

MÓDULO 1

¿QUÉ ES EL PERIODISMO DIGITAL?

CURSO SEMINARIO DE PERIODISMO DIGITAL

Tercera edición

(Del 8 de mayo al 31 de julio de 2009)



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
GREGORIANA

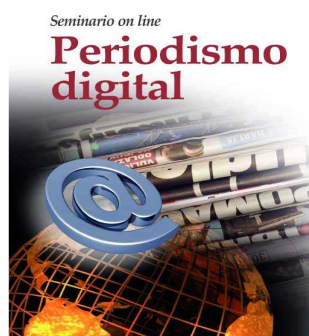
CICS
Centro Interdisciplinar
de Comunicación Social

2009



INDICE

Introducción.....	3
1. ¿Qué es el periodismo digital?.....	4
1.1 El periodismo se traslada a la red.....	4
1.2 Nueva frontera de la comunicación.....	5
1.3 El periodismo digital.....	6
1.4 El cambio de lenguaje.....	7
1.5 Diferencias entre el periodismo convencional y el periodismo tradicional.....	9
Bibliografía.....	10



Introducción

Como todos sabemos perfectamente, hoy en día Internet se ha convertido en la nueva frontera de la comunicación social. Por ello, consideramos que el comunicador moderno debe acercarse a los conocimientos básicos que le permitan aprovechar al máximo todas las potencialidades que ofrece la red y estar en capacidad de publicar contenidos de manera adecuada a los lenguajes que se utilizan en Internet, teniendo en cuenta las características particulares de este nuevo medio de comunicación.

De hecho, este curso-seminario pretende ser un itinerario de reflexión sobre el periodismo digital, que les permitirá acercarse a los conceptos fundamentales de este nuevo campo de la comunicación que, a pesar de los grandes avances que ha experimentado desde su aparición, aún está dando sus primeros pasos.

En este sentido, se hace cada vez más necesario que el comunicador, en general, y, en particular, “el periodista disponga de unas herramientas en una era que es claramente digital”, como sostiene Alberto Echaluze Orozco, Licenciado en Derecho por la Universidad del País Vasco y doctor en Periodismo por la misma Universidad, en su “Curso de periodismo digital”.

En efecto, con la realización de este curso-seminario hemos querido afrontar una nueva área de estudio dentro de las ciencias de la comunicación social sobre la que ya se ha comenzado a reflexionar, pero lo haremos no sólo a nivel general sobre Internet, sino centrándonos en particular en el periodismo digital, cuyo estudio, como es natural, apenas está naciendo, pero se está convirtiendo en algo muy necesario, ya que, como señala Echaluze Orozco, “la implantación masiva en nuestra sociedad de Internet y sus aplicaciones han cambiado, cambian y cambiarán muchos aspectos de nuestra vida cotidiana en un plazo relativamente corto”.

Ello debido a las características particulares de Internet, un medio de comunicación que, como precisa el autor, da la posibilidad de aprovechar contemporáneamente los medios tradicionales, como la radio, la prensa y la televisión, pero a diferencia de ellos no conoce fronteras, permitiendo la interrelación de personas de todo el mundo y el intercambio constante de ideas, documentos, imágenes y sonidos entre ellas, generando no pocos cambios estructurales en el funcionamiento de la sociedad moderna. Y de manera paralela a estos cambios, Internet está creando constantemente nuevas formas de comunicación que necesariamente están dando lugar al surgimiento de nuevas profesiones y de nuevos profesionales, o haciendo que las profesiones tradicionales de la comunicación social se adapten a las nuevas tecnologías y,

sobre todo, a los nuevos lenguajes que genera e impone la red, donde podemos encontrar la publicación de todo tipo de contenidos.

Pero, precisamente por la naturaleza variopinta de los contenidos que podemos encontrar en la red, es necesario que aquellos que son publicados por los profesionales de la comunicación se distingan a nivel de calidad, responsabilidad y ética en este inmenso océano de publicaciones y que, sobre todo, logren su cometido principal: comunicar.

Por esta razón, con el presente curso-seminario, que en sí mismo se adapta a la perfección al tema tratado, pues, como ya dijimos, es on line y trata de seguir las pautas del lenguaje periodístico sin obviamente alejarse del lenguaje académico, trataremos de ofrecerles los conocimientos fundamentales para comunicar eficazmente a través de la red, reflexionando juntos sobre qué es el periodismo digital, las posibilidades y potencialidades que se abren con él, las características principales de los medios en Internet, las herramientas de trabajo y las características principales del comunicador on line.

En este sentido, volveremos a ver los géneros periodísticos, que seguramente ustedes ya conocen, pero enfocados a su aplicación en la comunicación on line. De la misma manera, veremos cómo se lleva a cabo la búsqueda de fuentes en periodismo digital, para luego afrontar el manejo de los contenidos y el tipo de noticias que se publican en un medio de comunicación on line.

Una vez que hayamos conocido estos conceptos básicos, que poco a poco nos permitirán adecuar nuestro lenguaje a la comunicación on line, veremos algunas herramientas que nos permitirán construir y actualizar los contenidos en un sitio web, tanto desde el punto de vista periodístico, como desde el punto de vista tecnológico.

Asimismo, teniendo en cuenta los valores y los principios que deben regir la actividad del comunicador en general y, sobre todo, del comunicador católico, daremos un vistazo a temáticas relacionadas con los retos éticos del periodismo on line. Y para concluir este primer nivel, afrontaremos una reflexión sobre las características fundamentales que conforman un sitio web católico.

1. ¿Qué es el periodismo digital?

Como es apenas lógico, comenzaremos tratando de definir qué es el periodismo digital o periodismo on line y qué lo diferencia del periodismo convencional. Una diferencia importante que resulta apenas lógica y evidente es que el periodismo on line saca provecho de todas las potencialidades de Internet, el único medio de comunicación que reúne las características de los medios tradicionales en uno solo.

1.1. El periodismo se traslada a la red

Antes de entrar de lleno en el concepto de periodismo digital, reflexionemos sobre los cambios que han llevado al periodismo a trasladarse a la red. Bien, Ramón Salaverría, profesor de Periodismo y director del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra, en España, nos ayuda en esta reflexión. De hecho, en su intervención durante el Primer Congreso Internacional de Nuevo Periodismo, celebrado en Valencia, España, en octubre de 2006, señalaba lo siguiente: “El acontecimiento más relevante y perturbador del periodismo en los últimos años ha sido, sin lugar a dudas, la popularización de Internet. Y es que en la historia de la prensa pocas cosas hay tan singulares y excepcionales como el nacimiento de un

nuevo medio de comunicación. Cuando ese fenómeno ocurre puede afirmarse que nace también un nuevo periodismo. Si se repasa la historia del periodismo, se comprueba en efecto que el nacimiento de un nuevo medio es un fenómeno rarísimo y puntual [...] Por eso, usted y yo podemos considerarnos privilegiados por haber asistido en esta última década a algo tan infrecuente e inesperado como el nacimiento de un nuevo medio”.

En efecto, Salaverría aclaraba que no todas las publicaciones digitales son publicaciones web y, al respecto, recordaba que las primeras experiencias de publicación digital por parte de medios tradicionales, sobre todo diarios, tuvieron lugar a finales de los años ochenta y comienzos de los noventa, con tecnologías que hoy son obsoletas, como el audiotexto, el videotex y el teletexto, entre otras. “Sin embargo –precisaba-, la verdadera revolución de los cibermedios se desencadenó a mediados de los años noventa, con la popularización de la World Wide Web [www, ndr]. Gracias a esta red, los ciudadanos comenzaron a disfrutar de la sorprendente experiencia de conectarse desde sus hogares con otros usuarios de computadoras e intercambiar información. Y todo ello con novedosas posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia. A partir de ese momento, como si de un Big Ban informativo se tratara, la web comenzó una imparable onda expansiva que continúa. No quedó ámbito de la vida cotidiana o profesional que no se viera modificado por la llegada de Internet: la comunicación entre personas, los trámites administrativos, el acceso a las fuentes, la compra de productos y servicios, las gestiones con el banco... De repente, muchas, muchísimas cosas comenzaron a cambiar rápidamente. Y entre ellas, una de las más afectadas fue la forma en que los ciudadanos se acostumbraron a informarse sobre la actualidad. Es decir, cambió el periodismo”.

Por su parte, en su intervención durante el mismo Congreso, José López Jaraba y Víctor Charneco Sáez señalaban que la Red es “una gran ágora, un espacio sin límites para el debate público, un nuevo universo que, indefectiblemente, golpea en la línea de flotación de la prensa de pago”. Y agregaban con toda razón que hoy en días “nos hallamos ante un fenómeno que es ya más amplio y universal que el de la prensa escrita por los incontables ángulos que propone a un ciudadano ávido de información compartimentada, especializada, ultrarrápida, accesible y gratuita. Y además, osada, audaz y aún carente de los viejos condicionantes que pesan sobre el periodismo de papel”.

Tras esta, digamos, introducción a lo que ha significado la irrupción de Internet y, por consiguiente del periodismo digital, López Jaraba y Charneco Sáez planteaban que “tal vez sería necesario hablar de información digital, que trasciende al periodismo digital, porque el escaparate de entradas es un océano. Lo toca todo, accede a todo, todo está en el escaparate: desde la propuesta informativa previsible o formal hasta la más variopinta y rutilante oferta de todo tipo”. Teniendo en cuenta lo anterior, agregaban que “es del todo imposible que la prensa de pago pueda competir con éxito con esta flota, salvo que se readapte de forma profundísima a corto o medio plazo a un universo más estrecho de lectores que estén dispuestos a salir al quiosco [...] Lectores que, sin embargo, también visitan la Red y que por tanto en cualquier momento dejarán de caminar hacia el quiosco si el diario en el que aún confían no les aporta elementos de calidad claramente diferenciados y exclusivos”. Y concluían haciendo una advertencia acerca de la calidad de los nuevos medios de comunicación on line: “La multitudinaria aparición de periódicos digitales ha dejado de todo. Los hay buenos, pero también existen ejemplos nocivos que han contribuido a desprestigiar el medio”.

1.2. Nueva frontera de la comunicación

Por su parte, Enrico Mentana, prestigioso periodista italiano, ofrece una interesante definición de esta nueva frontera de la comunicación y, en particular, del periodismo. “La adrenalina del contacto directo con la realidad, el desafío de confrontarse con la complejidad y la fuerza de los acontecimientos, el encanto de ser intermediarios entre los hechos y quien se informará acerca de ellos, y la competencia con el tiempo, para acercar cada vez más la narración de lo que ha ocurrido al momento en el que el acontecimiento se ha

verificado. Aparte de los factores de competencia, mercado y vanidad, y dando por descontados los valores inmutables de la profesión –honestidad, sinceridad y libertad- las que acabo de mencionar son las características del periodismo de este inicio de milenio”.

Y tras subrayar que, obviamente, las características que denotan el ejercicio del periodismo digital “sufren fuertemente los efectos de la innovación tecnológica, y no podría ser de otra manera”, Mentana recuerda que “sistemáticamente, con el nacimiento, la difusión o la modificación de un nuevo medio de comunicación de masas, el periodismo, a su vez, evoluciona y se plasma, conservando la memoria de toda la experiencia pasada, pero adquiriendo las nuevas formas de producción o de expresión de las noticias”. Y al respecto, pone de relieve que “hoy en día, un periódico multimedial puede publicar productos informativos en papel, telefónicamente, en la televisión terrestre o satelital, a través de Internet, el correo electrónico, los celulares y los videoteléfonos”, haciendo que la misma noticia se comprima o se expanda, se haga imagen fija o en movimiento, se reduzca al mínimo para entrar en el número de caracteres de un SMS o respire en un amplio espacio televisivo, llegando en pocos segundos, pero con la posibilidad de “ser conservada indefinidamente en las memorias de cada medio”. “Sin embargo –precisa-, [...] el factor humano sigue siendo preponderante e indispensable: y la calidad profesional continúa y continuará marcando la diferencia. Chips, fibras ópticas, satélites y modem sin el olfato, el oficio y la pasión clásicos no podrían producir nueva información”.

1.3. Periodismo Digital

A su vez, Echaluze Orozco, Licenciado en Derecho por la Universidad del País Vasco y doctor en Periodismo por la misma Universidad, en su “Curso de periodismo digital”, plantea la necesidad de precisar el concepto de periodismo digital y, al respecto, se pregunta: “¿Basta publicar en Internet para hacer periodismo digital?”. Y cita al periodista español Quim Gil, consultor en el curso de posgrado de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya, quien distingue periodismo en línea de periodismo en la red.

Pues bien, según sus artículos, en el caso del primero se trataría simplemente de trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet, mientras que el verdadero periodismo digital sería el periodismo en la red, ya que este nuevo tipo de periodismo “rompe con la comunicación lineal y unidireccional” e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, televisión o trasladado a la red).

En un artículo publicado por Sala de Prensa, en su número 13, de noviembre de 1999, Gil recuerda que el primer término utilizado fue el de “periodismo electrónico”, y a él se asocian medios electrónicos ya clásicos como el teletexto o el diario por fax. Y en este sentido, aclara que “electrónico no es equivalente a digital”, pues “medios como la televisión pueden considerarse electrónicos aunque mantengan su condición analógica. Hoy, con la perspectiva adquirida, comprobamos que no es la electrónica lo que distingue a este nuevo periodismo”.

Al respecto, Gil precisa que en inglés se está consolidando el término “online journalism (periodismo en línea)”, sobre todo gracias al empuje de los periodistas en línea norteamericanos. Y al respecto, agrega que “en los últimos años hemos podido comprobar que el aspecto verdaderamente rompedor del nuevo periodismo tampoco radica en el hecho de estar “en línea”. El ejemplo más claro nos lo ofrecen las cabeceras de prensa que han trasladado sus contenidos publicados en papel a la WWW, sin que ello comportara la mínima variación en las rutinas periodísticas de la redacción. También hemos visto “revistas en línea” que simplemente han trasladado los patrones de la prensa de papel al soporte “online”.

En este sentido, Gil precisa que donde sí se están registrando cambios realmente trascendentales es en el “periodismo en red”. Y al respecto, explica que “en red” no es lo mismo que “en la Red”. El periodista en red rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. El periodista en red está inmerso en un mar de información y está interconectado a fuentes, periodistas, receptores, interactores, etc. [...] una buena parte de sus rutinas periodísticas no son coincidentes a las de los periodistas convencionales. Ni siquiera a las de los periodistas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital”. Sin embargo, señala que por el momento nos podemos conformar con la denominación de “periodismo digital, puesto que tanto el paradigma de la Red como el de la Sociedad de la Información se basan en su carácter digital”.

Y concluye: “Es previsible que todo periodista acabe procesando la información con herramientas digitales –ordenadores, cámaras, etc- y publicando en medios digitales –Internet, televisión digital, etc-. Por tanto, es previsible que todos los periodistas acaben siendo “digitales” de la misma forma que todos han acabado siendo “telefónicos” o “fáxicos”. Pero unos podrán trabajar siguiendo unas rutinas periodísticas clásicas adaptadas y evolucionadas hacia el medio digital. Otros, los periodistas en red, estarán creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multilineal e interactivo”.

Por su parte, Concha Edo Bolós, en su artículo “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia (Estudios sobre el mensaje periodístico)”, de noviembre de 2000, señalaba que desde mediados de los años noventa, los medios de comunicación –sobre todo la prensa escrita- se han venido incorporando a la red y se han abierto nuevas posibilidades expresivas para el periodismo con la creación de modelos informativos distintos.

Edo Bolós precisaba que “en este contexto ya no es tan nítida la distinción entre prensa escrita y audiovisual, aunque una y otra dispongan de páginas propias en Internet” y agregaba que “el lenguaje periodístico digital, que comenzó siendo muy semejante al de los periódicos y utilizaba principalmente las series lingüística, para-lingüística y no-lingüística, puede añadir ahora la imagen en movimiento –tanto vídeos como gráficos animados- y el sonido, siempre que se disponga del software adecuado. Y las cabeceras editadas inicialmente en papel, que trasladaron su propio lenguaje a la red, muy poco después tuvieron que introducir y manejar los códigos icónicos y sonoros, hasta ahora exclusivos de la radio y la televisión, para comenzar a producir contenidos en ese lenguaje múltiple –todavía incipiente, lento y con muchas cuestiones pendientes- que abarca y abarcará cada vez mejor todos los formatos posibles de la tecnología actual”.

1.4. Cambia el lenguaje

Edo Bolós también destacaba que “una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separado sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión que sufren otros medios. De este modo, y gracias a las posibilidades de almacenamiento y recuperación de la información que ofrece la red, se pueden manejar a la vez los diferentes elementos de una información: todo un logro para una sociedad como la nuestra en la que la documentación se ha convertido en un instrumento de trabajo de enorme importancia en todas las materias, e indispensable para el ejercicio del periodismo”.

Y añadía: “Si lo primero que ve el lector en la página principal del actual diario on line es un conjunto de textos breves que cumplen al pie de la letra las características que hemos visto para el periodismo escrito,

por medio de esos enlaces claramente señalados puede entrar en otros documentos más largos que amplían la información a la medida de sus requerimientos, siempre que siga la pauta marcada por ese texto inicial y señale con el cursor los diferentes links que se le ofrecen tanto en forma de frases breves subrayadas, como mediante pequeñas imágenes –iconos- que sustituyen o acompañan a las palabras y se entienden con facilidad. Y así, se puede ir recorriendo un tema de actualidad desde el acontecimiento que acaba de producirse hasta el conjunto de antecedentes, personajes, imágenes, documentos oficiales y opiniones de los protagonistas, los expertos en el tema o los lectores y obtener la mayor cantidad posible de información sin tener que abandonar la pantalla del ordenador y, en breve, del teléfono móvil o la televisión”, anticipaba ya entonces Edo Bolós respecto a algo que ya hoy es una realidad.

En este sentido, Edo Bólos sostenía que “una primera consideración respecto al lenguaje del periodismo en la red es que las series visuales para-lingüística y no lingüística ya no son exclusivamente un elemento de la página que completa o refuerza el texto mediante un titular, una foto o un dibujo. En este nuevo contexto estas dos series se equiparan en importancia con la netamente lingüística, de tal manera que las tres se enlazan en un mismo nivel para contar las noticias utilizando a la vez palabras, frases subrayadas que sirven de conexión para acceder a otros textos e imágenes que representan conceptos conocidos por todos y que, por ser de carácter universal, pueden superar las barreras idiomáticas e intercalarse en textos escritos en todas las lenguas: en el nuevo lenguaje múltiple de los medios digitales ocupan un lugar relevante, muy distinto del que han tenido hasta ahora, los elementos icónicos”.

“Sin embargo –aclaraba-, en lo que se refiere a los iconos hay que hacer algunas matizaciones porque todavía no se ha llegado a conseguir un nivel de eficacia comprensiva suficiente en la sustitución de las palabras por imágenes. Como ocurre en otros aspectos del periodismo en Internet [...] queda mucho por hacer. Y es necesario llegar a determinar cuáles son los que de verdad aportan claridad de conceptos y rapidez en la captación del mensaje”.

Edo Bolós también hacía referencia al aspecto gráfico del periodismo on line, que continúa evolucionando, pero aún tiene mucho camino por recorrer, y al respecto señalaba que “el lenguaje gráfico tiene más limitaciones que el lenguaje hablado y escrito y la realidad es que, en los medios de comunicación que cuentan con un site en la red, es frecuente ver que los iconos van acompañados de la palabra que explica el concepto que se quiere representar. Entre los expertos en el estudio del diseño todavía existen ciertas dudas acerca de la manera más conveniente de utilizarlos y, a la vez, hay coincidencia en que es urgente llegar a unificar los modelos desde una perspectiva internacional con los criterios de máxima legibilidad en pantalla, concisión gráfica y claridad visual”.

“Pero –aclaraba- cuando además de las series visuales del periodismo escrito se utilizan el sonido, el vídeo y los gráficos interactivos y se ofrece al público una información periodística que se puede considerar multimedia, no podemos referirnos sólo al hipertexto. Puesto que se utilizan todos los soportes hay que hablar del hipermedia que, aplicando las mismas técnicas, hace compatibles el texto, el sonido, las imágenes fijas o en movimiento y los gráficos. Se sincronizan así en el tiempo y en el espacio informaciones que inicialmente no tenían ninguna conexión y se presentan con un lenguaje que ya hemos denominado múltiple y que combinará –todavía no se han llegado a perfilar sus características- los códigos del periodismo escrito y el audiovisual en cada una de las noticias. En cualquier caso, el elemento básico de todo este sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de los enlaces. Todos deben estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado, y con referencias visibles al índice general para poder elegir el aspecto en el que se desea profundizar”.

En su artículo, Edo Bolós concluía precisando que “el nuevo lenguaje, que todavía no está definido ni consolidado, es uno de los grandes retos del periodismo del siglo XXI. Debe incluir texto, audio y vídeo, contar con las posibilidades interactivas de Internet y facilitar la actualización constante de las noticias de una manera atractiva para el público. Pero lo cierto es que todavía no existe como tal, y que se darán muchos pasos intermedios antes de que lleguemos a verlo hecho realidad. En definitiva, se puede concluir [...] insistiendo en algo que ya se ha apuntado: el periodista que trabaja para cabeceras digitales tiene que interactuar con los lectores y pensar en multimedia, informar con textos, imágenes y sonido, aunque eso hoy produce, en la práctica, unas dificultades operativas que la tecnología y, como consecuencia, los medios, todavía no han podido resolver”.

A su vez, Echaluze Orozco señala que “el periódico electrónico, ese que definimos como producto interactivo y multimedia, integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido; y está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso. El periodismo en Internet no solamente lo encontramos en las páginas de periódicos on line, televisión on line o radio on line, también está presente en otros sitios. La recepción de información en los teléfonos móviles nos presenta un nuevo desafío. Algunos conflictos legales dan muestra de que el periódico on line es un nuevo medio”.

Y en este sentido, cita a Jesús Canga Larequi, quien en “Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión”, señala que “el uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La prensa y el nuevo medio, son complementarios. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información”.

1.5. Diferencias entre el periodismo convencional y el periodismo Digital

Echaluze Orozco considera preciso señalar los siguientes aspectos básicos que diferencian el periodismo digital del periodismo tradicional y que profundizaremos a lo largo de los próximos módulos:

-La información no es un bien escaso, se procesa en información que sobreabunda. La pantalla de ordenador admite más texto que la página de papel.

-También importa la información fuera de la red. Por ello, el periodista digital puede ofrecer un gran servicio a la comunidad.

-El periodista digital puede dar el acceso a las fuentes originales si es necesario.

-El periodista digital ha de actualizar los contenidos.

-Internet es interactivo, todo el mundo puede contactar con todo el mundo.

Bibliografía:

Salaverría, Ramón, en "El periodismo ante el reto digital". I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo. Ed. Generalitat Valenciana, 2007.

López Jaraba, José, y Charneco Sáez, Victor, en "La prensa tradicional, en la encrucijada. El desafío de la interpretación". I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo. Ed. Generalitat Valenciana, 2007.

Enrico Mentana, en el prefacio del Libro "Giornali e giornalisti nella rete" de Emilio Carelli, Ed. Apogeo, Milán, 2004.

Echaluze Orozco, Alberto, Licenciado en Derecho por la Universidad del País Vasco y doctor en Periodismo por la misma Universidad. Redactor de El Diario Vasco y director de Europa Azul. Curso de Periodismo Digital.

Quim Gil, periodista español, consultor en el curso de posgrado de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya, en Sala de Prensa, 13, Noviembre 1999, Año II, Vol. 2.

Edo Bolós, Concha. Profesora de Periodismo Universidad Complutense de Madrid. "El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia". Estudios sobre el mensaje periodístico, número 7. Actas (ponencias y comunicaciones) del I Congreso del Departamento de Periodismo I que se celebró en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, durante los días 15, 16 y 17 de noviembre de 2000.

Canga Larequi, Jesús: Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. En Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Número 7. Universidad Complutense, pág. 35.