

## A participación cidadá no xornalismo: ¿reclamo ou diálogo?

**Xosé López García**, Universidade de Santiago de Compostela, España

### Resumo

O xornalismo busca novos folgos para saír da crise de valores que o afecta nos últimos anos. Os cambios no ámbito do sector da comunicación supoñen novos desafíos, con ameazas e oportunidades. Un dos ámbitos de maiores transformacións está na busca e elaboración da información. A relación cos cidadáns pode cambiar, co apoio dunhas tecnoloxías actuais que abren novos camiños e reforzan outros xa existentes. É por iso que, tanto nos medios tradicionais como nos cibermedios, preséntanse iniciativas para un xornalismo máis próximo aos cidadáns. Non cabe dúbida que a participación dos usuarios gañou terreo nos cibermedios nestes últimos tempos. O ano 2006, data do redeseño dalgún dos principais cibermedios en España (*www.elmundo.es*, *www.elpais.es*, *www.abc.es*, *www.lavanguardia.es* ...), marcou un punto de inflexión na nova forma de entender a relación entre as tradicionais figuras de emisor e receptor no ámbito do xornalismo. Conscientes da Sociedade da Información na que vivimos, os medios de comunicación víronse na obriga de traballar na procura de facer de dobre sentido as autopistas polas que, como emisores, estaban a enviar información. Deste xeito, trazaron vías de comunicación e retroalimentación entre emisor e receptor, dándolle aos lectores/usuarios certo protagonismo na construción da realidade xornalística. Foi este un momento importante para os medios que, en certo modo, viron necesaria a implicación dos lectores ou usuarios no medio a través da participación cidadá. Logo dos últimos cambios, os cibermedios apostan por unha opción diferente que, en principio, parece máis dialogante e menos arrogante que a que dominou a maioría dos modelos das principais cabeceiras en papel durante algunhas etapas. Na comunicación ofrécese resultados dunha investigación sobre as vías de participación cidadá nos cibermedios do Estado Español, tanto de ámbito xeral como local. Tamén hai achegas arredor do debate sobre se esta estratexia supón só un reclamo de cara aos usuarios ou realmente busca un diálogo cos usuarios. ¿Supón tan só unha estratexia dos medios para gañar adeptos ou realmente conceden un papel importante ás contribucións dos seus lectores/usuarios?

## **INTRODUCCIÓN**

O panorama dos medios de comunicación está rexistrando importantes cambios e o propio funcionamento de cada medio tamén. Unha mirada ao panorama actual da comunicación suxire que estamos asistindo a unha reconfiguración do propio escenario mediático, cun final dificilmente predicible. Non cabe dúbida que nestes últimos dez anos vivimos importantes acontecementos que afectaron tanto aos medios tradicionais como aos novos medios e que mostran a complexidade desta sociedade actual. En primeiro lugar, entramos nun escenario caracterizado polas redes, cunha rede, Internet, como paradigma da comunicación total e global. En segundo lugar, as tecnoloxías da información e da comunicación entraron en tódolos campos da comunicación mediada tecnoloxicamente no marco dun proceso de transformación da man da dixitalización. E, en terceiro lugar, o panorama de mudanza convértese nunha constante que parece anunciar continuas transformacións que comportan unha reestruturación do propio escenario mediático, cada vez con máis elementos, novos modelos e máis redes entrelazadas entre si.

De momento, constatamos varias evidencias. Certamente, nesta sociedade, onde a dixitalización e a converxencia tecnolóxica actúan como motores de cambio, a comunicación ocupa un lugar central. Do mesmo xeito, as tecnoloxías da información e a comunicación constitúen un dos índices básicos a hora de medir o grado de desenvolvemento de calquera país, xa que teñen unha grande importancia no Produto Interior Bruto (PIB). En definitiva, o proceso de modernización da industria inclúe a incorporación destas tecnoloxías, que cada vez terán máis incidencia no hipersector da comunicación. Ademais, da man destas tecnoloxías xurdiron os novos medios, que están transformando as relacións existentes entre empresas informativas e xornalistas e os seus diversos destinatarios (Pavlik, 2005: 18). Estamos, pois, no comezo dunha fase que comporta algúns cambios radicais.

## **NOVOS PERFILES**

A evolución da industria da comunicación mostrou, nestes últimos anos, como estas tecnoloxías actuais afectan non só á produción, senón aos propios perfiles profesionais. Tanto a aparición de novos soportes como a reestruturación dos medios tradicionais fixo que o xornalista ampliase cometidos e mesmo tivese que realizar novas tarefas no campo da comunicación. Multiplicáronse os perfiles nos medios tradicionais, ao tempo que apareceron perfiles ligados ao mundo de Internet. O propio nacemento do

ciberxornalismo ou xornalismo na rede<sup>1</sup> abriu horizontes aos informadores, ao tempo que lles demandou novas habilidades e destrezas para facer un xornalismo con trazos claramente diferentes aos dos outros soportes.

Estes ciberxornalistas están familiarizados coas tecnoloxías dixitais, navegan pola rede e realizan o papel de mediador nos novos medios que se difunden a través de Internet. A súa misión reside en elaborar información mediante a preceptiva xornalística, tendo en conta as características dos soportes, as ferramentas actuais e as linguaxes propias para estes medios de última xeración. Os ciberxornalistas son, pois, mediadores de novo cuño que traballan nun contexto dixital, coa hipertextualidade, a multimedialidade e a interactividade como compañeiras de viaxe, unha viaxe na que hai algo de experimentación e moito de rutina.

Ademais do nacemento do ciberxornalismo e deste novo perfil de profesional, hai outro feito que pasará a historia: no xornalismo de comezos do século XXI Internet desenvolve un papel fundamental, ate tal punto que hoxe xa non se pode entender o xornalismo sen internet (para ben e para mal). A gran maioría dos xornalistas viven arredor da rede de redes. Uns emprégana como fonte de información; outros como canal de distribución do seu caderno de bitácora... Pero case todos miran á rede e moitos opinan que xa non imaxinan como facer o seu traballo sen as ventás que lles abre a arañeira mundial.

Sen dúbida, Internet é o futuro –“es el tejido de nuestras vidas y es un medio de comunicación que permite por primera vez la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a escala global” (Castells, 2001: 15-16)-, aínda que o futuro non é só Internet<sup>2</sup>. Mais esta nova realidade debemos tela moi presente nas nosas investigacións dirixidas a reflexionar sobre os aspectos centrais do xornalismo, que forman parte do debate sobre a actualización do xornalismo e sobre a súa necesaria reinvencción.

As análises sobre o xornalismo actual, pois, hai que facelas tendo en conta a realidade de Internet, os cibermedios que se fan na actualidade e o seu funcionamento. É dicir, temos que ter analizar o papel que neses cibermedios cumpren os ciberxornalistas.

### **PROFESIONALIZACIÓN ASENTADA**

Unha mirada actual ao papel dos xornalistas permítenos entender o seu importante papel na construción das mensaxes para os medios de comunicación. Como sabemos, a profesionalización xornalística nos

<sup>1</sup> O xornalismo que se fai en Internet mereceu distintos nomes por parte dos profesionais e dos investigadores. Hai quen o denomina xornalismo en liña, quen fala de xornalismo electrónico ou quen prefire xornalismo dixital, xornalismo en liña e mesmo xornalismo telemático. Entendo que Ciberxornalismo é un termo que pode definir moi ben esta tipoloxía de xornalismo.

<sup>2</sup> Nestes últimos anos multiplicáronse os estudos sobre a importancia de Internet na sociedade e a relación entre Internet e o xornalismo. De todos eses traballos, considero básicos os estudos de Manuel Castells e comparto as súas conclusións, especialmente no relativo a importancia que terá no futuro a rede de redes como medio de comunicación.

medios de comunicación, que é un fenómeno da segunda metade do século XIX (Ortega & Humanes, 2000: 97), permitiu avances para facer información de calidade, pero foi incapaz de rematar con moitas carencias e moitos puntos débiles das condicións para a práctica profesional. As conquistas dos xornalistas foron moi desiguais e o marco que os regula é, na maioría dos casos, moi feble e insuficiente para asegurar que poidan cumprir cos cometidos que teñen encomendados. Certamente, a existencia dunha titulación específica na Universidade foi un paso adiante, como tamén incidiu positivamente a investigación en Comunicación e o renovado corpus científico forxado nestes anos.

A consolidación dos estudos universitarios do xornalismo conduciu a un proceso irreversible de recoñecemento profesional (Fernández del Moral, 2002: 445). Favorece unha mellor formación e abre novas vías para o traballo e a reflexión, o que sempre resulta alentador, máxime cando aparecen novos perfís profesionais e renovados desafíos. Pero, ao mesmo tempo, non deixa de resultar preocupante que a profesión no Estado Español aínda espere a aprobación dun estatuto do xornalista actual, o alto índice de precariedade que existe na maioría das industrias do sector ou os escasos avances na organización de comités de redacción<sup>3</sup>. Trátase de cuestións das que falan pouco os medios, quizás porque non queren analizar as súas debilidades.

Con todo, o xornalista cobrou máis importancia tanto nos medios como na sociedade nestes últimos anos. Hai varios motivos, pero sobre todo destaca o feito de que nun mundo máis interconectado, o xornalista deberá ser un narrador que orienta aos usuarios, un intérprete que avalíe o que realmente é importante, e un profesional que estimulará a participación e promoverá a conexión das comunidades cos medios (Pavlik, 2005: 338). En definitiva, mantense o papel do xornalista, ate con novos cometidos, pero segue moi desprotexido porque as sociedades dos distintos ámbitos non deron suficientes pasos para crear un marco axeitado ás actuais necesidades dos profesionais. De feito, apenas houbo avances significativos que aseguren que o xornalista poida cumprir co seu traballo profesional con honestidade e rigor

### **ÁBRENSSE VÍAS Á PARTICIPACIÓN**

Xusto mentres o xornalista cobra máis protagonismo, con novos cometidos profesionais, e mentres non se avanza para construír un marco sólido para que poidan traballar "con todas as consecuencias" os profesionais da información, as tecnoloxías actuais abren vías de participación aos usuarios e os propios

<sup>3</sup> Varias investigacións achegaron luz nestes apartados. Merecen destacarse as dirixidas en Galicia polo profesor Miguel Túdez. De feito, a situación laboral dos xornalistas en Galicia e o seu perfil profesional foi estudado nos últimos anos polo profesor Miguel Túdez, do Departamento de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela. As conclusións dos seus traballos, nomeadamente do informe elaborado para o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, mostran que hai moitas fronteiras que actuar para tentar mellorar a situación laboral.

medios senten necesidade dunha maior proximidade cos suxeitos da información para ter incidencia e ser útiles. Os vellos mecanismos de participación –cartas ao director, chamadas a programas...-quedaron desfasadas nunha sociedade marcada pola información case en tempo real, pola multiplicación da oferta e saturación da oferta de contidos “brandos”. Agora hai vías para interactuar e son moitos os que queren intervir, mesmo con fins moi diversos e en condicións de toda caste.

Non podemos dicir que se trate exactamente dun fenómeno novo, xa que ao longo da historia do xornalismo hai distintas iniciativas e mesmo tendencias sobre participación cidadán na construción de mensaxes xornalísticas. Podemos citar desde iniciativas comunitarias de comunicación ata experiencias nalgúns dos grandes medios convencionais que ensaiaron paneis de lectores ou mesmo programas audiovisuais levados polo público. O que realmente resulta novo é a superación de vellas barreiras, nomeadamente tecnolóxicas, e as novas posibilidades que se abren na actualidade para a participación dos usuarios nos procesos de produción da información.

O resultado máis evidente atopámolo en novas iniciativas, principalmente na rede, de cibermedios cunha alta participación dos usuarios, pero tamén de medios tradicionais que buscan novos mecanismos para interactuar cos usuarios. En tódolos casos hai distintas vías de participación e distintos grados de participación. Este fenómeno deu lugar ao que algúns autores xa denominan xornalismo participativo, entendendo por tal aquel no que un cidadán ou grupo de cidadáns desempeña un rol activo nos procesos de recollida, cobertura, análise e difusión de noticias e información, sempre co obxectivo de proporcionar información independente, fidedigna, completa e relevante.

Moitos autores reflexionaron sobre as novas posibilidades de participación dos medios e sobre os cambios de tendencia na actitude dos usuarios. Certamente, na historia do xornalismo, no século XX, na produción das noticias hai un dominio case exclusivo dos xornalistas. As audiencias teñen un papel bastante pasivo. Mais, agora, no século XXI, danse condicións que os chamados cidadáns-xornalistas. Os cidadáns, coa axuda de pequenas máquinas, están aprendendo a construír noticias e outras modalidades expresivas (Gillmor, 2005: 14-17). Trátase dunha opción e dunha proposta para intervir nos procesos da comunicación mediada tecnoloxicamente.

### **NA SÚA PRIMEIRA ETAPA**

O estudio da participación nalgúns dos principais cibermedios españois indícanos como, de momento, esta vía está aberta, pero aproveitase pouco e aínda se trata dun recurso que se emprega dun xeito moi

experimental e con moitas cautelas nesta primeira fase<sup>4</sup>. Os usuarios poden participar, pero con moitas limitacións e sen usuarios moi motivados. Esta foi a conclusión a que chegamos logo de analizar a participación en *Lavanguardia.es*, *Elperiodicodecatalunya.com*, *Elpais.es*, *Elmundo.es*, *ABC.es* e *Lavoz.es*. Segundo os resultados da investigación feita polo Grupo Novos Medios, da Universidade de Santiago, no mes de abril do ano 2007, só *ABC.es*, *Elpais.es*, *Lavoz.es* e *Elmundo.es* facilitaban a participación dos lectores mediante a convocatoria de encontros dixitais, pero sen periodicidade establecida. Os usuarios enviaban as súas preguntas a aquelas persoas que lles resultan interesantes.

Dos medios analizados, só *ABC.es*, *Elpais.es* e *Lavanguardia.es* permitían que os usuarios publicasen comentarios das noticias. *ABC.es* elixe as noticias sobre as que poden realizarse estes comentarios, mentres en *Elpais.es* pódense comentar as noticias de portada. No caso das columnas, só *Lavanguardia.es* e *Elpais.com* permiten comentarios dos artigos de opinión –en *Elpais.com*, só dos editoriais-. E só teñen blogs de xornalistas abertos aos comentarios do público os cibermedios *Lavanguardia.es*, *ABC.es* e *Elmundo.es*.

Na investigación constatouse o desinterese por fomentar o envío de vídeos por parte dos usuarios, aínda que si fomentan o envío de fotografías para a súa publicación na web. É o caso de *Lavanguardia.es*, *Elmundo.es*, *Elpais.es* e *Lavoz.es*. O que si hai son outras fórmulas, como enquisas, foros ou outras vías menos relevantes na maioría das cabeceiras.

Outras formas de participación	Medios	Total
Enquisas	La Vanguardia, El País, La Voz de Galicia, El Periódico de Catalunya (bajo el nombre <i>La Pregunta</i> ), La Vanguardia, ABC ( <i>La Pregunta del Día</i> ),	6
Corrección de noticias	El País, El Mundo	2
Votación das noticias	El Periódico de Catalunya, El País, El Mundo	3
Foros de actualidade ou debates	El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, ABC, El País, La Voz de Galicia.	5

Fonte: elaboración propia a partir do estudo das características dos principais cibermedios españois realizado no grupo Novos Medios

Estes datos permiten, pois, indicar que as vías de participación nos cibermedios españois estaban nese momento aínda na súa primeira fase. Tiñan esta vía aberta, pero aproveitaban pouco as posibilidades

<sup>4</sup> Algúns dos datos empregados para estas estimacións iniciais proceden da análise dos cibermedios españois que, no marco do proxecto do Ministerio de Educación e Ciencia de España titulado "Convergencia digital de los medios de comunicación" –SEJ2006-14828-C06-03-, fixemos no grupo Novos Medios. Este proxecto estatal, dirixido polo profesor Ramón Salaverría, permitiu unha radiografía dos principais cibermedios e das súas características, aínda que o seu obxectivo prioritario céntrase nos procesos de converxencia.

que ofrecía. Un paso adiante dérono no ano 2008. No seguimento periódico feito por Novos Medios, nunha análise de xuño de 2008<sup>5</sup>, no que analizamos medios españois e doutros países da Unión Europea, así como algún de Brasil, advírtese xa unha maior aposta, aínda que con bastantes limitacións.

Elementos de interactividad	Blogs	Yo, periodista	Envío de fotos	Envío de vídeos	Comentarios en las noticias	Votar noticias	Otras vías	Sección Multimedia
Medios								
Lavoz.es	Sí: propios, de periodistas y expertos	Sí	Sí	Sí	No	Sí	-Encuestas -Participa: lugar para opinar sobre determinados temas -Charlas	No
Elcorreogallego.es	Sí: propios	Sí	Sí	No	Sí: previo registro	Sí	-Encuestas -Foros	No
Elpais.com	Sí: propios y de usuarios	Sí	Sí	Sí	Sí (no todas)	Sí	-Encuestas -Foros -Chats -Concursos -Charlas	No
Elmundo.es	Sí: propios	No	No	No	No	No	-Charlas -Foros -Debates	Sí
Lemonde.fr	Sí: propios y de usuarios (abonados)	No	No	No	Sí: sólo abonados	No	-Foros (para abonados) -Encuestas	Sí
Guardian.co.uk	Sí: propios	No	No	No	No	No	-	Sí
Repubblica.it	Sí: propios y de usuarios	No	Sí	No	No (Sí en sección Interactivita)	No (Sí vídeos)	-Foros -Encuestas	Sí
Folha.uol.com.br	Sí: propios	No	No	No	No	No	No	No
Oglobo.globo.com	Sí: propios y de usuarios	Sí	Sí	Sí	Sí: previo registro	No	-Correcciones -Encuestas	Sí
Correiodabahia.com.br	No	No	No	No	No	No	-	No
Atarde.com.br	Sí: propios	No	Sí	Sí	Sí	No	-Correcciones -Encuestas	No
Jn.sapo.pt	Sí: propios y de usuarios	Sí	Sí	Sí	No	No	-Encuestas	Sí

Fonte: elaboración propia

En definitiva, os blogs son xa neste momento unha realidade na práctica totalidade dos cibermedios, aínda que algúns de momento só teñen blogs dos seus redactores e outros, os menos, apostan pola comunidade, abren a posibilidade de crear blogs e xestionan moito esta vía de actuación. Os máis avanzados nesta política de aproveitar a participación permiten o envío de vídeos e outros materiais, que auspician, e crearon unha sección específica de "eu xornalista" o "eu reporter". A estratexia, pois, é

<sup>5</sup> O segundo seguimento de cibermedios españois, que incluíu medios doutros países de Europa e de Brasil, realizouse no marco dun proxecto de investigación da Dirección Xeral de I+D da Xunta de Galiza –proxectos Xunta PGIDT/PGIDIT, co código PGIDIT07PXB212149PR- para analizar novos pasos na converxencia en Galiza. Na fase previa, foi preciso elaborar unha radiografía dos cibermedios galegos, españois, europeos e dun país latinoamericano –Brasil- para coñecer características no ano 2008, parecidos e diferencias. Este cadro sobre participación penso que resulta útil para entender a evolución neste campo.

comercial e algo social, coa intención de incrementar os usuarios, crear fidelidade entre os usuarios habituais e ofrecer máis posibilidades para que o cibermedio camiñe co liderazgo como principal cartel. Estes datos permiten, pois, indicar que as vías de participación nos cibermedios españois están cun plan de participación dos usuarios, que avanza progresivamente, e que ten semellanzas cos principais cibermedios europeos e con semellanzas cos brasileiros –outro polo de referencia no ámbito lusófono-. Teñen esta vía aberta, pero de momento aproveitan só algunha das posibilidades que ofrecen, cunha tendencia a ir incorporando novas vías de participación no programa de experimentación e desenvolvemento do produto.

### **A MODO DE CONCLUSIÓN**

A evolución do ciberxornalismo nos últimos anos indícanos unha tendencia clara: a participación dos cidadáns nos medios de comunicación aumentou nesta primeira década do século XXI e, previsiblemente, seguirá incrementándose no futuro inmediato. O éxito de experiencias participativas favorece a aparición de novas formas de construción dos contidos dos medios, nomeadamente na rede. Trátase, pois, dunha tendencia que resulta imparable e que, con bos sistemas de xestión, deba resultar positiva para o xornalismo de calidade e ao servizo da cidadanía sempre e cando os xornalistas sexamos capaces de responder con acerto a este desafío.

En todo caso, na participación dos usuarios nos medios de comunicación debemos diferenciar varias formas, que implican distintos niveles de intervención nos procesos de produción da información. A xestión de todos eles, segundo as estratexias dos principais cibermedios analizados, que se corresponden con cibermedios dos máis visitados e máis recoñecidos profesionalmente, debe recaer sempre na figura do xornalista, que, como mediador profesional e intérprete do que acontece, ten que velar polo cumprimento do obxectivo prioritario da información: que sexa veraz e estea ao servizo da sociedade<sup>6</sup>. O importante, segundo as estratexias dalgúns dos principais cibermedios europeos do momento actual, ten que seguir sendo o xornalista porque el ten encomendada a misión de interpretar o acontecer social, político e económico, polo que debe figurar como responsable final da información que se difunde nos medios –é dicir, debe velar pola súa calidade-.

---

<sup>6</sup> A cuestión do papel do xornalista, que concentra debates e polémicas entre os defensores da visión máis tradicional e convencional, como Tom Rosentiel ou Bill Kovacs, e os máis defensores dun “modelo cidadán”, con Jay Rosen e Dann Gillmor como representantes cualificados desta visión, resólvese, nos principais cibermedios analizados, cunha postura máis favorable aos primeiros e máis reticentes as achegas dos segundos. Destes últimos aproveitan algunhas propostas, pero sempre que o papel central da produción final de contidos se mantéña no xornalista.



As novas vías de participación nos medios de comunicación, tanto nos tradicionais como nos novos, tentan favorecer o incremento do número de usuarios deses cibermedios e, ao mesmo tempo, buscan contribuír a reforzar o papel de medios tradicionais renovados na sociedade actual.

De cara ao futuro, non hai dúbida: o ciberxornalismo será cada vez máis participativo, como indican os datos das sucesivas análises dos cibermedios realizadas por Novos Medios. E, ante esa realidade, as redaccións dos cibermedios de referencia españois, na liña doutros da Unión Europea e Brasil, tentan establecer renovados sistemas de organización para asegurar unha correcta xestión desas vías de participación a fin de que, na maioría dos casos, baixo a coordinación dos profesionais da información, redunden sempre nunha información de maior calidade, comprometida coa cidadanía e ao servizo da comunidade. É dicir, cambian as técnicas pero mantéñense os cometidos e os principios, o que na práctica implica que a xestión deses mecanismos de participación deben estar nas redaccións e baixo a dirección dos xornalistas<sup>7</sup>.

Os que están cambiando tamén son, pois, algúns dos cometidos dos xornalistas, que deben prestar máis atención as inquiredanzas e propostas da cidadanía. Nesa busca de novos sistemas de xestión e traballo nas redaccións que define a actual etapa do ciberxornalismo, o profesional da información pode aproveitar todas as ferramentas actuais e as posibilidades que ofrece Internet para estimular a participación, promover a conexión das comunidades e dos actores socioculturais cos cibermedios, e explicar aos usuarios o que realmente é importante e ten utilidade para moverse e actuar na sociedade. Mentres estes cambios non avancen máis, os cibermedios parece seguro que empregarán algunhas das técnicas de participación como un reclamo, con unha forma de conseguir máis audiencias, e o ciberxornalismo avanzará timidamente aproveitando algunhas das potencialidades que ten para facer realidade un xornalismo máis dialogante e menos arrogante. De momento hai, pois, algo de reclamo – bastante porque se esforzan máis en promocionar ca en xestionar e dinamizar- e algo –pasos moi calculados e aos poucos- de diálogo nas novas estratexias de participación dos cibermedios españois que actualmente figuran como os que figuran entre os de maior número de usuarios únicos.

---

<sup>7</sup> Esta polo menos é a constatación que se percibe na análise das vías de participación dos cibermedios españois nestes últimos anos. A última mostra –a de 2008- constata este feito e, nese análise puntual do entorno –outros medios españois e brasileiros-, advertimos certas coincidencias tamén noutros ámbitos. Mais este non é o obxecto deste artigo –tampouco foi o obxecto central do estudo que fixemos nestes anos en Novos Medios- e polo tanto só podemos citalo como referencia.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona: Plaza&Janes.

Fernández del Moral, J. (2002) 'Educación e información', en VV.AA. (2002) *Estructura, tecnología y tratamiento de la información*, Tomo I, Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*, Lisboa: Editorial Presença.

Ortega, F. & Humanes, M<sup>a</sup>.L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Barcelona: Ariel Sociología.

Pavlik, J.V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.