

Boczkowski, J. (2006). *Digitalizar las noticias*.
Buenos Aires: Manantial

Miladys Rojano *



Las innovaciones de los diarios, a partir de la introducción de las tecnologías de información en las redacciones, es un tema usualmente analizado desde la perspectiva de los efectos revolucionarios que las mismas han tenido en los medios. A más de una década de la incursión de los periódicos en la red, los estudios del área comienzan a centrarse en las prácticas que comienzan a generar esas transformaciones.

Desde esta perspectiva, la dinámica diaria del periodista redefine la función editorial y la representación del público, a través del empleo de nuevos productos que fomentan la interactividad en un nuevo entorno virtual.

El libro *Digitalizar las noticias* aborda este enfoque, partiendo de la formación simultánea de transformaciones entre tecnología, sociedad y contexto histórico en el cual se desarrollan. Más allá de los cambios que el mismo aparato o producto nuevo genera, hay una dinámica cultural de gestación.

El autor Pablo J. Boczkowski, profesor del departamento de Estudios de la Comunicación de Northwestern University, aborda la relación entre medios, ciencia, tecnología, sociología económica y organizacional,

proponiendo una metodología etnográfica e histórica que ayuda a comprender de forma integral los procesos de innovación adoptados.

El caso de los diarios estadounidenses, pioneros en instalarse en la red, es la muestra seleccionada para posar la mirada analítica en la intersección de estos campos. Concretamente se detalla cómo se fueron adoptando las innovaciones en los proyectos de la sección de tecnología del *New York Times*, *Houston Chronicles* y *New Jersey Online*. En cada uno se tomaron en cuenta las dinámicas de las personas involucradas en los proyectos, cuyas prácticas forman parte de un proceso que ha marcado a la industria periodística desde 1969.

El texto se estructura en el mismo orden histórico en el cual han emergido los cambios. En primer lugar se describen los tiempos de exploración en las décadas de los ochenta y principios de los noventa. En esta etapa Boczkowski afirma que la introducción de nuevos productos como videotexto se dio con una actitud más reactiva que proactiva, ya que los actores se adelantaban en la adopción de nuevos formatos para evitar un uso masivo de los mismos que acabara con su negocio principal: las ediciones impresas.

Superada la fase defensiva, se aborda el proceso de asentamiento que comienza en los noventa. En estos años se asumen las publicaciones electrónicas como oportunidades y comienza la percepción entre los principales tomadores de decisiones de que la web se está convirtiendo en el entorno preferido de los usuarios.

La siguiente etapa estudiada es la diversificación para no perder el terreno, periodo en el cual la oferta y la demanda institucionalizaron el periódico *online*, con un nuevo escenario de incertidumbre que aún está definiéndose ante la heterogeneidad técnica de los usuarios. Mientras el panorama se aclara, el autor presenta algunas tendencias más concretas como los procesos de segmentación del objeto mediático y el nuevo papel activo de los consumidores de información a través de una “construcción distribuida”.

El libro concluye con una reflexión sobre la redefinición de los comunicadores, desde que eran sólo “gente del medio impreso”. Los resultados de la investigación son muy claros: los medios nuevos surgen mediante las fusiones sociomateriales existentes y capacidades técnicas novedosas, y en la noción de que esta evolución se ve afectada