos estudiado”

Multimedialidad

Es otra de las características que definen el ciberperiodismo; sin embargo es la que ha despertado un interés más limitado entre los investigadores. Ello puede ser debido a la escasa presencia de contenidos audiovisuales en los medios online, en los que todavía predominan los contenidos textuales (Van-der-Wurff; Lauf, 2006).

Como se verá en el epígrafe dedicado a la convergencia, la literatura sobre el uso de contenidos audiovisuales se ha centrado fundamentalmente en el estudio de los contenidos multimedia como parte de un proceso

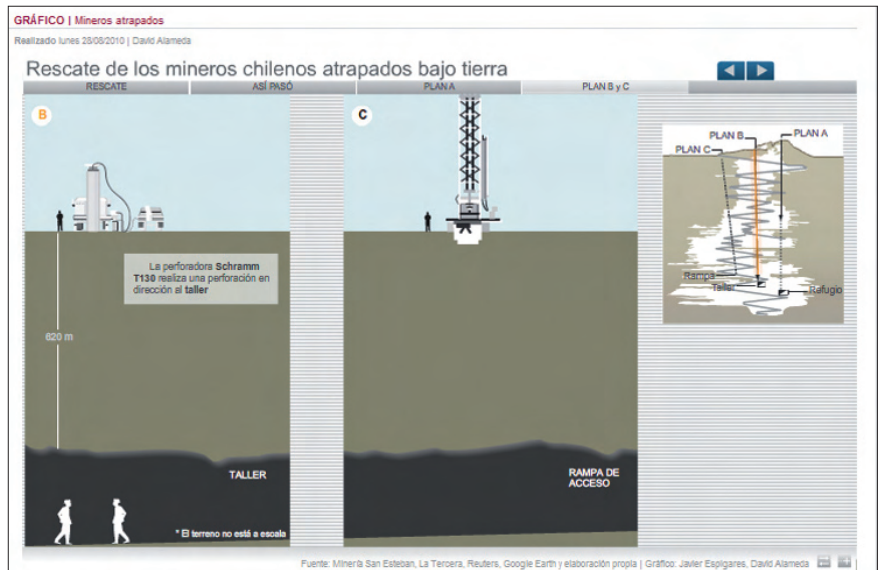
de convergencia periodística. **Mark Deuze** (2004) equipara el periodismo multimedia a la convergencia y lo desvincula del periodismo digital. En el mismo sentido se expresan **Ruth De-Aquino et al.** (2002) en su investigación sobre el panorama multimedia europeo. La narrativa digital utilizando múltiples medios es concebida como un elemento potencial pero no definitorio del periodismo online (**Deuze**, 2003).

Una parte importante de las investigaciones se han centrado en analizar el uso y la adopción de la multimedialidad en los medios digitales, habitualmente mediante técnicas de análisis de contenido. La mayoría coincide en subrayar que el uso de contenidos audiovisuales en los medios digitales no es un fenómeno nuevo, sino que ha estado presente desde las primeras experiencias en la Red, aunque sin una apuesta decidida en cuanto a sus posibilidades narrativas (**Neuberger et al.**, 1998; **Schultz**, 1999). **Schroeder** (2004), en un análisis específico sobre el uso de la infografía interactiva en periódicos de 15 países, destaca la escasa explotación de este tipo de recursos. España sería la excepción, con ejemplos singulares en *El mundo* o *El país*.

“A partir de mediados de los años 2000 se observa un incremento de la presencia de contenidos multimedia, en especial del vídeo”

A partir de mediados de los años 2000 se observa un incremento de la presencia de contenidos multimedia (**Greer; Mensing**, 2006), en especial del vídeo. Así se pasó de un 42% de cibermedios con vídeos en 2005 (**Huang**, 2007) al 92% de 2007 (*Bivings Group*, 2007). **John Russial** (2009) matiza el optimismo de *The Bivings Group* y sitúa en un 50% la cifra de medios que producen vídeos semanalmente, concretando que sólo los de mayor envergadura lo hacen cada día, y recordando que a pesar de que la industria se dirige hacia el trabajo multiplataforma, los medios digitales no lo hacen de forma tan rápida como algunos decían.

Todas estas investigaciones comparten un común denominador: no analizan cuándo se producen, quiénes lo hacen, ni por qué. Este vacío lo intenta llenar un conjunto de investigadores que han realizado algunas de las aportaciones más destacadas en la investigación



Ejemplo de multimedia: gráfico interactivo de *El mundo*
<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/graficos/ago/s3/mineros.html>

del ciberperiodismo. Todos comparten metodología: la etnografía.

Cottle y Asthon (1999) abordaron el incipiente proceso de convergencia que vivió la *BBC* a finales del siglo pasado y marcaron una senda seguida por múltiples trabajos (**Boczkowski**, 2004; **Dupagne; Garrison**, 2006; **Domingo**, 2006; **Williams; Franklin**, 2007). **Pablo Boczkowski** examinó la cultura de tres redacciones y sus dinámicas internas para determinar las circunstancias que conducen a la adopción de tecnologías multimedia e interactivas. Entre los más recientes, mención específica merece el trabajo de **Neil Thurman y Ben Lupton** (2009), que observan que la incorporación de los contenidos multimedia y el vídeo *storytelling* obedece a una estrategia de respuesta a la crisis. Su trabajo revela la existencia de un elevado grado de experimentación en los cibermedios analizados, aunque sin tener claro el camino a seguir, sin la certeza de saber qué funcionará y qué no lo hará.

Todos ellos ponen sobre la mesa además las nuevas habilidades que se les exigen a los redactores, que no sólo elaboran las noticias escritas sino que cada vez con mayor frecuencia deben asumir también la producción de contenidos audiovisuales. Lo mismo ocurre con los fotógrafos, responsabilizados ahora no sólo de tomar instantáneas sino también de grabar en vídeo los eventos que tienen asignados.

Desde la perspectiva de la recepción existe cierta unanimidad en defender que la incorporación de los contenidos multimedia en la Web, en particular del vídeo, no puede regirse por la mera yuxtaposición de contenidos (**Deuze**, 2001; **Salaverría**, 2005c; **Canavilhas**, 2007; **Micó-Sanz; Masip**, 2008). Sin embargo prácticamente no hay estudios que analicen el modo más atractivo, interesante y enriquecedor para la audiencia de llevar a cabo dicha integración. Algunas in-

vestigaciones indican que no existe evidencia de que la incorporación de contenidos multimedia mejore el proceso comunicativo (Hoogeveen, 1997). Y algunas aproximaciones experimentales (Sundar, 2000; Berry, 1999) demuestran que la inclusión de información audiovisual no influye en la comprensión de las noticias e incluso puede llegar a ser contraproducente.

João Canavilhas (2007), en su investigación sobre modelos periodísticos para internet, confirma que la incorporación de contenidos multimedia en una noticia (formada por la combinación de texto e imágenes en movimiento) es percibida por los lectores como una innovación, y su consumo resulta más satisfactorio que el de las estrictamente textuales. Igualmente la noticia multimedia fue evaluada como más atractiva, interesante, más enriquecedora y más simple. Sin embargo los participantes en su experimento no consideraban que la incorporación de un vídeo convirtiera la noticia en más adecuada que la misma en formato exclusivamente textual. Cavanilhas, como Sundar o Berry, tampoco encontró diferencias significativas entre condiciones en la percepción de la comprensión.

Convergencia

A medida que los cibermedios han consolidado su espacio en el seno de las empresas periodísticas, han comenzado también a coordinarse mejor con sus predecesores clásicos. Estos fenómenos de adaptación mutua entre viejos y nuevos medios se detectan en múltiples esferas, especialmente en cuatro: las tecnologías utilizadas, la reconfiguración logística de las empresas, el perfil de los periodistas y los lenguajes informativos. En todos estos ámbitos se están produciendo fenómenos análogos y simultáneos que se han identificado bajo una etiqueta común: convergencia.

“A medida que los cibermedios han consolidado su espacio, han comenzado a coordinarse mejor con sus predecesores clásicos”

La convergencia periodística –en sus vertientes tecnológica, empresarial, profesional y de contenidos– acapara en los últimos años buena parte del interés de los investigadores sobre ciberperiodismo. A diferencia de lo que ocurría en los años 90, estas investigaciones han superado la fase de dar carta de naturaleza a una nueva modalidad del periodismo, y han comenzado a estudiar las incipientes relaciones editoriales, logísticas y comerciales de los cibermedios con otras plataformas preexistentes.



Ejemplo de convergencia en una redacción: Daily telegraph

Durante la primera década de 2000 se ha producido una avalancha de investigaciones académicas sobre el fenómeno de la convergencia. Las primeras reflexiones fueron formuladas ya desde comienzos de los años 1980 (De-Sola-Pool, 1983). En aquellas primeras aportaciones la convergencia se describía apenas en términos tecnológicos: un solapamiento entre medios, propiciado por la sustitución de la información en soporte papel por la naciente en digital.

A partir de la popularización de internet a mediados de los años 1990, las investigaciones comenzaron a centrarse no tanto en la convergencia de los productos informativos, como en la reconfiguración logística de las propias empresas. La multiplicación de procesos de integración de redacciones desencadenada en esos años trajo consigo un considerable número de estudios de caso que desde entonces han tratado de analizar las modalidades, procedimientos y consecuencias de estos fenómenos.

Desde la perspectiva académica, esto se ha traducido en tres “escuelas” a la hora de estudiar los procesos de convergencia (Salaverría; García-Avilés; Masip, 2010). Estas tres corrientes cronológicamente consecutivas han definido respectivamente a la convergencia como: 1) un producto (De-Sola-Pool, 1983); 2) un sistema (Jenkins, 2006); y 3) un proceso (Lawson-Borders, 2003; Dailey; Demo; Spillman, 2005).

Quienes han interpretado la convergencia meramente como producto apenas se han fijado en su vertiente instrumental. Para estos autores, marcados por cierto determinismo tecnológico, la convergencia consistía en una confluencia de tecnologías que alumbraba nuevas formas sincréticas de información: los contenidos multimedia.

Esta visión tuvo su apogeo en los años 1980 y comienzos de 1990 pero, desde finales de esa década, cobró fuerza una segunda corriente que ha tendido a definir la convergencia de manera sistémica. Los autores que se alinean en esta modalidad subrayan que una correcta interpretación de la convergencia implica considerar, además de aspectos tecnológicos, otros que atañen a distintas esferas (audiencias, profesionales,

empresas, contenidos, etc.), si bien no existe consenso sobre cuáles hayan de ser esas esferas.

Por último, sin renegar de esta visión sistémica ciertas investigaciones recientes han puesto el acento sobre el carácter gradual que reviste la convergencia en los medios de comunicación. Dicho brevemente, han recordado que en el fondo toda convergencia periodística es un proceso. Por consiguiente estos estudios se han centrado en analizar los pasos que se producen en el marco de las empresas periodísticas en el camino hacia la convergencia, singularmente mediante los procesos de integración de redacciones (Erdal, 2007; Salaverría; Negredo, 2008; García-Avilés et al., 2009).

“Los cybermedios han dejado de ser un fenómeno marginal en las empresas de comunicación y son ya parte esencial del engranaje mediático”

En el marco de esta corriente, en los últimos años se han publicado numerosos estudios de casos de convergencia a escala internacional. España no ha sido una excepción y también aquí han aparecido publicaciones de este tipo (Moreno, 2009) y se han llevado a cabo proyectos de investigación al respecto (López-García; Pereira-Fariña, 2010).

Estos trabajos han puesto de relieve que, finalizada la primera década del siglo XXI, los cybermedios han dejado definitivamente de ser un fenómeno marginal en las empresas de comunicación y forman ya parte esencial del engranaje mediático.

Bibliografía citada

Allan, Stuart; Thorsen, Einar. *Citizen journalism: global perspectives*. New York: Peter Lang, 2009.

Bakker, Piet; Pantti, Mervi. “Beyond news: user-generated content on Dutch media websites”. En: *Future of journalism conference*, Cardiff Univ, 2009.

Bardoel, Jo. “Beyond journalism”. *European journal of communication*, 1996, v. 11, n. 3, pp. 282-302.

Berry, D. Leigh. *Comprehension and recall of internet news: a quantitative study of web page design*, 1999. <http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED434373>

Bettetini, Gianfranco; Gasparini, Barbara; Vittadini, Nicoletta. *Gli spazi dell'ipertesto*. Milano: Bompiani, 1999.

Boczkowski, Pablo. *Digitizing the news: innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: The MIT press, 2004.

Boczkowski, Pablo. “The development and use of online newspapers: what research tells us and what we might want to know” En: Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (eds.). *The handbook of new media*. London: Sage, 2002, pp. 270-286.

Boczkowski, Pablo; De-Santos, Martín. “When more media equals less news: patterns of content homogenization in Argentina’s leading print and online newspapers”. *Political communication*, 2007, v. 24, n. 2, pp. 167-180.

Bruns, Alex. *Gatewatching: collaborative online news production*. New York: Peter Lang, 2005.

Canavilhas, João. *Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid*, 2006. <http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-inverted-pyramid.pdf>

Canavilhas, João. *Webnoticia. Propuesta de modelo periodístico para la www*. Covilhã: Livros LabCom, 2007. <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>

Canella, Rubén; Albarello, Francisco-Javier; Tsuji, Teresa. “El uso del hipertexto en la estructura de los diarios digitales argentinos”. *Hologramática*, 2004, n. 1, pp. 137-165. http://www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica/hologramatica1_pp137-165.pdf

Chung, Deborah-Soun. “Profits and perils: online news producers’ perceptions of interactivity and uses of interactive features”. *Convergence*, 2007, v. 13, n. 1, pp. 43-61.

Cotte, Dominique. “De la Une à l’écran, avatars du texte journalistique”. *Communication et langages*, 2001, n. 129, pp. 64-78.

Cottle, Simon; Ashton, Mark. “From BBC newsroom to BBC newscentre: on changing technology and journalist practices”. *Convergence: The journal of research into new media*, 1999, v. 5, n.3, pp. 22-43.

Cunliffe, Daniel. “Trailblazing: trends in hypermedia”. *The new review of hypermedia and multimedia*, 2000, v. 6, n. 1, pp. 19-46.

Dahlgren, Peter. “Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its politics”. *Javnost: the public*, 1996, v. 3, n. 3, pp. 59-72.

Dailey, Larry; Demo, Lori; Spillman, Mary. “The convergence continuum: a model for studying collaboration between media newsrooms”. *Atlantic journal of communication*, 2005, v. 13, n. 3, pp. 150-168.

Davallon, Jean; Jeanneret Yves. “La fausse évidence du lien hypertexte: du document numérique au textiel”. *Communication et langages*, 2004, v. 140, pp. 43-54.

De-Aquino, Ruth; Bierhoff, Jan; Orchard, Tim; Stone, Martha. *The European multimedia landscape*, Mudia report, 2002.

De-Sola-Pool, Ithiel. *Technologies of freedom. On free speech in an electronic age*. Cambridge: Harvard University Press, 1983.

Deuze, Mark. “Journalism and the web. An analysis of skills and standards in an online environment”. *Gazette*, 1999, v. 61, n. 5, pp. 373-390.

Deuze, Mark. “Online journalism: modelling the first generation of news media in the world wide web”. *First Monday*, 2001, v. 6, n. 10. http://131.193.153.231/www/issues/issue6_10/deuze/index.html

Deuze, Mark. “The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online”. *New media & society*, 2003, v. 5, n. 2, pp. 203-230. <http://www.multidesign.org/lib/Mark%2BDeuze%2B-%2BThe%2Bweb%2BBand%2Bits%2Bjournalisms.pdf>

Deuze, Mark. “The webcommunicators: issues in research into online journalism and journalists”. *First Monday*, 1998, v. 3, n. 12. <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/634/555>

Deuze, Mark. “What is multimedia journalism?”. *Journalism studies*, 2004, v. 5, n. 2, pp. 139-152. <http://www.informaworld.com/smpp/content-content=a713704861~db=all>

Deuze, Mark; Dimoudi, Christina. “Online journalists in the Netherlands: towards a profile of a new profession”. *Journalism*, 2002, v. 3, n. 1, pp. 85-100.

Díaz-Noci, Javier. “Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión”. *Comunicar*, 2009, v. 17, n. 33, pp. 213-219.

Dibeau, Wendy; Garrison, Bruce. “How six online newspapers use web technologies”. *Newspaper research journal*, 2001, v. 22, n. 2, pp.79-94.

- Domingo, David.** "Interactivity in the daily routines of online newsrooms: dealing with an uncomfortable myth". *Journal of computer-mediated communication*, 2008, v. 13, n. 3, pp. 680-704.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x/pdf>
- Domingo, David.** *Inventing online journalism. Development of the internet as a new medium in four catalan online newsrooms*. Bellaterra: Univ Autònoma de Barcelona, 2006. Tesis doctoral.
<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1219106-153347/>
- Domingo, David; Heinonen, Ari.** "Weblogs and journalism: a typology to explore the blurring boundaries". *Nordicom review*, 2008, v. 29, n. 1, pp. 3-15.
http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/264_domingo_heinonen.pdf
- Domingo, David et al.** "Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers". *Journalism practice*, 2008, v. 2, n. 3, pp. 326-342.
- Dupagne, Michel; Garrison, Bruce.** "The meaning and influence of convergence". *Journalism studies*, 2006, v. 7, n. 2, pp. 237-255.
<http://com.miami.edu/car/JStudies06.pdf>
- Engebretsen, Martin.** "Hyper-news: revolution or contradiction?" En: *Procs of the 8th ACM conf on hypertext and hypermedia*, 1997.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.39.2974&rep=rep1&type=pdf>
- Engebretsen, Martin.** "Shallow and static or deep and dynamic? Studying the state of online journalism in Scandinavia". *Nordicom review*, 2006, v. 27, n. 1, pp. 3-16.
http://www.itu.dk/people/jgve/pdf/226_engebretsen.pdf
- Erdal, Ivar-John.** "Researching media convergence and crossmedia news production. Mapping the field". *Nordicom review*, 2007, v. 28, n. 2, pp. 51-16.
http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/255_erdal.pdf
- García-Avilés, José A. et al.** "Newsroom integration in Austria, Spain and Germany. Models of media convergence". *Journalism practice*, 2009, v. 3, n. 3, pp. 285-303.
<http://www.informaworld.com/smpp/ftinterface~content=a909864682~fulltext=713240930~frm=content>
- Gillmor, Dan.** *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly, 2004.
<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/>
- Giussani, Bruno.** "A new media tells different stories". *First Monday*, 1997, v. 2, n. 4.
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/521/442>
- Greer, Jennifer D.; Mensing, Donica.** "The evolution of online newspapers: a longitudinal content analysis, 1997-2003". En: Xigen Li (Ed.). *Internet newspapers: the making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006, pp. 13-32.
- Hall, Jim.** *Online journalism: a critical primer*. London: Pluto Press, 2001.
- Hall, Wendy.** "The button strikes back". *The new review of hypermedia and multimedia*, 2000, v. 6, n. 1, pp. 5-17.
- Heinonen, Ari.** *Journalism in the age of the net*. Tampere: Tampere University Press, 1999.
<http://acta.uta.fi/haekokoversio.php?id=2306>
- Hermida, Alfred; Thurman, Neil.** "A clash of cultures: the integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". *Journalism practice*, 2008, v. 2, n. 3, pp. 343-356.
- Hoogeveen, Martijn.** "Toward a theory of the effectiveness of multimedia systems". *International journal of human-computer interaction*, 1997, v. 9, n. 2, pp. 151-168.
- Hu, Biyun; Wang, Jun; Zhou, Yiming.** "Ontology design for online news analysis". En: *Procs of the 2009 WRI Global Congress on Intelligent Systems*, 2009, v. IV, pp. 202-206.
- Huang, Edgar.** "Use of rich media differs at newspaper, TV web sites". *Newspaper research journal*, 2007, v. 28, n. 3, pp. 85-97.
- Jeanne-Perrier, Valérie.** "Média imprimé et média informatisé: le leurre de la complémentarité". *Communication et langages*, 2001, n. 129, pp. 49-63.
- Jenkins, Henry.** *Convergence culture. Where old and new media collide*. Nueva York: New York University Press, 2006.
- Kawamoto, Kevin (ed.).** *Digital journalism: emerging media and the changing horizons of journalism*. Lanham [etc.]: Rowman and Littlefield, 2003.
- Kenney, Keih; Gorelik, Alexander; Mwangi, Sam.** "Interactive features of online newspapers". *First Monday*, 2000, v. 5, n. 1-3.
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/720/629>
- Larrondo, Ainara.** "Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada". *Ámbitos*, 2005, n. 13-14, pp. 155-175.
<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos13-14/09larrondo.pdf>
- Lawson-Borders, Gracie.** "Integrating new media and old media: seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations". *The international journal of media management*, 2003, v. 5, n. II, pp. 91-99.
<http://www.mediajournal.org/ojs/index.php/jmm/article/viewPDFInterstitial/10/3>
- López-García, Xosé; Pereira-Fariña, Xosé (coords.).** *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Univ de Santiago de Compostela, 2010.
- Lowrey, Wilson.** "Mapping the journalism-blogging relationship". *Journalism*, 2006, v. 7, n. 4, pp. 477-500.
- Lowrey, Wilson; Kim, Kyun-Soo.** "Online news media and advanced learning: a test of cognitive flexibility theory". *Journal of broadcasting & electronic media*, 2009, v. 53, n. 4, pp. 547-566.
- Lowrey, Wilson; Latta, John.** "The routines of blogging" En: Paterson, Chris; Domingo, David (eds.). *Making online news: the ethnography of new media production*. New York: Peter Lang, 2008.
- Matheson, Donald.** "Negotiating claims to journalism: webloggers' orientation to news genres". *Convergence*, 2004, v. 10, n. 4, pp. 33-54.
- McAdams, Mindy; Berger, Stephanie.** "Hypertext". *Journal of electronic publishing*, 2001, v. 6, n. 3.
<http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0006.301>
- Micó-Sanz, Josep-Lluís; Masip, Pere.** "Recursos multimedia en los cibermedios españoles". *Trípodos*, 2008, n. 23, pp. 89-105.
<http://www.tripodos.com/pdf/MicoMasip.pdf24.pdf>
- Mielniczuk, Luciana; Palacios, Marcos.** "Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual". *Encontro nacional da Compós*, 2001.
- Moreno, Plácido.** *Reinventando el periódico. Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*. Madrid: EuroEditions, 2009.
- Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian.** "Competition, complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media". *Journalism practice*, 2010, v. 4, n. 3, pp. 319-332.
- Neuberger, Christoph; Tonnemacher, Jan; Biebl, Matthias; Duck, André.** "Online. The future of newspapers? Germany's dailies on the world wide web". *Journal of computer mediated communication*, 1998, v. 4, n. 1.
<http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/neuberger.html>
- Nolan, Sybil.** *Journalism online: the search for narrative form in a multilinear world*. Melbourne: DAC, 2003.
<http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Nolan.pdf>
- O'Sullivan, John.** "Delivering Ireland: journalism's search for a role online". *Gazette*, 2005, v. 67, n. 1, pp. 45-68.
- Outing, Steve.** "News sites repeat mistakes of the past. We still don't recognize the power of interactivity". *Editor and publisher*, 4 May 2002.
- Palacios, Marcos.** "Natura non facit saltum: promessas, alcances e limites do desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficação". *e-Compós. Revista eletrônica da Compós*, 2005, v. 1, n. 2.

- Paterson, Chris; Domingo, David.** *Making online news: the ethnography of new media production*. New York: Peter Lang, 2008
- Paulussen, Steve.** "Online news production in Flanders: how Flemish online journalists perceive and explore the internet's potential". *Journal of computer-mediated communication*, 2004, v. 9, n. 4.
<http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue4/paulussen.html>
- Paulussen, Steve; Heinonen, Ari; Domingo, David; Quandt, Thorsten.** "Doing it together: citizen participation in the professional news making process". *Observatorio (OBS*) journal*, 2007, v. 1, n. 3, pp. 131-154.
<http://biblio.ugent.be/input/download?func=downloadFile&fileOid=731819>
- Pavlik, John.** *Journalism and new media*. New York: Columbia Univ Press, 2001.
- Quandt, Thorsten.** "(No) news on the World Wide Web? A comparative content analysis of online news in Europe and the United States". *Journalism studies*, 2008, v. 9, n. 5, pp. 717-738.
- Quandt, Thorsten; Altmeyden, Klaus-Dieter; Hanitzsch, Thomas; Loeffelholz, Martin.** "Online journalists in Germany 2002". *Aejmc convention*, 2003.
- Reich, Zvi.** "How citizens create news stories". *Journalism studies*, 2008, v. 9, n. 5, pp. 739-758.
- Robinson, Susan.** "The mission of the j-blog: recapturing journalistic authority online". *Journalism*, 2006, v. 7, n. 1, pp. 65-83.
- Rost, Alejandro.** *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Univ Autònoma de Barcelona, 2006.
- Ruiz, Carlos et al.** "Conversación 2.0 y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana". *Comunicación y sociedad*. En prensa.
- Russial, John.** "Growth of multimedia not extensive at newspapers". *News-paper research journal*, 2009, v. 30, n. 3, pp. 58-74.
<http://aejmc.org/topics/wp-content/uploads/2009/10/Russial.pdf>
- Salaverría, Ramón.** "An immature medium: strengths and weaknesses of online newspapers on September 11". *Gazette: the International journal for communication studies*, 2005a, v. 67, n. 1, pp. 69-86.
http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5076/1/gazette67_salaverria.pdf
- Salaverría, Ramón.** "Hipertexto periodístico: mito y realidad". En: *III Congrés Intl Comunicació i Realitat*, 2005b, pp. 517-524.
http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005_hipertexto_periodistico.pdf
- Salaverría, Ramón.** *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa, 2005c.
- Salaverría, Ramón; García-Avilés, José A.; Masip, Pere.** "Concepto de convergencia periodística". En: López-García, Xosé; Pereira-Fariña, Xosé (coords.). *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio editorial de la Univ de Santiago de Compostela, 2010, pp. 41-63.
- Salaverría, Ramón; Larrondo, Ainara; Meso, Koldo; Cores, Rafael; Díaz-Noci, Javier.** "Evaluación de los ciberdiarios en las Comunidades Vasca y Navarra". *Comunicación y sociedad*, 2004, v. 17, n. 1, pp. 161-189.
http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5069/1/ciberdiarios_cys2004.pdf
- Salaverría, Ramón; Negrodo, Samuel.** *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90media, 2008.
- Scolari, Carlos.** "Hipertextos, interfaces, interacciones". *deSignis*, 2004, n. 5, pp. 23-26
- Schroeder, Roland.** "Interactive info graphics in Europe - added value to online mass media: a preliminary survey". *Journalism studies*, 2004, v. 5, n. 4, pp. 563-570.
- Schultz, Tanjev.** "Interactive options in online journalism: a content analysis of 100 US newspapers". *Journal of computer mediated communication*, 1999, v. 5, n. 1.
<http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>
- Singer, Jane.** "Changes and consistencies: newspaper journalists contemplate online future". *Newspaper research journal*, 1997, v. 18, n. 1-2, pp. 2-18.
- Singer, Jane.** "Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations". *Journalism studies*, 2004, v. 5, n. 1, pp. 3-18.
- Singer, Jane.** "The metro wide web: changes in newspapers' gatekeeping role online". *Journalism and mass communication quarterly*, 2001, v. 78, n. 1, pp. 65-80.
- Singer, Jane.** "The political j-blogger. 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices". *Journalism*, 2005, v. 6, n. 2, pp. 173-198.
- Singer, Jane et al.** *Participatory journalism in online newspapers: guarding the internet's open gates*. New York: Routledge, en prensa.
- Singer, Jane; Ashman, Ian.** "Comment is free, but facts are sacred: User-generated content and ethical constructs at the Guardian". *Journal of mass media ethics*, 2009, v. 24, n. 1, pp. 3-21.
- Sundar, S. Shyam.** "Multimedia effects on processing and perception of online news: a study of picture, audio and video downloads". *Journalism and mass communication quarterly*, 2000, v. 77, n. 3, pp. 480-499.
- The Bivings Group. *American newspapers and the internet: threat or opportunity?*, 2007.
<http://www.bivingsreport.com/2007/american-newspapers-and-the-internet-threat-or-opportunity>.
- Thurman, Neil; Lupton, Ben.** "Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites". *Convergence: the international journal of research into new media technologies*, 2009, v. 14, n. 4, pp. 439-455.
<http://con.sagepub.com/content/14/4/439.full.pdf+html>
- Van-der-Wurff, Richard; Lauf, Edmund (eds.).** *Print and online newspapers in Europe: a comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis, 2006.
- Van-Oostendorp, Herre; Van-Niemwegen, Christof.** "Locating information in an online newspaper". *Journal of computer-mediated communication*, 1998, v. 4, n. 1.
<http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/oostendorp.html>
- Vujnovic, Marina et al.** "Exploring the political-economic factors of participatory journalism: views of online journalists in 10 countries". *Journalism practice*, 2010, v. 4, n. 3, pp. 285-296.
- Williams, Andrew; Franklin, Bob.** *Turning around the tanker: implementing Trinity Mirror's online strategy*. Cardiff Univ, 2007.
<http://image.guardian.co.uk/sys-files/Media/documents/2007/03/13/Trinity.pdf>
- Williams, Andrew; Wardle, Claire; Wahl-Jorgensen, Karin.** "Have they got news for us? Audience revolution or business as usual at the BBC?". *Journalism practice*, 2010, v. 4, n. 3.
- Wilson, Tony; Hamzah, Azizah; Khattab, Umi.** "The 'cultural technology of clicking' in the hypertext era. Electronic journalism reception in Malaysia". *New media and society*, 2003, v. 5, n. 4, pp. 523-545.

Pere Masip, Josep-Lluís Micó-Sanz, Facultat de Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona.

peremm@blanquerna.url.edu
joseplluisms@blanquerna.url.edu

Javier Díaz-Noci, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
javier.diaz@upf.edu

David Domingo, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.
david.domingo@urv.cat

Ramón Salaverría, Universidad de Navarra, Pamplona.
rsalaver@unav.es