




---

 PORTADA
 

---

 INFORMACIÓN GENERAL
 

---

 CONSEJO EDITORIAL
 

---

 ENVÍO DE ORIGINALES
 

---

 NÚMEROS ANTERIORES
 

---

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS
 

---

 CREATIVE COMMONS
 

---

 BÚSQUEDAS
 

---

 CONTACTO
 

---

 Google DENTRO DE C&S
 

---






---

 Reseña /

Pablo J. BOCZKOWSKI

Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers

*The MIT Press, Cambridge Mass., 2004, 244 pp.*


---

Una década después del desembarco de los diarios en Internet, quizá sea buen momento para analizar con perspectiva los procesos de cambio vividos en los periódicos tradicionales. Quien desee hacerlo, tendrá que empezar necesariamente por estudiar la forma en que la prensa fue aprovechando las oportunidades derivadas de las nuevas tecnologías de la información, antes de su explosión a finales de la década de los años noventa. En esa tarea de análisis de los antecedentes, *Digitizing the News* constituye una obra de referencia fundamental, ya que profundiza en los procesos de asimilación de distintas innovaciones tecnológicas por parte de los diarios desde principios de los años ochenta.

La tesis del libro de Pablo Boczkowski es que las nuevas tecnologías de la información no han supuesto una transformación radical, revolucionaria, sino más bien una evolución de las prácticas periodísticas, de las estructuras organizativas y de los procesos de difusión de las noticias. En este sentido, los periódicos han tratado de aprovechar las potencialidades que ofrecían distintas innovaciones en el campo de la electrónica de consumo – desde el teletexto y el videotexto hasta la propia Internet– con una mentalidad experimental, buscando cómo integrarlas satisfactoriamente en sus actividades tradicionales. Por eso, en los años previos a la implantación generalizada de la red de redes abundaron los ensayos, las pruebas y los errores, sin que hubiese una apuesta clara por una tecnología determinada.

*Digitizing the News* muestra la importancia de analizar en su dimensión histórica ese proceso de apropiación tecnológica en el que se manifiesta la tensión entre la necesidad de cambiar y el deseo de preservar lo existente; una tensión que, según el autor, se concreta en las mutaciones producidas, de forma interrelacionada, en los ámbitos tecnológico, comunicativo y organizativo. Sólo el análisis del complejo entramado que constituyen esos tres ámbitos permite hacerse cargo de la complejidad de los nuevos medios, y más concretamente del periódico on line.

El plan del libro se explica con claridad en el primer capítulo, donde el autor expone el marco teórico de su análisis del cambio tecnológico y social, que se aleja de algunas propuestas que defienden un cierto determinismo tecnológico. También en ese primer capítulo se justifica la metodología del estudio, centrada en el análisis histórico y etnográfico, que incluye el estudio de tres casos particulares de apropiación tecnológica por parte de medios estadounidenses (New York Times, Houston Chronicle y el proyecto New Jersey Online's Community Connection).

Los capítulos segundo y tercero son los más interesantes para quien desee comprender los factores generales que han determinado la implantación de las nuevas tecnologías de difusión en los periódicos. Tomando como referencia el caso estadounidense, Boczkowski analiza los procesos de exploración (experimentación) y de adopción de ciertas innovaciones, destacando al mismo tiempo los esfuerzos por preservar (proteger) su actividad tradicional. Durante más de una década, entre principios de los ochenta y mediados de los noventa, algunas empresas periodísticas experimentaron con distintas modalidades de difusión electrónica de contenidos, con “una mentalidad de innovación marcada por rasgos reactivos, defensivos y pragmáticos” (p. 48). Sólo al final de este período, después de algunos fracasos sonados, la web emergió como la tecnología de difusión electrónica con mayor probabilidad de éxito, al convertirse en un entorno cada vez más aceptado por los usuarios.

El capítulo tercero se ocupa de explicar cómo la aparición de las primeras versiones electrónicas en Internet llevó consigo estrategias de adaptación de los contenidos convencionales al nuevo entorno electrónico, de incremento de su utilidad mediante la utilización de las posibilidades técnicas ofrecidas por Internet, y de aprovechamiento de estas últimas para crear nuevos tipos de contenidos. La gran incertidumbre que rodeaba a estas iniciativas –no se sabía muy bien qué ofrecer, ni cómo hacerlo, y menos cómo evaluar resultados para convertirlas en actividades rentables–, hizo que la estrategia seguida por muchos diarios fuera la de curarse en salud. Abundaron los planes poco claros, multidireccionales, orientados más a seguir teniendo presencia en todos los frentes que a apostar con convicción por alguno de ellos. En ese entorno de incertidumbre, y con una mentalidad de innovación dominada por un enfoque pragmático, según el cual el pasado tenía que convivir con el futuro, las prácticas desarrolladas por los distintos periódicos estuvieron muy condicionadas por sus particulares “infraestructuras sociomateriales”.

Para ilustrar con detalle ese hecho, el autor desarrolla en los tres capítulos siguientes su investigación etnográfica en tres redacciones electrónicas durante el período de cambios que se vivió en la segunda mitad de los años noventa. El primer caso es el del New York Times, donde se analiza la íntima asociación de las nuevas prácticas en la redacción electrónica con la estructura organizativa y editorial del producto impreso, en un proceso de mutua retroalimentación que producía, según el autor, una dinámica de generación de “originalidad mimética” (p. 102). Por contraste, en el caso del Houston Chronicle, perteneciente al grupo multimedia Hearst Corporation, la creación de Virtual Voyager –una sección especial dentro de la edición electrónica del diario– fue un intento de distanciarse en todos los sentidos de las prácticas periodísticas habituales. Para ello se creó una nueva forma de compartir contenidos de actualidad con los usuarios, utilizando todas las posibilidades multimedia de la web –texto, audio y vídeo–. Con ello se favoreció una comunicación bidireccional, y el establecimiento de estructuras organizativas y prácticas editoriales propias. Por último, Boczkowski estudia el caso de Community Connection, una web lanzada en 1998 por varios periódicos de New Jersey, dentro de la web colectiva New Jersey Online, con el objeto de facilitar que asociaciones y organizaciones sin ánimo de lucro crearan sus sitios en Internet. En esta ocasión, el

entorno comunicativo que se creó daba el protagonismo a los usuarios como creadores y gestores de contenidos. Como resultado, las tradicionales prácticas redaccionales propias de las webs periodísticas (sobre todo las prácticas de gatekeeping) eran sustituidas por tareas destinadas a facilitar la producción y el intercambio de contenidos entre los destinatarios.

El análisis y la comparación de esos tres casos permiten al autor demostrar cómo la apropiación de las nuevas tecnologías en distintas redacciones, caracterizadas por estructuras organizativas y condiciones sociomateriales diversas, acaba generando “nuevos medios” realmente distintos. Los patrones de innovación, que en general siguen las pautas descritas en la primera parte del libro, se ven modificados sin embargo por factores como la relación más o menos distante entre las redacciones impresas y las electrónicas, la consideración del destinatario más como consumidor o como productor de contenidos, dependiendo de su mayor o menor “cultura tecnológica”, o la comprensión de las tareas editoriales desde la perspectiva tradicional del gatekeeping o desde la búsqueda de otras funciones alternativas.

*Digitizing the News* concluye con un capítulo en el que se resumen los principales hallazgos del trabajo de campo y su relación con las ideas sobre la innovación tecnológica expuestas en la primera parte de la obra. También se aprovecha el final del libro para plantear algunos efectos a largo plazo de los procesos analizados en los capítulos precedentes. En concreto, el autor destaca tres ideas sobre la migración de los contenidos hacia entornos on line. En primer lugar, las noticias pasan de tener un “enfoque periodista” a elaborarse cada vez más con un “enfoque usuario”; en segundo lugar, de ser fundamentalmente una forma de comunicación unidireccional, con muy limitada capacidad de respuesta, la información on line pasa a tener una forma más cercana a la conversación, dando cabida a voces múltiples que interactúan en torno a los temas de actualidad; por último, además de los tradicionales campos de la información nacional y local, las noticias on line tienden a cubrir áreas de interés micro-locales, tanto desde el punto de vista temático como geográfico, asociadas a necesidades específicas de pequeñas comunidades.

Quizá en 2005, cuando ha pasado ya media década desde que Boczkowski realizara su investigación de campo, algunas de esas ideas puedan parecer poco novedosas, pues la mayoría de los medios trabajan dentro de esas coordenadas. Los periódicos on line han seguido y siguen buscando el modelo informativo que aproveche al máximo las potencialidades ofrecidas por las nuevas tecnologías y las fortalezas propias de sus recursos periodísticos de siempre, un equilibrio sobre el que se ha reflexionado a fondo especialmente tras la crisis de los negocios en Internet de los primeros años del nuevo siglo. En este sentido, *Digitizing the News* puede parecer en ocasiones una obra anticuada –a pesar de haberse publicado en 2004–, ya que su horizonte temporal concluye justo antes de esa crisis. Aunque es una pena que el análisis no se haya acercado más a nuestros días, hay que agradecer que tal circunstancia no reste validez a las aportaciones fundamentales de la obra, históricas y conceptuales.

En mi opinión, donde sí cabría hacer una cierta crítica a la obra es en su silencio respecto a las circunstancias económicas que condicionaron los procesos de innovación. En más de una ocasión, Boczkowski relata cómo ciertos proyectos innovadores se clausuraron por problemas de viabilidad económica y comercial, pero no se profundiza en los factores económicos como causantes parciales del enfoque pragmático de los periódicos hacia la innovación. Por supuesto, la orientación del libro no es esa, pero cabe pensar que una mayor atención a los factores económicos podría ayudar a comprender más a fondo algunas de las relaciones entre tecnologías, prácticas profesionales y estructuras organizativas analizadas en el libro.

Nada de lo dicho en los párrafos precedentes empaña la calidad de este libro, cuya lectura será indispensable para los estudiosos de los nuevos medios y para los teóricos del análisis de la innovación dentro de las organizaciones. Aunque a veces el texto se hace algo pesado, como sucede a menudo con obras que cuidan mucho el rigor académico y conceptual, los interesados en esos temas disfrutarán mucho con su lectura, y probablemente llenarán su libreta de notas de conceptos, ideas y sugerencias muy válidas para seguir profundizando en el estudio de la verdadera naturaleza de los nuevos medios.

**Ángel ARRESE**  
[aarrese@unav.es](mailto:aarrese@unav.es)

[arriba](#)