

ADAPTACIÓ DELS GÈNERES PERIODÍSTICS AL PERIODISME DIGITAL: ESTUDI EMPÍRIC COMPARATIU

Dr. Joan Francesc Fondevila i Gascón

Universitat Abat Oliba CEU (UAO)

Director del Centre d'Estudis sobre el Cable (CECABLE)

Resum

Els gèneres periodístics tradicionals s'estan adaptant acceleradament al periodisme digital. De fet, arran dels fenòmens de mitosi mediàtica i mediamorfosi, l'adaptació és mútua: un nou entorn, amb més rapidesa, una nova tipologia de lector i unes noves maneres de produir estan provocant unes sinergies que solquen tot el mitjà i, sobretot, els continguts, els gèneres. És per això que el Grup de Recerca i Anàlisi sobre Periodisme Digital, creat pel Centre d'Estudis sobre el Cable (CECABLE) el 2008, està portant a terme un estudi científic de comparació empírica entre diaris digitals i tradicionals del qual es desprenen unes perspectives d'adaptació i desenvolupament encoratjadores per als gèneres clàssics i oportunitats per als gèneres sorgits de l'onada digital.

Paraules clau: gèneres, periodisme, Internet, gèneres periodístics digitals, periodisme digital

Abstract

The traditional journalistic genres are adapting themselves speededly to the digital journalism. As a matter of fact, as a result of the phenomena of mediatic mitosis and mediamorphosis, the adaptation is mutual: a new environment, with more speed, a new typology of reader and some new ways to produce are provoking some synergies that imply the entire medium and, especially, the contents, the genres. It is because of that that the Group of Research and Analysis about Digital Journalism, created by the Cable Studies Center (CECABLE) in 2008, is carrying out a scientific study of empirical comparison among digital and traditional newspapers of which some prospects of adaptation and development encouraging for the classical genres and opportunities for the genres appeared from the digital wave are detached.

Key words: genres, journalism, Internet, digital journalistic genres, digital journalism,

1. Els gèneres periodístics en el marc de la Societat de la Banda Ampla

La Societat de la Banda Ampla, o Societat de la Informació i el Coneixement, enalteix el periodisme i la creació de continguts com la base de tota la cadena de valor productiva. Antecedents com el Llibre Blanc de Jacques Delors i l'Informe Bangemann (Bangemann, 1994) estableixen un ecosistema social, econòmic i cultural que situa els continguts al capdamunt d'una hipotètica piràmide de rellevància. Així, trobem un bloc d'aplicacions prioritàries focalitzades en l'Estat del Benestar (*e-learning* i *e-health*) i un altre centrat en els negocis a la xarxa (*e-business*, amb les branques d'*e-commerce* o *e-banking*). De forma transversal, i com a pràctica promoguda per les polítiques públiques d'uns anys ençà, apareix el teletreball, que està en vies d'expansió. I embolcallant i liderant tota aquesta estructura trobem la creació de continguts. Tot allò que es mou a Internet depèn dels continguts, de continguts de qualitat, actualitzats. I el periodisme és l'artífex d'aquests continguts, ja siguin els de la seva àrea científica d'especialització (la informació, la comunicació), o bé en d'altres (política, economia, medicina...).

Partint d'aquesta base, doncs, situem en un lloc hegemònic el periodisme, que s'ha materialitzat tradicionalment a través dels gèneres. Des de la irrupció del periodisme digital, el procés d'adaptació al metafenomen holístic internetià ha estat accelerat. Es tracta d'un fenomen sincrònic, flexible, a ritme però en constant evolució, *mutatis mutandis*, en la sintonia de la mitosi mediàtica (Fidler, 1997). El procés de convergència entre la comunicació i la tecnologia (de fet, considerem les telecomunicacions com una branca de la comunicació, focalitzada en les fórmules de transmissió de continguts) desemboca en unes adaptacions que la digitalització ha catalitzat molt eficientment. El Llibre Blanc de Delors incideix específicament en els mitjans de comunicació audiovisuals i en la cultura. Els mitjans interactius s'estan erigint cada vegada més en clau de la instrucció individual, la innovació i la diversitat cultural. El desenvolupament del mercat europeu dels continguts digitals i interactius depèn en elevada mesura de la qualitat del contingut dels nous mitjans de comunicació. El creixent pes de la premsa digital així ho testimonia.

Les dades de difusió i publicitat en premsa tradicional i digital demostren que la balança s'inclina paulatinament i sense solució de continuïtat a favor dels periòdics i les publicacions digitals. El degoteig és lent però indeturable. Segons l'Audit Bureau of Circulation dels Estats Units (2008), la tirada dels 507 periòdics nord-americans va caure el 4,6% en sis mesos, amb 38 milions d'exemplars venuts de mitjana de març a setembre (eren 40 milions un any abans) (1). La caiguda dels ingressos publicitaris és un altre indicador irrefutable sobre la tendència apuntada. En un trimestre l'ensulsiada ha estat del 18,1%. Es tracta del sisè trimestre consecutiu de davallada. En contrast, la publicitat en línia ha crescut. La previsió per a 2009 és del 8,9%. Una víctima amb moltes connotacions ha estat el *Christian Science Monitor*, que abandona l'edició en paper i es difondrà per Internet l'abril de 2009.

Els diaris tradicionals (i amb ells els gèneres) s'han d'adaptar al fenomen digital. La xarxa (Castells, 1997 i 1998) és omnívora, i ho serà més al compàs de la banda ampla. El fenomen es podia intuir ja en el decenni dels 90 (Horrocks i Scarr, 1993), fins i tot focalitzat en clau de desenvolupament regional (Gillespie i Hepwort, 1986). La Comissió Europea s'ha plantejat en aquest sentit l'estratègia de Lisboa i l'objectiu d'esdevenir l'economia basada en el coneixement més competitiva i dinàmica del món. Les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) constitueixen un repte clau extrapolable a l'ocupació. La Comunicació de juny de 2005 titulada *i2010-Una societat de la informació europea per al creixement i l'ocupació* (2) defineix com a grans orientacions polítiques augmentar la velocitat dels serveis de banda ampla a Europa,

fomentar els nous serveis i continguts en línia, potenciar els dispositius i les plataformes capaces d'interactuar i atacar el frau, els continguts nocius i les errades tecnològiques. Iniciatives com *eEurope* aprofundeixen en aquesta línia.

2. Periodisme tradicional-periodisme digital: adaptació

Internet i els continguts s'erigeixen com a pedra angular de la política europea. I el periodisme és l'eix de creació de continguts comunicatius. La comunicació periodística tradicional es moldeja en el periodisme digital, on Internet en respecta l'essència però la modela i adapta.

Els gèneres periodístics clàssics (Martín Vivaldi, 1987; Martínez Albertos, 2000), que influeixen fins i tot en l'audiovisual (Cebrián Herreros, 2000), estan convivint amb el fenomen virtual. Es tracta dels gèneres informatius (notícia i reportatge objectiu), els gèneres d'opinió (editorial i article o comentari d'opinió) i els gèneres interpretatius (crònica interpretativa, crònica ambiental, reportatge interpretatiu, entrevista i crítica).

La construcció del discurs informatiu muta a la xarxa (Díaz Noci, 2001). La immediatesa acosta més el periodisme digital a l'audiovisual que al tradicional. El retorn operatiu de la inversió (ROI) periodístico-temporal creix de forma exponencial, i la *ratio* de productivitat també es dispara. Per tant, la notícia introdueix una certa connotació interpretativa, llevat de casos de retransmissió en directe d'algun esdeveniment polític o esportiu (Fondevila Gascón, 2008). Quant al reportatge objectiu, l'estructura de recursos humans dels mitjans digitals no està concebuda, ara per ara, per destinar quadres de personal a reportatges de llarg recorregut, que provocarien una caiguda en picat del ROI. Els paràmetres de productivitat i la pressió tenallen temptacions reportatgistes (Parratt, 2003).

Els gèneres d'opinió (Armañazas i Díaz Noci, 1996) es reinventen en el periodisme digital, en tant que la interactivitat del mitjà es dispara, i l'opinió esdevé part essencial i sincrònica del sistema (respostes o opinions gairebé automàtiques dels lectors, lluny de les dilacions de la carta al director en la premsa en paper). L'editorial roman incòmode, però adquireix un cromatisme més viu. L'article d'opinió esquitxa, en general en un percentatge superior al de la premsa tradicional, els exemplars virtuals.

Els gèneres interpretatius també experimenten una metamorfosi vinculada a la mitosi mediàtica, a la mediamorfosi. L'entrevista cedeix protagonisme, en tant que aprofita la convergència i la multimedialitat d'Internet per esdevenir audiovisual. La conversacionalitat de l'entrevista (Martínez Vallvey, 1995) es transmuta a la xarxa.

L'abundància en què navega el periodista i el periodisme en condiciona l'obra, el resultat. De fet, els continguts periodístics s'han d'adaptar als avanços tecnològics (Cabrera, 2000). Les connexions i mescles inherents a Internet permeten segellar l'expressió de "periodismo mashup" (Tejedor, 2007: 19). En l'univers Web 2.0 trobem trets que superen el Web 1.0, com la sindicació, el *tagging* (*folksonomy*) en contrast amb els directoris (taxonomies), els *wikis* en contraposició als sistemes de gestió de continguts, la participació en contrast amb el *publishing*, el cost per clic en oposició a les pàgines vistes, el *blogging* contra les pàgines web personals, entre altres peculiaritats (O'Reilly, 2005). La web social o semàntica reforça els webs que utilitzen continguts de més d'una font per crear un servei complet, el que portaria al *mashup*, de forma que el periodista genera itineraris hipertextuals que menen a continguts d'altres plataformes col·laboratives virtuals. Això s'ha d'emparentar amb el concepte multimèdia de periodisme.

El periodisme digital és potencialment un manà de nous gèneres, tenint-ne en compte la híbridesa substancial (Díaz Noci, 2004; Salaverría, 2005), tot i el concepte més conservador de transposició (Cantalapiedra, 2004), ço és, el mecanisme que condueix un text o un gènere a saltar d'un llenguatge a un altre o d'un mitjà a un altre (Steimberg, 1993). Els *pure players*, parafrasejant la mitosi empresarial entre premsa tradicional i digital, no existirien en aquest àmbit. La dinàmica de creació-difusió o creació-

exposició pública immediates provoca un terratrèmol intel·lectual que fa trontollar les estructures epistemològiques i paradigmàtiques del periodisme tradicional. L'impacte de les TIC sobre els gèneres ciberperiodístics està animant el sorgiment de noves fórmules expressives, formals i de contingut. El blog, les entrevistes *online*, els fòrums de discussió, les infografies interactives, el *newsletter* o el reportatge multimèdia (Larrondo, 2004; Marrero Santana, 2008) aspiren a esdevenir gèneres del periodisme digital actual. La teoria (Engebretsen, 2001) dels tres nivells de coherències del cibertext periodístic (intranodal: cada node és autònom i coherent *per se*; internodal: la connexió entre nodes ha de ser coherent; hiperestructural: el conjunt de nodes d'un hipertext ha de generar estructures coherents) reflecteix la solidesa de la ciència del cibertext (Díaz Noci, 2004).

Un fenomen que considerem com una font interessant per al periodisme digital professional és el periodisme participatiu (Gillmor, 2004), presidit pels blogs i un periodisme més personal, segons criteris formats en la interacció, més enfocat a la conversa que al text, menys autoritari i més participatiu, el *grassroot journalism (by the people, for the people)*. Segons Gillmor, el Periodisme 1.0 traspassaria els continguts tradicionals de mitjans analògics al ciberespai, el Periodisme 2.0 crearia contingut en i per a la xarxa, tot sumant-hi les seves característiques d'hipertextualitat, interactivitat i multimèdia, i el Periodisme 3.0 seria participatiu, de la mà d'una blogosfera que esdevindria un Cinquè Poder. Els blogs *per se* serien un format en la web, però la interconnexió entre ells és un fenomen social. La blogosfera (o blogalàxia) acull el global de *weblogs* (Hookway, 2008). Els blogs o les bitàcores es connecten mitjançant enllaços, comentaris, històrics i referències, de forma que la blogosfera seria immanent als weblogs i s'associaria al concepte de *meme* (Dawkins, 1990), unitat teòrica d'informació cultural transmissible d'un individu a un altre o d'una ment a una altra (o d'una generació a la següent). La blogosfera pot equiparar-se a un sistema biològic: els seus comportaments són els clàssics (evolució, selecció natural, adaptació, depredadors i preses). També es determina la qualitat i quantitat d'informació disponible a través dels enllaços entrants a un weblog. L'ecosistema dels blogs selecciona i adapta. Algunes propostes (Cantalapiedra, 2004) de classificació de gèneres hipertextuals estableixen els connectats, els documentats i els dialògics. La distinció teòrica es revela útil a l'hora d'enfrontar-se a una informació periodística hipertextual.

3. Els gèneres periodístics i el periodisme digital: estudi empíric comparatiu

Per tal d'empiritzar sobre el grau de desenvolupament actual, la percepció de presència i les perspectives de futur dels gèneres en premsa en paper i premsa digital, i la consideració sobre la consolidació de gèneres digitals, el Grup de Recerca i Anàlisi sobre Periodisme Digital, creat pel Centre d'Estudis sobre el Cable (CECABLE) el 2008, va portar a terme un estudi comunicològic, de caràcter empíric-descriptiu, que s'aproxima a les característiques d'un fenomen determinat i n'intenta "especificar sus propiedades, rasgos o tendencias" (Alonso i Saladrigas, 2002: 13), en aquest cas, la reacció dels gèneres davant el tsunami digital.

La recerca científica, quantitativa a partir d'una enquesta portada a terme el maig-juny de 2008 pel Grup de Recerca i Anàlisi sobre Periodisme Digital amb 96 alumnes de l'assignatura Gèneres informatius i interpretatius en Premsa de la Universitat Autònoma de Barcelona, aporta dades eloqüents, tenint en compte el coneixement adquirit pels enquestats al voltant de les característiques i realitat d'ús dels gèneres analitzats. En aquesta proposta ubiquem els gèneres en els d'informació (notícia, reportatge objectiu), d'opinió (editorial, article d'opinió) i interpretatius (crònica interpretativa, crònica ambiental, reportatge interpretatiu, entrevista i crítica). El qüestionari, d'anàlisi quantitativa, presentava dues eines de recollida d'informació (Wimmer i Dominick, 1996). En sis proves es va utilitzar l'escala Likert, la mesura ordinal de la qual consta de cinc categories (en aquest cas, molt alta, alta, mitja, baixa, molt baixa), i en la setena una escala nominal on es podien elegir dues categories (sí o no) sobre la consolidació de nous gèneres digitals.

Quant a la realitat presencial dels gèneres estudiats en premsa tradicional i digital (Taules 1 i 2), el grau de desenvolupament actual és majoritàriament molt alt (notícia, editorial i article d'opinió), alt (reportatge objectiu, crònica interpretativa, reportatge interpretatiu, entrevista i crítica) i mig (crònica ambiental) en premsa en paper, mentre que en digital només és molt alt en la notícia, i la resta es distribueixen entre alt (article d'opinió, reportatge interpretatiu, entrevista, crítica), mig (reportatge objectiu, crònica interpretativa) i baix (editorial, crònica ambiental).

Taulela 1. Grau de desenvolupament actual dels gèneres en premsa en paper

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|--------------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 52,54 | 30,51 | 15,26 | 1,69 | 0 |
| Reportatge objectiu | 26,31 | 29,82 | 28,08 | 14,04 | 1,75 |
| Editorial | 47,46 | 35,59 | 11,87 | 3,39 | 1,69 |
| Article d'opinió | 50,90 | 43,65 | 5,45 | 0 | 0 |
| Crònica interpretativa | 31,59 | 33,35 | 29,79 | 5,27 | 0 |
| Crònica ambiental | 23,73 | 28,81 | 33,90 | 10,17 | 3,39 |
| Reportatge interpretatiu | 30,91 | 47,27 | 18,18 | 1,82 | 1,82 |
| Entrevista | 35,71 | 38,57 | 22,86 | 2,86 | 0 |
| Crítica | 32,26 | 38,71 | 27,41 | 1,62 | 0 |

Font: dades del Grup de Recerca i Anàlisi sobre Periodisme Digital (GRAPD)

Taula 2. Grau de desenvolupament actual dels gèneres en premsa digital

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|--------------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 34,92 | 34,92 | 26,98 | 3,18 | 0 |
| Reportatge objectiu | 3,77 | 18,87 | 47,17 | 20,76 | 9,43 |
| Editorial | 9,80 | 23,53 | 23,54 | 29,41 | 13,72 |
| Article d'opinió | 25 | 33,33 | 27,08 | 10,42 | 4,17 |
| Crònica interpretativa | 19,64 | 21,42 | 30,37 | 25 | 3,57 |
| Crònica ambiental | 13,20 | 20,76 | 20,76 | 35,85 | 9,43 |
| Reportatge interpretatiu | 17,65 | 35,29 | 17,65 | 25,49 | 3,92 |
| Entrevista | 34,14 | 41,46 | 4,88 | 19,52 | 0 |
| Crítica | 25,65 | 41,02 | 2,56 | 30,77 | 0 |

Font: GRAPD

Taula 3. Percepció de presència de gèneres en premsa en paper

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|--------------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 70,17 | 22,81 | 7,02 | 0 | 0 |
| Reportatge objectiu | 19,64 | 28,58 | 37,5 | 14,28 | 0 |
| Editorial | 58,33 | 20 | 10 | 10 | 1,67 |
| Article d'opinió | 59,26 | 27,78 | 11,11 | 0 | 1,85 |
| Crònica interpretativa | 20,76 | 39,62 | 30,19 | 7,54 | 1,89 |
| Crònica ambiental | 16,94 | 28,82 | 32,21 | 20,34 | 1,69 |
| Reportatge interpretatiu | 25 | 32,15 | 33,93 | 7,14 | 1,78 |
| Entrevista | 42,62 | 32,78 | 18,03 | 6,57 | 0 |
| Crítica | 35,43 | 33,33 | 18,75 | 8,33 | 4,16 |

Font: GRAPD

Taula 4. Percepció de presència de gèneres en premsa digital

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|---------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 58,18 | 36,37 | 5,45 | 0 | 0 |
| Reportatge objectiu | 4,44 | 17,78 | 40 | 24,45 | 13,33 |
| Editorial | 18,18 | 9,09 | 34,09 | 36,37 | 2,27 |
| Article d'opinió | 33,33 | 21,57 | 27,46 | 9,80 | 7,84 |

| | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| Crònica interpretativa | 12,76 | 14,89 | 40,43 | 23,41 | 8,51 |
| Crònica ambiental | 6 | 18 | 38 | 20 | 18 |
| Reportatge interpretatiu | 10,90 | 20 | 41,82 | 20 | 7,28 |
| Entrevista | 29,17 | 35,42 | 29,17 | 4,16 | 2,08 |
| Crítica | 20,75 | 39,62 | 26,43 | 9,43 | 3,77 |

Font: GRAPD

Sobre la percepció de presència dels gèneres en la premsa actual (Taules 3 i 4), en el format tradicional en paper majoritàriament és molt alta (notícia, editorial, article d'opinió, entrevista, crítica), alta (crònica interpretativa) i mitja (reportatge objectiu, crònica ambiental i reportatge interpretatiu). En format digital, és molt alta (notícia, article d'opinió), alta (entrevista i crítica), mitja (reportatge objectiu, crònica interpretativa, crònica ambiental, reportatge interpretatiu) i baixa (editorial). Sorprenen en la qualificació digital les posicions elevada del gènere crítica i baixa de l'editorial. La percepció de presència és més elevada en gèneres en premsa de paper que en la digital, el que implicaria un previsible constrenyiment de pluralitat de gèneres en el format digital, probablement a causa de les peculiaritats adaptatives del nou entorn.

Taula 5. Perspectives de futur de gèneres en premsa en paper

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|--------------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 40,35 | 21,05 | 24,56 | 12,28 | 1,76 |
| Reportatge objectiu | 14,54 | 32,73 | 30,91 | 20 | 1,82 |
| Editorial | 42,63 | 24,59 | 14,75 | 14,75 | 3,28 |
| Article d'opinió | 46,30 | 22,22 | 25,93 | 5,55 | 0 |
| Crònica interpretativa | 29,63 | 40,74 | 20,37 | 9,26 | 0 |
| Crònica ambiental | 16,67 | 29,63 | 29,63 | 24,07 | 0 |
| Reportatge interpretatiu | 29,31 | 37,93 | 22,42 | 10,34 | 0 |
| Entrevista | 46,15 | 23,08 | 15,39 | 13,46 | 1,92 |
| Crítica | 34,69 | 24,50 | 18,36 | 18,36 | 4,09 |

Font: GRAPD

Taula 6. Perspectives de futur de gèneres en premsa digital

| <i>Gènere/Grau</i> | Molt alt | Alt | Mig | Baix | Molt baix |
|---------------------|----------|-------|-------|-------|-----------|
| Notícia | 63,16 | 22,81 | 10,52 | 3,51 | 0 |
| Reportatge objectiu | 19,23 | 25 | 32,69 | 21,16 | 1,92 |
| Editorial | 23,08 | 30,76 | 28,85 | 17,31 | 0 |
| Article d'opinió | 45,44 | 38,63 | 13,66 | 2,27 | 0 |

| | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| Crònica interpretativa | 40,38 | 30,76 | 17,31 | 11,54 | 0 |
| Crònica ambiental | 29,63 | 31,48 | 22,22 | 14,82 | 1,85 |
| Reportatge interpretatiu | 32,07 | 32,07 | 20,76 | 15,10 | 0 |
| Entrevista | 48,21 | 26,79 | 12,50 | 10,71 | 1,79 |
| Crítica | 50 | 16,67 | 20,37 | 11,11 | 1,85 |

Font: GRAPD

Quant a les perspectives de futur de gèneres en premsa en paper (Taula 5), són molt altes per a la notícia, l'editorial, l'article d'opinió, l'entrevista i la crítica (coincidint amb la percepció de presència), altes en el reportatge objectiu, crònica interpretativa i reportatge interpretatiu, i mitges-altes en la crònica ambiental. La prospectiva és optimista. En format digital (Taula 6), las perspectives són molt altes (notícia, article d'opinió, crònica interpretativa, entrevista, crítica), molt altes i altes (reportatge interpretatiu), altes (editorial i crònica ambiental) i mitges (reportatge objectiu). Es percep més recorregut dels gèneres en l'entorn digital, tot i l'equilibri regnant.

Taula 7. Consideració sobre la consolidació de nous gèneres digitals

| Gènere | Sí/No | |
|------------|-------|-------|
| Blog | 85,96 | 14,04 |
| Newsletter | 11,11 | 88,89 |

Font: GRAPD

Quant a la consolidació de nous gèneres digitals (Taula 7), el blog és considerat abassegadorament com un gènere consolidat, mentre que a les antípodes se situa el *newsletter*, a cavall entre producte comercial i gènere, el que el condemna en aquesta hipotètica classificació i aspiració a formar part del selecte club dels gèneres periodístics. No s'han sotmès a qüestionari altres possibles gèneres digitals (reportatge multimèdia i altres), estudi quantitatiu que seria interessant a curt termini.

4. Conclusió

La salut i la capacitat d'adaptació dels gèneres periodístics tradicionals al nou ecosistema digital és un fet, compatible amb l'adveniment de nous gèneres brollats de les peculiaritats i els valors afegits congènits al periodisme digital. L'estudi empíric comparatiu entre diaris digitals i tradicionals determina que els gèneres clàssics sobreviuen seguint el grau de desenvolupament actual dels gèneres en premsa en paper i premsa digital, la percepció de presència de gèneres en premsa en paper i en premsa digital i les perspectives de futur, molt altes per a la notícia, article d'opinió, crònica interpretativa, entrevista i crítica, altes per al reportatge interpretatiu, editorial i crònica ambiental i moderades per al reportatge objectiu. El blog es consolidaria com a gènere digital, tot i que en aquest entorn previsiblement sorgirà un reguitzell d'altres gèneres.

5. Bibliografía

- ALONSO, María Margarita; SALADRIGAS, Hilda. Para investigar en comunicación social. Guía didáctica. La Habana: Félix Varela, 2002
- ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier. Periodismo y argumentación: géneros de opinión. Lejona: Universidad del País Vasco, 1996.
- AUDIT BUREAU OF CIRCULATION. Newspapers-Audit report. Schaumburg: ABC, 2008.
- BANGEMANN, Martin. "Europa y la sociedad global de la información: recomendaciones del grupo de alto nivel sobre la sociedad de la información al Consejo Europeo de Corfú". *Boletín de la Unión Europea* (suplement), p. 5-40, 1994.
- CABRERA, M^a Ángeles. La prensa on-line, Los periódicos en la www. Barcelona: CIMS, 2000.
- CANTALAPIEDRA, María José. "¿Una mera transposición? Los géneros periodísticos en la red" [En línea]. *Telos, Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Vol. 59 (2004).
<<http://www.campusred.net/TELOS/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=59>>
[Consulta: 03/06/08].
- CASALS CARRO, María Jesús. "La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida" [En línea]. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 7 (2001).
<http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-02.htm> [Consulta: 09/06/08].
- CASTELLS, Manuel. La era de la información: Economía, sociedad y cultura (3 Vols.). Madrid: Alianza Editorial, 1997-1998.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. Géneros informativos audiovisuales. México DF: ILCE (Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa), 2000.
- DAWKINS, RICHARD. The Selfish Gene. Oxford: Oxford University Press, 1990.
- DÍAZ NOCI, Javier. La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001.
- DÍAZ NOCI, Javier. "Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología" [En línea]. Santiago de Compostela: Ponencia en el II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital, 2004.
<<http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/santiago04.pdf>>.[Consulta: 17/06/08].
- ENGEBRETSEN, Martin. Nyheten som hypertext. Tekstuelle aspekter ved motet mellom en gammel sjanger og ny teknologi. Oslo: Norwegian Academic Press, 2001.
- FIDLER, Roger. Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 1997.
- FONDEVILA GASCÓN, Joan Francesc. La alianza entre el periodismo digital y tradicional y los operadores de telecomunicación: hacia un rendimiento óptimo de la red. Barcelona: Comunicación en el II Congreso Nacional Ulepicc-España, noviembre de 2008.
- GILLESPIE, A. E.; HEPWORTH, M. E. Telecommunications and regional development in the information society. Newcastle: Newcastle upon Tine, 1986.
- GILLMOR, Dan. We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004.
- HOOKWAY, Nicholas. "Entering the blogosphere: some strategies for using blogs in social research". *Qualitative Research*, Vol. 8, N. 1, p. 91-113 (2008).
- HORROCKS, R. J.; SCARR, R. W. Future trends in telecommunications. Chichester: John Wiley & Sons, 1993.

LARRONDO URETA, Ainara. "El reportaje se reinventa en la red. Estructura del reportaje hipertextual" [En línea]. *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 57, gener-juny (2004).

<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>>.[Consulta: 21/05/08].

MARRERO SANTANA, Liliam: "El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido" [En línea]. *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 63, p. 348-367 (2008).

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html>.

[Consulta: 23/05/08].

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo: análisis diferencial. Madrid: Editorial Paraninfo, 1987.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine. Madrid: Paraninfo, 2000.

MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando. La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 1995.

O'REILLY, Tim [En línea]. *GAT Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <<http://www.oreillynet.com>> [Consulta: 28/05/08].

PARRATT, Sonia F. Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. Redacción periodística en Internet. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A (EUNSA), 2005.

STEIMBERG, O. Semiótica de los medios masivos. Buenos Aires: Atuel, 1993.

TEJEDOR CALVO, Santiago. "Periodismo mashup. Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística". *Revista Anàlisi*, nº. 35, p. 17-26 (2007).

WIMMER, R.; DOMMINICK, J. La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch, 1996.

Notes

(1) Entre els diaris auditats, només *USA Today*, del grup Gannett, i *Wall Street Journal*, de Rupert Murdoch, obtenen un augment del 0,01% de lectors. L'Associació nacional de periòdics dels Estats Units (NAA) admet el descens en la major part de paràmetres. L'American Press Institute, en una cimera per salvar una indústria en crisi, va deixar palès que l'escenari és el d'evolucionar o rebentar.

(2) Comunicació de la Comissió, d'1 de juny de 2005, al Consell, Parlament Europeu, Comitè Econòmic i Social Europeu i al Comitè de les Regions titulada «i2010-Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo» [COM (2005) 229 final-no publicada en el Diari Oficial].