

Una radiografía de la prensa digital

CONCHA EDO
Profesora de Periodismo
UCM

JOSÉ IGNACIO ARMENTIA VIZUETE, JOSÉ MARÍA CAMINOS MARCET, JON ELEXGARAY ARIAS, FLORA MARÍN MURILLO e IKER MERCHÁN MOTA (2000): *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona, Bosch. 239 páginas.

Han pasado sólo seis años desde que los medios de comunicación comenzaron a situar sus páginas en Internet, y no es posible todavía establecer conclusiones definitivas acerca de las todas posibilidades que tiene la prensa digital y de su futura evolución en los distintos aspectos de la información de actualidad. Pero son de enorme utilidad los trabajos que van explicando los pasos que se han dado hasta ahora para ofrecen a los interesados en el tema una perspectiva a fecha fija.

En esta línea, los autores de este libro se proponen estudiar las diferentes características de la prensa digital al comenzar el tercer milenio, y dividen su análisis en tres fracciones, que se centran en aspectos completamente distintos, para acabar ofreciendo así al lector una visión global que se expone en las conclusiones finales.

En primer lugar, y después de establecer los objetivos y el ámbito de la investigación, se resume lo que ha sido la evolución tecnológica de la red desde su nacimiento y se añaden los antecedentes del periodismo digital, así como los servicios que ofrece la red a los internautas. Y, además, se ofrece el perfil de los usuarios y se establece el volumen de las audiencias.

En la segunda parte se estudian las características formales del diario digital los elementos que integran una publicación electrónica y las peculiaridades del diseño, junto a los elementos –textuales, gráficos, multimedia– que diferencian las páginas *web* de las páginas en papel. Incluye también este apartado un capítulo dedicado a la publicidad y a los conceptos que la delimitan en estos nuevos medios, sin excluir las diferencias en las tarifas, y se completa con un recorrido por las ediciones digitales de los sectores más influyentes de la prensa internacional –Estados Unidos, Reino Unido, Francia e Italia– y de la prensa española, con apartados diferentes para revisar la trayectoria de las cabeceras de Cataluña, Madrid y el País Vasco.

Los capítulos que componen el tercer apartado desglosan los contenidos informativos y las todavía incipientes variaciones en los géneros, insisten en la importancia que cobra el periodismo de servicio en las ediciones *on line* y ofrecen un estudio comparativo, desde el punto de vista de los datos estadísticos, de algunos de los periódicos españoles con mayor difusión, tanto en papel como en la red: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia* y *El Correo*.

Un libro práctico, como ya se ha dicho, y que establece conclusiones relacionadas con las tres secciones del trabajo al finalizar la obra, sobre todo incidiendo en los aspectos formales, los contenidos y la publicidad. Pero, por abarcar demasiados temas en un sólo texto, deja abiertas las puertas a investigaciones específicas, más profundas y detalladas, de muchas de las cuestiones que aborda.