

Las herramientas de la web social en los medios de comunicación de Galicia

The tools of the social web in the mass media of Galicia

Dr. Xosé López García

[Xosé López García, periodista y catedrático de Periodismo, pertenece al Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Durante veinte años ha ejercido el periodismo en medios de Galicia. Es miembro del Consello da Cultura Galega, donde dirige la sección de Comunicación y ocupa una vicepresidencia. Coordina el grupo de investigación Novos Medios.]

Catedrático, Universidad de Santiago de Compostela (USC).

xose.lopez.garcia@usc.es

Ddo. Moisés Limia Fernández

[Licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Santiago de Compostela realiza su tesis de doctoramiento sobre las relaciones entre literatura y periodismo en la obra de Gabriel García Márquez.]

Doctorando, Universidad de Santiago de Compostela (USC).

moises.limia@usc.es

Ddo. Carlos Toural Bran

[Licenciado en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela, pertenece al grupo de investigación Novos Medios desde el año 2006. En la actualidad es becario predoctoral a través del programa de Recursos Humanos de la Xunta de Galicia denominado "María Barbeito" y trabaja en su tesis de doctoramiento sobre la información deportiva en España.]

Doctorando, Universidad de Santiago de Compostela (USC).

carlos.toural@usc.es

Resumen

La popularización de las nuevas tecnologías ha propiciado un cambio sustancial en la relación que tradicionalmente han sostenido los lectores/usuarios con los medios de comunicación. La eclosión de los llamados medios sociales, junto con la aparición de nuevas herramientas y aplicaciones tecnológicas desarrolladas al amparo de la web 2.0 conlleva una apertura de los medios de comunicación a la participación ciudadana. De este modo, en los últimos tiempos conceptos como

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS Página 1

“Periodismo ciudadano” o “periodismo participativo” resultan definitorios de la actividad periodística del siglo XXI.

En este texto analizamos la presencia y el empleo que de las herramientas de la web social se hace en los 11 cibermedios más destacados de Galicia. Mediante el estudio de la participación ciudadana (de su fomento o no) en el discurso informativo de los diarios online gallegos podemos establecer conclusiones válidas acerca del grado de desarrollo de la llamada web social en nuestra comunidad.

Palabras clave

Periodismo ciudadano, web social, cibermedios, participación, Web 2.0

Abstract

The popularization of the new technologies has caused a substantial change in the relation that traditionally the readers/users have supported with the mass media. The appearance of the so called *social media*, together with the appearance of new tools and technological applications developed under the protection of the web 2.0 carries an opening of the mass media to the civil participation. Thus, in last times concepts like "Civic Journalism" or "Participative Journalism" become essentials in the journalistic activity of the 21st century.

In this paper we analyze the presence and the employment of the tools of the *social web* done in 11 cybermedia from Galicia. Studying the civic participation we can establish valid conclusions about the degree of development of the so called social web in Galicia.

Keywords: civic journalism, social web, cybermedia, participation.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. Objetivos. 1.2. El periodismo ciudadano. 2. Metodología. 3. Resultados: empleo de las herramientas de la web social en los cibermedios gallegos. 4. Discusión y conclusiones. 5. Bibliografía.

Summary: 1. Introduction. 1.1. Objectives. 1.2. Citizen journalism. 2. Methodology. 3. Results: employment of the tools of the social web in the Galician online media. 4. Conclusion. 5. Notes and references.

1. Introducción

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS Página 2

En el contexto de la Sociedad de la Información, del empuje imparable de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y de la Convergencia mediática y tecnológica, los medios de comunicación se han visto afectados de modo radical en sus contenidos y procesos productivos. Los procesos de convergencia han entrado con fuerza en el panorama mediático internacional y actualmente asistimos a una etapa ilusionante para el sector periodístico, llena de retos y desafíos, especialmente afectada por la eclosión irrefrenable del *Periodismo ciudadano*, también llamado *Periodismo 2.0/3.0*.

Uno de los ejes principales del proyecto de investigación titulado “Tendencias na converxencia dos medios de comunicación en Galicia: 2007-2010” (PGIDIT07PXIB212149PR), concedido por la Consellería de Innovación e Industria al Grupo de Investigación *Novos Medios* (www.novosmedios.org) es el análisis de los modelos tradicionales de gestión editorial empleados hasta el momento por los medios digitales gallegos y evaluar los efectos y consecuencias que ha acarreado la llegada de la tecnología digital y el subsiguiente cambio hacia un modelo de gestión integral, combinado, multiplataforma y participativo. Estrechamente vinculado a esta intención se halla el examen de los efectos que en este escenario de convergencia tecnológica se han producido en los cibermedios gallegos.

Para determinar el grado de utilización de las tecnologías y herramientas de participación surgidas al amparo de la convergencia de las tecnologías hemos estudiado las páginas web de los principales cibermedios de información general de Galicia. Mediante el análisis de contenido podemos determinar en qué “escalón” se hallan los medios digitales de nuestra comunidad. En definitiva, se trata de determinar si la revolución encabezada por el *periodismo cívico* o *participativo*, la subversión del orden tradicional de la información (unidireccional y en poder de los grandes grupos de comunicación), ha llegado ya a los cibermedios más reseñables de la Comunidad Autónoma de Galicia o, por el contrario, éstos se hallan en un marasmo producto de la duda entre apostar decididamente por la *web social* o refugiarse en los preceptos y fórmulas estereotipadas del periodismo tradicional.

1.1 Objetivos

El objetivo central de nuestra investigación consiste en dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿cuál es el grado de desarrollo de la llamada *web social* en los principales cibermedios de Galicia?

Para alcanzar este propósito, será necesario hacer frente a una segunda conjetura: ¿impulsan los medios online de Galicia el empleo de las herramientas de participación e interactividad que facilita la web social, también llamada *web 2.0/3.0*?

Ambas cuestiones persiguen, en definitiva, la finalidad de conocer en qué punto del proceso de evolución de la información periodística en Internet se hallan las ediciones en red de los diarios deportivos impresos de tirada nacional. Esto es, pretendemos determinar si los cibermedios gallegos asumen y fomentan los postulados de la web social en cuanto a participación e interactividad, promoviendo de este modo una relación de igual a igual con el usuario/lector, o por el contrario, se aferran a una concepción decimonónica de la actividad periodística.

1.2 El periodismo ciudadano

La convergencia tecnológica ha supuesto una verdadera revolución en la sociedad del siglo XXI, y los medios de comunicación también se han visto afectados tanto a nivel estructural como de contenidos. No solamente se han alterado los antiguos modelos de producción de noticias (Paterson y Domingo, 2008; Tremayne, Weiss y Alves, 2007), sino que también se han abierto de par en par las “puertas” del medio a contenidos generados por el usuario, permitiendo y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los lectores (para ejemplos e implicaciones de este hecho incontrovertible, véase Domingo et al., 2008; Hermida y Thurman, 2008; Thurman, 2008). Esta tendencia irrefrenable a aceptar las contribuciones de los lectores a la hora de construir el discurso noticioso de los medios puede ser denominado genéricamente como “Periodismo ciudadano” (Outing, 2005; Deuze, 2008).

Ya desde su nacimiento, el “periodismo ciudadano” ha captado de modo creciente la atención de los círculos académicos (Carpenter, 2008; Deuze, Bruns y Neuberger, 2007; Domingo et al., 2008; Kovacic y Erjavec, 2008). Los estudios, hasta el momento, se centran mayoritariamente en la naturaleza participatoria (Deuze et al., 2007; Domingo et al., 2008) y en el *user-centered design* (Hermida y Thurman, 2008) de este fenómeno, esbozado en la articulación de Rosen (2008): “When the people formerly known as the audience employ the press tools they have in their possession to inform one another, that’s citizen journalism”.

Aunque existe un cierto consenso a la hora de equiparar los términos *Citizen journalism* y *Participatory journalism*, hay quien, como Axel Bruns, propone una distinción entre los términos “periodismo participativo” y “periodismo ciudadano”. El periodismo participativo está más profundamente relacionado, de acuerdo con el autor, con el *gatewatching* – o selección de contenido para ciertas audiencias– y cómo Internet transformó progresivamente este proceso en una fiesta colectiva, formada completamente bajo la responsabilidad del periodista. Sin embargo, el periodismo ciudadano, para Bruns:

[...] aims to more accurately reflect a wider range of public views on specific issues through changes in the research and reporting approaches of journalists. The movement sees specially newspapers and their Websites as instrumental in developing a new form of 'civic commons' where solutions to existing problems are found through constructive debates that are orchestrated and led by editors and journalists on their pages (Bruns, 2005: 35).

Para Shayne Bowman y Chris Willis, autores del ensayo *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*, el término “periodismo participativo” define el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información.

Por periodismo cívico, comunitario, se entiende la acción de retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abriendo espacios para charlas de temas de interés público. En el fondo subyace la idea de que la gente sea quien recabe la información y la transmita a otras personas (Cit. en Fernandes, 2003).

Juan Varela habla del “Periodismo 3.0”, como epítome y consecuencia lógica de la introducción de las nuevas tecnologías en la actividad periodística. El Periodismo 3.0 está ligado al espíritu contestatario con el poder y fronterizo con el activismo político y social que caracterizaba al new journalism norteamericano de la década de los sesenta. El Periodismo 3.0 recoge algunas de las características de las mayores revueltas del siglo pasado contra la concepción tradicional de la información y, sobre todo, de la posición del autor, la subjetividad y su empleo, y el cuestionamiento del dogma de la objetividad.

Para Varela, la era del Periodismo 3.0 es la era del periodismo participativo. En su opinión, el periodismo ciudadano o periodismo participativo sería la versión 3.0 del periodismo digital:

- Periodismo 1.0 es el que traspasa contenido tradicional de medios analógicos al ciberespacio.
- Periodismo 2.0 es la creación de contenido de y para la Red.
- Periodismo 3.0 socializa ese contenido y a los propios medios (Varela, 2005).

El objetivo del periodismo cívico y del Periodismo 3.0 es la acción, la resolución de problemas apoyada en el criterio social. No busca la contemplación y la reflexión democrática, sino la acción política.

La tendencia del “periodismo ciudadano” ha ganado exponencialmente espacio en los medios en los últimos años como una red social de trabajo gracias a las herramientas desarrolladas (v. Gillmor, 2004); la evolución de las tecnologías ha propiciado la aparición de herramientas de comunicación que posibilitan que cualquiera pueda llegar a ser un periodista a bajo coste y con impacto universal. Bowman & Willis (2003) proveen una cuidadosa definición del concepto que todavía trabaja con la forma en la que el periodismo es entendido hoy en día:

[Citizen journalism is] the act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires. Participatory journalism is a bottom-up, emergent phenomenon in which there is little or no editorial oversight or formal journalistic workflow dictating the decisions of a staff (Bowman & Willis, 2003: 36).

Ya en 1995 Nicholas Negroponte predijo en su libro *Ser digital*, que en el futuro las noticias en línea darían a los lectores la habilidad de escoger solo los temas y las fuentes que les interesan. Y parece que ese futuro ha llegado ya. Los lectores no solamente condicionan la agenda noticiosa, sino que incluso dirigen u orientan la práctica informativa. En el libro *The Elements of Journalism*, Bill Kovach y Tim Rosenstiel explican que cada vez más la noticia es producida y condicionada por los lectores-usuarios. No en vano, el periodismo ciudadano es aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana.

El *Periodismo participativo* o *ciudadano* lleva implicada en su misma definición una tensión para el periodismo del siglo XXI: la lógica económica de construir plataformas participatorias de acceso libre para atraer grandes comunidades de usuarios, versus la lógica profesional de mantener la tradicional autoridad sobre la configuración del flujo informativo. Para Dan Gillmor, periodista, bloguero y profeta del Periodismo 3.0, los modos tradicionales de producir información, gracias a los medios sociales y los instrumentos de publicación de ciberinformación, han sido trastocados para siempre: la audiencia detenta el poder.

Las noticias son producidas por gente normal que tiene algo que decir y que mostrar. Ya no son sólo difundidas por los medios oficiales que han decidido tradicionalmente cómo será el primer esbozo de la historia. Ahora el primer borrador de la historia lo escribe la antigua audiencia (Gillmor, 2004).

El *Periodismo participativo* no es una moda pasajera. Los medios tradicionales tienen que dejar de lado forzosamente el miedo a devolverle la palabra a aquellos a los que verdaderamente les pertenece: los ciudadanos. La autoridad tradicional de los medios es restituida a los usuarios, al público. Los medios sociales, definidos por “la convergencia de individuos en redes sociales, el uso de nuevos medios y la sindicación o enlaces entre ideas, escritos y otros contenidos de opinión” (Varela, 2005: 22). Los medios sociales utilizan las herramientas tecnológicas para la comunicación, edición, publicación e interacción cooperativa en Internet para facilitar y promover la participación de los ciudadanos en la creación de contenidos en red. Los medios sociales permiten la existencia de conversaciones entre los miembros del ciberespacio, organizados en comunidades virtuales. Howard Rheingold, el inventor del concepto, las define así: “Comunidades virtuales son grupos sociales que emergen de la Red cuando suficiente gente participa en discusiones públicas durante un cierto tiempo, con los sentimientos necesarios, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio” (Cit. en Varela, 2005: 22).

2. Metodología

En este trabajo utilizamos una metodología consistente en aplicar la técnica del análisis de contenido a los 11 cibermedios más relevantes de Galicia (*El Correo Gallego, La Voz de Galicia, EMUGA, Faro de Vigo, Galicia Diario, El Ideal Gallego, A Nosa Terra, El Progreso, La Región, Xornal.com* y *Vieiros*).

Para la realización de este estudio seleccionamos un total de siete jornadas de análisis a lo largo del mes de septiembre de 2009. Llevamos a cabo capturas de página de los once medios digitales mencionados con anterioridad. En aras de conseguir una perspectiva integral y completa, de carácter eidético, la captura y posterior examen pormenorizado de cada unidad de análisis se realizó en dos tandas: en horario de mañana y primera hora de la tarde. Esta doble consulta permite que el trabajo adquiera un mayor grado de concreción, puesto que permite establecer comparaciones y facilita el análisis de las actualizaciones efectuadas por los cibermedios a lo largo del período de estudio.

2.1 La base de datos: el instrumento de recogida de la información

Para la recogida de datos de esta investigación se elaboró una base de datos con el objetivo de operativizar todas las cuestiones relativas al almacenamiento de información y a su posterior aprovechamiento.

De este modo, se elaboró una base de datos para analizar la presencia de elementos interactivos como chats, la posibilidad de comentar noticias o valorarlas, encuestas, foros, envío de mensajes SMS, posibilidad de enviar

fotografías, vídeo o audio. Así, mediante la recogida de estos datos, hemos podido observar la presencia y el nivel de implementación de estas herramientas en los cibermedios de Galicia.

3. Resultados: empleo de las herramientas de la web social en los cibermedios gallegos

Los medios sociales –o *social media*– son medios de comunicación social en los que la información y los contenidos son creados por los propios usuarios gracias al empleo de las nuevas tecnologías, que permiten que cualquiera pueda editar, publicar e intercambiar opiniones en Internet. El término *social media* se opone al tradicional de mass media, queriendo simbolizar el cambio en el paradigma comunicativo acontecido en los últimos tiempos. Los medios sociales constituyen el “hábitat” natural del periodismo participativo y se refieren, fundamentalmente, a actividades que integran la tecnología y las comunicaciones móviles con la participación y la interacción social.

Los medios sociales pueden adquirir muy diversas formas y resultaría harto complicado –sino imposible– realizar un listado representativo de estas tecnologías, puesto que cada día aparecen nuevas formas y aplicaciones. En la actualidad, los medios sociales representan formas avanzadas de las primeras herramientas de interactividad, tales como los primigenios chats, los comentarios y los foros.

No conviene olvidar el hecho de que aunque todas las características definitorias de un cibermedio (inmediatez, la hipertextualidad, su perfil multimedia y la interactividad) tienen su importancia, resulta obvio que la interactividad es el concepto clave de la era digital (Negroponte, 1995) y del periodismo ciudadano. Para Antonio Burgos, en la era digital “el lector deja de ser un ente lejano para convertirse en algo cercano que te ayuda en muchas cosas. Nada menos virtual que el lector en Internet. Donde es virtual de verdad es en el papel”.

La interactividad significa un cambio de la comunicación *uno a muchos* de los medios tradicionales hacia el flujo comunicativo que emerge con el modelo de comunicación de dos “vías” que convierte a las audiencias en consumidores activos (Pavlik, 2001). El potencial de la interactividad para facilitar un diálogo entre los medios y sus audiencias es, por tanto, indisputable.

Estas herramientas se postulan como definitorias de los nuevos medios digitales, de su naturaleza, de sus características, de sus contenidos y de sus utilidades. El *periodismo ciudadano* se nutre de herramientas *online* con las que obtener documentación, tratar imágenes y vídeo, crear gráficos y mapas, desarrollar los sitios web, gestionar proyectos colectivos, publicar las noticias, etc. Además, en la coyuntura actual dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), las herramientas y aplicaciones de la web social cobran una

especial relevancia. Así, se habla del concepto de *Docencia 2.0*, con el que se designa a un conjunto de técnicas empleadas para la docencia. En los últimos años se están revisando los conceptos tradicionales en relación a la enseñanza, siguiendo los postulados de Alain Touraine, Daniel Bell o Manuel Castells. En este sentido, los servicios de la *web 2.0* más empleados son los blogs, las redes sociales, los wikis y, últimamente, el *geo-tagging* y la tecnología móvil.

Los recursos interactivos han crecido exponencialmente en los cibermedios gallegos en los últimos años. Han pasado de gozar de una presencia meramente testimonial a gozar de un cierto espacio en la mayoría de medios digitales de Galicia. Los elementos interactivos más empleados en los 11 cibermedios analizados en este trabajo son la valoración de las noticias (38%), las redes sociales (35%) y los comentarios (27%). Finalmente, elementos como encuestas, mensajes a móviles, foros, chats y bitácoras aparecen en contadísimas ocasiones.

Aun siendo cierto que el número de elementos interactivos presentes en los cibermedios gallegos es más elevado que hace unos años, lo cierto es que en algunos de ellos (*EMUGA, Galicia Diario, La Región o Vieiros*) tienen una presencia meramente testimonial. Es más, en *El Ideal Gallego* no encontramos durante nuestra investigación ningún elemento de carácter interactivo. Solamente *La Voz de Galicia* y *El Correo Gallego* poseen unas cifras destacadas en cuanto a la aparición de elementos, herramientas o aplicaciones que fomenten la interactividad.

Finalmente, apreciamos cómo con las valoraciones de las noticias, las redes sociales ocupan un lugar preponderante en cuanto a los elementos interactivos presentes en los cibermedios. No obstante, el número de elementos interactivos hallados en los medios digitales gallegos es bastante reducido, por lo que la presencia de herramientas de la web social no resulta significativa, salvo en el caso de *La Voz de Galicia*.

4. Discusión y conclusiones

En el momento actual, el periodismo vive una metamorfosis que le abre nuevos espacios y lo coloca ante nuevos desafíos. La fase de cambios y transformaciones que caracteriza el ámbito de la comunicación mediada tecnológicamente en el siglo XXI ha modificado sustancialmente el escenario periodístico no sólo en lo que a movimientos y corrientes se refiere, sino a los propios debates sobre el rol que debe cumplir el periodismo en la compleja sociedad actual, que presenta diferencias importantes con la del pasado siglo. Lo que permanece es lo básico, la esencia del periodismo –“el periodismo puro y duro”, y la necesidad de los ciudadanos de disponer de información para poder moverse en la sociedad.

Lo que se ha denominado “Periodismo ciudadano”, al margen de si denominación es más o menos afortunada, no cabe duda que ha permitido la aparición de nuevos proyectos informativos y ha fomentado el empleo de herramientas que pueden conducir a un periodismo más participativo. Aunque el periodismo es básicamente mediación profesional y mantiene claras diferencias con la publicidad y la propaganda, las nuevas herramientas también pueden emplearse para elaborar información de calidad. Y este es un aspecto que forma parte de las esencias del periodismo: la veracidad y la calidad de todos los elementos –textuales y formales- que integran el mensaje informativo.

El debate, sin duda, está abierto y estimula interesantes propuestas y proyectos periodísticos que buscan mostrar la validez de sus planteamientos. Y en la actualidad la gran mayoría de estos proyectos incorpora las herramientas de la web social. Ciertamente, cada proyecto periodístico emplea estas herramientas con finalidades diferentes y en el marco de iniciativas muy dispares. Pero en todos los casos estas herramientas pueden resultar útiles para el ejercicio responsable de nuestra profesión.

En cuanto a la incorporación o no, por parte de los principales cibermedios gallegos, de las herramientas y aplicaciones de la web social, concluimos que las publicaciones digitales de Galicia continúan aferradas a las prácticas y pautas tradicionales de tratamiento de la información. Esto es, desaprovechan las posibilidades potenciales que ofrece Internet, además de presentar carencias y deficiencias estructurales que lastran los recursos hipertextuales disponibles en la red.

Identificamos dos tendencias generalizadas en los cibermedios gallegos objeto de nuestro estudio:

- Existe un alto grado de traslación de la información del periódico en papel a la red, desaprovechando gran parte de las posibilidades que ofrece Internet.
- En los 11 cibermedios analizados detectamos una tendencia generalizada a no actualizar las noticias. *LavozdeGalicia.es* y *Elcorreogallego.es* son los medios que alcanzan un nivel adecuado de actualización.

5. Bibliografía

- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, Va: The Media Center at the American Press Institute.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS Página 10

- Campbell, C. C. (2000). Citizens Matter: and that is why public journalism matters. *Journalism Studies*, 1 (4), 689-694.
- Carpenter, S. (2008). How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard are rely on external sources. *Journalism & Mass Communication Quaterly*, 85 (3), 531-548.
- Deuze, M., Bruns, A. & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism Practice*, 1 (3), 322-338.
- Deuze, M. (2008). The professional identity of journalists in the context of convergence culture. *Observatorio*, 2 (4), 103-117.
- Díaz Noci, J. & Palacios, M. (2008). Metodologia para o estudo dos cibermeios. Salvador de Bahia, Brasil: EDUFBA - Editora da Universidade Federal da Bahia.
- Domingo, D.; Quandt, T.; Heinonen, A.; Paulussen, S.; Singer, J. B. & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond. *Journalism Practice*, 2 (3), 326-342.
- Fernandes, Marcio (2003). Periodismo cívico: pasado, presente y futuro. *Chasqui*, 82.
- Gastil, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Sage.
- Haas, T. (2005). From 'public journalism' to the 'public's journalism'? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, 6 (3), 387-396.
- Hermida, A. & Thurman, N. (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, 6 (3), 387-396.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ed. El País.
- Kovacic, M. P. & Erjavec, K. (2008). Mobi journalism in Slovenia. *Journalism Studies*, 9 (6), 874-890.
- Mutz, D. C. (2006). *Hearing the other side: Deliberative vs. Participatory Democracy*. NY: Cambridge University Press.
- Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.

- Outing, S. (2005). The 11 layers of citizen journalism. Poynter online. Retrieved September, 21, 2008, from http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126.
- Page, S. (2007). *The Difference: How The Power of Diversity Creates Better Groups, Teams, Schools, and Societies*. Princeton University Press.
- Paterson, C & Domingo, D. (2008). *Making online news: The ethnography of new media production*. New York: Peter Lang.
- Price, V., Cappella, J. N., & Nir, L. (2002). Does disagreement contribute to more deliberative opinion?. *Political Communication*, 19 (1), 95.
- Ryfe, D. (2005). Does deliberative democracy work? *Annual Review of Political Science*. 8: 49-71.
- Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New Media & Society*, 10 (1), 139-157.
- Tremayne, M.; Weiss, A. S. & Alves, R. C. (2007). From product to service: The diffusion of dynamic content in online newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84 (4), 825-839.
- Varela, J. (2005). El asalto de los medios sociales. *Cuadernos de Periodistas*. Retrieved December, 14, 2006, from http://www.apmadrid.es/Publicaciones/Libros/Relacion/Cuadernos/Numero_2/03.Varela.pdf

CV autores:

- Xosé López García

Departamento de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad de Santiago de Compostela, USC

Avda. Castelao S/N, 15782, Santiago de Compostela (A Coruña, España)

Teléfonos: 981563100- Ext. 16536

Correo electrónico: xose.lopez.garcia@usc.es

Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2009

ISBN: 978-84-9941-001-2 . Universidad de La Laguna (Tenerife) / SLCS Página 12

- Moisés Limia Fernández

Departamento de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad de Santiago de Compostela, USC

Avda. Castelao S/N, 15782, Santiago de Compostela (A Coruña, España)

Teléfonos: 981563100- Ext. 16572

Correo electrónico: moises.limia@usc.es

- Carlos Toural Bran

Departamento de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad de Santiago de Compostela, USC

Avda. Castelao S/N, 15782, Santiago de Compostela (A Coruña, España)

Teléfonos: 981563100- Ext. 16572

Correo electrónico: carlos.toural@usc.es

- Este artículo muestra parte de los primeros resultados de la investigación "Tendencias na converxencia dos medios de comunicación en Galicia: 2007-2010" (PGIDIT07PXIB212149PR), concedido por la Consellería de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia al Grupo de Investigación *Novos Medios*.