

***La utopia del periodisme digital:
Innovació i inèrcia en les redaccions
digitals catalanes***

David Domingo
Universitat Rovira i Virgili

Periodisme digital: utopies fundacionals

Imaginades per la recerca prospectiva i els professionals pioners

Hipertext: temps/espai ilimitat, immediatesa, desenvolupament, exhaustivitat, memòria, capes de profunditat.

Multimèdia: múltiples llenguatges, convergència en producció i distribució.

Interactivitat: personalització, *feedback*, debat, participació en la producció.

De les utopies als fets...

La recerca sobre periodisme digital s'ha centrat principalment en dos àmbits:

a) **El producte** (anàlisi dels webs informatius)

Constatació: els mitjans digitals no aconsegueixen la majoria de les utopies. Però no pot explicar els motius.

b) **Els professionals** (enquestes i entrevistes)

Constatació: els periodistes digitals diuen que tenen noves tasques (tècniques), però valors comuns als tradicionals.



De les utopies als fets...

Mancances en la recerca sobre periodisme digital:

- **Perspectiva històrica, evolutiva**
- **Anàlisi dels processos** de definició del producte, de les rutines i dels valors professionals.
- **Consciència del context i dels actors** implicats: tradicions professionals, estratègies d'empresa, altres departaments (marketing, tecnològic...)



Vida quotidiana en les redaccions digitals

Utopia assumida: Immediatesa, actualització constant.

Rutines derivades: depenència del teletip, sobreproducció, multimèdia reciclat.

Utopies sacrificades: exhaustivitat, enllaços relacionats, participació de l'audiència en la producció.

Utopia incòmoda: control dels fòrums.

L'espai per la innovació

Els **especials informatius** permeten trencar la tirania de la **rutina i les limitacions tècniques:**

- Informació de context i relacionada.
- Experimentació multimèdia.
- Participació activa dels usuaris.

Però: poca satisfacció general i conformisme: no hi ha recursos.

Estratègies de futur

- Prendre consciència de les limitacions materials i culturals.
 - Revisar l'estructura i rutines per optimitzar-les en aquest marc.
 - Replantejar la relació amb els usuaris, fer-la més oberta.
 - Integrar el web en l'estratègia global de l'empresa, buscar la complementarietat.
 - Col·laboració universitat-empresa.
-
-

Gràcies!

david.domingo@urv.net
www.dutopia.net
