

# EL NUEVO PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA EN EL ENTORNO DIGITAL

Dr. Ramón Salaverría  
Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra

## **Resumen**

Tras cumplirse la primera década del periodismo en internet, la red ha comenzado a cambiar no sólo los medios y sus contenidos, sino la propia forma de trabajar de los periodistas. En este texto se describe cómo afectan ya las telecomunicaciones y tecnologías digitales a las fases básicas de toda labor periodística: investigar, elaborar y difundir información. Con ello, se apunta hacia una nueva forma de ejercer el oficio de periodista, una profesión que, por el empuje de las nuevas tecnologías, está llamada a cambiar profundamente en el siglo XXI.

**Palabras clave:** ciberperiodismo, internet, tecnología, profesión.

## **Abstract**

After a full decade of journalism on the Internet, the net has started to not only change the media and their contents, but also the very way in which journalists work. This paper deals with the ways in which telecommunications and digital technologies affect journalistic tasks to the extent that, most likely, the whole profession will experience a deep change over the course of the 21st century.

**Keywords:** cyberjournalism, the Internet, technology, profession.

Imaginemos a un periodista de mediados del siglo XX que hubiera dado un salto en el tiempo y se plantara en una redacción de hoy. ¿Reconocería en ella a un medio de comunicación? Probablemente sí. Los periodistas son gente sagaz y observadora, ya se sabe. Ahora bien, seguro que le extrañarían muchísimas cosas. De entrada, la presencia de un sinfín de artilugios técnicos, de utilidad indescifrable. Y es que en cincuenta años las redacciones han cambiado mucho.

Pero quizá no tendríamos que remontarnos tanto tiempo para hallar periodistas extrañados por los usos profesionales y recursos tecnológicos de los medios de hoy. Quizá bastara con retrotraerse a una fecha tan cercana como apenas quince o veinte años. No en vano, desde finales de los años 1980 las redacciones de los medios vienen experimentando un cambio vertiginoso y radical en su tecnología y en sus procesos editoriales. Herramientas como la máquina de escribir con papel de calco, el tipómetro o el teletipo suenan hoy a piezas de museo. Pero debemos recordar que aún en los años 1980 eran el estándar tecnológico en las redacciones de los diarios. Casi sin que nos hayamos percatado del vertiginoso cambio en la tecnología, apenas veinte

años después vivimos en la era de la impresión digital, los dispositivos móviles y, sobre todo, de internet. La irrupción de las tecnologías digitales y de las telecomunicaciones ha afectado de tal modo a los medios de comunicación que, ciertamente, las redacciones de los medios de hoy y la forma de trabajar de sus periodistas tienen a menudo muy poco que ver con las de hace tan sólo un par de décadas.

Ahora, cuando se acaban de cumplir los primeros diez años de la prensa en internet, parece un momento inmejorable comparar lo que existía hace diez años y lo que hoy existe. Sin ir más lejos, este libro es en sí mismo un ejemplo de ese enfoque retrospectivo, que en otros países ha propiciado publicaciones más o menos similares (Cerezo & Zafra, 2003; Canavilhas, 2005; Paul, 2005; Salaverría, 2005b; Van der Wurff, 2005). En esos trabajos se ha tendido a analizar sobre todo la evolución de los medios periodísticos y de sus contenidos. Ambos son, al fin y al cabo, los elementos más mensurables, y en consecuencia, los que permiten una más cabal comparación. No en vano, aunque laborioso, resulta relativamente sencillo analizar cuál ha sido la evolución de los contenidos y géneros publicados por un medio, estudiar cómo ha evolucionado el ritmo de actualización de sus informaciones, registrar si éstas incluyen elementos interactivos o multimedia, o evaluar el nivel de complejidad hipertextual poseen. También, aunque todavía más laborioso que lo anterior, es posible medir el número de cibermedios de un país, su distribución geográfica, y hasta sus peculiaridades temáticas y editoriales a gran escala. Todas estas cosas se pueden medir porque son tangibles. Ahora bien, hay un aspecto en el que, debido quizá a su evanescencia, los estudios sobre el periodismo no suelen reparar tanto, a pesar de que es primordial: evaluar cuánto y cómo ha cambiado con el tiempo la forma de trabajar de los periodistas (Weaver & Wilhoit, 1996; Weaver, 1998; Canel *et al.*, 2001) y, más especialmente, cuáles son los cambios que se están produciendo a causa de la revolución tecnológica digital (Singer, 1998; Gil, 1999; Boczkowski, 2004: 171–188; García Avilés *et al.*, 2004; Palomo, 2004; Domingo, 2005).

Ya es un lugar común afirmar que internet ha ocasionado un impacto en los medios de comunicación. Ahora bien, aunque suele mencionarse menos, también es cierto que internet ha mudado aspectos esenciales del trabajo de los periodistas. Para comprobarlo, basta con observar el desempeño cotidiano de un periodista actual en cualquier medio –ya sea impreso, radiofónico, televisivo y, por supuesto, de internet–. Para el periodista de hoy, internet es más, mucho más, que una simple plataforma para nuevos cibermedios periodísticos. La red es sobre todo una herramienta sin la cual el trabajo de los periodistas actuales resultaría imposible. Ni más ni menos.

En estas líneas pretendemos dar algunas pinceladas para describir de qué modo ha afectado internet al trabajo de los periodistas durante la última década. Este análisis pretende mostrar algunos de los principales cambios procedimentales y retos éticos (Lynch, 2001) en el quehacer cotidiano de los periodistas o, dicho de otro modo, la mudanza que está experimentando el propio oficio del periodismo. Una mudanza que, qué duda cabe, tendrá su influjo en la formación de las futuras generaciones de periodistas.

## 1. El impacto de internet en las fases del proceso informativo

Desde hace mucho tiempo, los teóricos del periodismo coinciden en identificar tres fases esenciales en el proceso de producción de las noticias: la investigación, la elaboración y la difusión. Así, cualquier persona que desee aprender el oficio de periodista habrá de familiarizarse con esas tres fases. En primer lugar, deberá aprender las técnicas documentales para investigar la información y para garantizar su fiabilidad. En segundo lugar, deberá formarse también en las técnicas para elaborar la materia prima informativa conforme a unos modelos más o menos estandarizados, denominados géneros. Y, por último, tendrá que instruirse técnicamente en los mecanismos y formas para comunicar la información de manera eficaz a través de los distintos medios, ya sean estos impresos, audiovisuales y, desde la última década, también ciberperiodísticos.

Pues bien, estas tres fases esenciales, sin excepción, se han visto modificadas en la última década por el impacto de internet. Hoy la información ni se investiga, ni se elabora, ni se difunde igual que hace diez años. Por descontado, hay muchas rutinas que perviven, pero no es menos cierto que aspectos esenciales del quehacer periodístico están cambiando. Iremos por partes.

### 1.1. Primera fase: investigación

El acceso a la información ha variado radicalmente para las personas desde la popularización de internet. Y lo ha hecho no sólo desde un punto de vista cuantitativo, sino también cualitativo.

En lo cuantitativo, es evidente que hoy cualquier ciudadano tiene acceso constante, sencillo y gratuito (o casi) a múltiples canales de información. Tal es la cantidad de mensajes que nos rodea, que se ha llegado a hablar de *infopolución*: vivimos en una sociedad caracterizada por tal superabundancia de fuentes y multiplicidad de informaciones trepidantes, que somos incapaces de obtener una imagen completa y consolidada de la realidad. Son tantos los árboles que nos resulta imposible ver el bosque.

En lo cualitativo, las formas de acceso a la información también han cambiado sustancialmente para los ciudadanos. Hoy día, la información es casi un bien ambiental, algo que gracias a los dispositivos móviles es posible recibir en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Si estos cambios han afectado a los ciudadanos, qué decir de los periodistas, personas que se dedican profesionalmente al mundo de la información. Para los periodistas, además de los efectos ya descritos, se ha producido una mudanza radical en los procesos documentales y, en general, en los medios y modos de investigar (Pareja, 2002; Machado, 2003: 19–36; Seijas, 2005).

Hoy día, internet se ha convertido en una fuente de información imprescindible para cualquier periodista, sea cual sea el medio para el que trabaje y el área

temática en la que se desenvuelva. Y lo es por varios motivos. He aquí algunas de las razones más importantes por las que la red se ha vuelto hoy tan necesaria para los periodistas a la hora de investigar:

- Da acceso a información actualizada al minuto.
- Además de textos, permite hallar otros contenidos multimedia, tales como imágenes y sonidos.
- Multiplica el número de fuentes informativas y documentales, tanto desde una perspectiva geográfica como temática.
- Ofrece nuevas formas de relación con las personas, gracias sobre todo al correo electrónico, lo que facilita notablemente la localización y entrevista asincrónica de las fuentes.
- Sirve como herramienta para verificar la información, gracias a los buscadores, bases de datos y enciclopedias digitales.
- Gracias a la facilidad para revisar la oferta informativa de otros medios, es una fuente de ideas para reportajes y coberturas periodísticas en general.

Ya se ve que internet supone una ayuda inestimable para los periodistas de hoy. La red aumenta enormemente los fondos documentales de los periodistas y multiplica sus posibilidades de contactar con fuentes personales. Sin embargo, estas bondades no están exentas de peligros. Para obtener de la red información de calidad y confiable es preciso poner en práctica ciertas pautas profesionales que, con frecuencia, los periodistas ignoran.

Internet, como cualquier otro entorno donde circula información, requiere conocer técnicas específicas que permitan asegurar hasta donde sea posible la credibilidad de los datos obtenidos. Sin embargo, bien sea por la relativa novedad de la red o bien por la falta de una formación específica de los periodistas en el uso de los recursos digitales, lo cierto es que la mayoría de los periodistas emplea hoy internet de una manera no especializada. Los profesionales de la información suelen ser en la red simples aficionados. Pocos periodistas saben hacer algo más que búsquedas simples con algún potente buscador. Como con eso ya obtienen muchos y buenos resultados, a menudo piensan que eso es todo a lo que pueden aspirar. Y se equivocan, claro.

Además de los buscadores generales, la red ofrece buscadores y directorios especializados, bases de datos, sistemas de alertas de noticias, herramientas para la sindicación informativa, *weblogs*, diccionarios y traductores, bibliotecas digitales a texto completo, aplicaciones gratuitas para la edición de textos e imágenes, servicios de intercambio de documentos y, en suma, un sinfín de recursos que, si fueran conocidos y empleados por los periodistas, mejorarían enormemente su potencial investigador.

Pero, con ser grave, el principal problema de los periodistas al aprovechar el potencial documental de la red no es el desconocimiento de muchos de sus recursos. Lo verdaderamente peligroso es tal vez que, a menudo, aquello que creen conocer, lo conocen mal.

El periodista debe dominar técnicas que le permitan comprobar, hasta donde le sea posible, si la información que ha recibido a través de la red es cierta,

original y atribuible a una fuente real. En muchos casos, los periodistas inexpertos en el uso de recursos digitales tienden a dar crédito a cualquier información que encuentran en internet, sin aplicar las cautelas necesarias. También ocurre, aunque mucho más excepcionalmente, lo contrario: periodistas que, conscientes de su ignorancia digital, no se fían de ninguna información obtenida de la red, porque ignoran las técnicas para garantizar su fiabilidad.

Y es que, así como hemos citado numerosas ventajas de internet a la hora de documentarse, también debemos señalar algunos de los riesgos de investigar – de investigar *mal*, se entiende– en internet. He aquí algunos de esos peligros:

- Existen dificultades para garantizar la autenticidad de la información procedente de fuentes personales. Incluso en el caso de que el periodista reciba cierta información procedente de una cuenta personal de correo electrónico, cabe la posibilidad de que esa cuenta haya sido usurpada por otra persona y el mensaje no proceda de su aparente autor.
- La facilidad para la copia digital de textos y de todo tipo de elementos multimedia complica la labor de garantizar la originalidad de los contenidos. Esto hace que, a veces, se atribuya a cierta fuente una información que, en realidad, procede de otro lugar y fue simplemente plagiada.
- La existencia de sitios web espurios que simulan a sitios web confiables puede confundir al periodista inexperto. Éste puede dar crédito a una información que, en realidad, no es más que un infundio interesado.
- La sencillez para manipular digitalmente las fotografías puede llevar a que imágenes obtenidas de la red y aparentemente reales, sean por el contrario simples montajes diseñados para sembrar la desinformación.

Para evitar estos y otros peligros, y potenciar en su lugar las ventajas, es preciso que tanto los estudiantes de periodismo como los periodistas en activo reciban una formación especializada en el uso profesional de los recursos digitales (Deuze, 2001). Mientras esto no ocurra, los periodistas seguirán siendo blanco fácil para las manipulaciones, la difusión de rumores y desinformaciones y, en fin, seguirán haciendo un uso inadecuado y aficionado del enorme potencial documental e investigativo que les ofrece la red.

## 1.2. Segunda fase: elaboración

Una vez recopilada la documentación, llega el momento de dar forma periodística a la información. En definitiva, es el turno de poner en práctica las cualidades expresivas del periodista, tratando de sacar el mayor provecho a las posibilidades comunicativas del medio. Y en este punto, la digitalización e internet también han acarreado significativas novedades. Veámoslas resumidas:

Tabla 1: Comparación de las posibilidades expresivas en prensa, radio, TV y cibermedios

	PRENSA		RADIO		TV*		CIBERMEDIO	
	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo
<b>HIPERTEXTUALIDAD</b>	Baja	Artículos + textos de apoyo	Ninguna	-	Ninguna	-	Alta	Lectura por navegación hipertextual
<b>MULTIMEDIALIDAD</b>	Baja	Textos + imágenes	Ninguna	Sonido	Alta	Imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido + (textos)	Alta	Textos + imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido
<b>INTERACTIVIDAD</b>	Baja	Cartas de los lectores	Media	Participación de los oyentes	Media	Llamadas telefónicas + encuestas	Alta	Navegación dirigida por el lector / Diálogo entre periodista y lector

\*No se incluye la TV interactiva. Fuente: Salaverría, 2005b: 19.

Como se puede comprobar en la Tabla 1, los cibermedios están en condiciones de aprovechar a fondo ciertas posibilidades comunicativas que los medios precedentes –prensa, radio y televisión– sólo pueden desarrollar de forma parcial. Esto, obviamente, no significa que los cibermedios sean mejores que los medios clásicos; significa, simplemente, que son *distintos*. Cada cual tiene sus fortalezas y debilidades frente a los demás. Y compete a los periodistas identificar las fortalezas comunicativas de cada medio y sacar de ellas el mayor provecho posible.

De esto se deduce una conclusión esencial: no hay un único lenguaje periodístico para todos los medios. Existen, claro está, ciertos rasgos comunes a todo mensaje periodístico con independencia del medio por el que se difunda, pero a partir de ahí cada medio reclama formas específicas de contar la información, ajustadas a sus peculiaridades tecnológicas. Todos los medios –incluidos, por tanto, los cibermedios– requieren formas específicas y diferenciadas de elaborar sus mensajes periodísticos. Supone un error, por tanto, trasladar sin más a internet las fórmulas expresivas de medios precedentes, sin apostar por unos formatos o géneros que aprovechen las fortalezas comunicativas del ciberespacio; en especial, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Díaz Noci y Salaverría, 2003; Salaverría, 2005a).

No acaban ahí las peculiaridades de la elaboración de contenidos ciberperiodísticos. Además de comunicarse con un lenguaje periodístico nuevo, la información de internet es singular también por cómo se produce.

Para su funcionamiento, los medios clásicos han tenido tradicionalmente una elevada dependencia física del lugar donde se encuentran los instrumentos técnicos: la redacción. Los periodistas salían a la calle en busca de las noticias, pero regresaban luego a la redacción para elaborarla e introducir el contenido en el proceso editorial. Con el desarrollo tecnológico que trajo consigo la multiplicación de las unidades móviles, los periodistas de los medios audiovisuales –no así de los impresos– fueron reduciendo su dependencia espacial de la redacción. Continuaba existiendo una redacción como centro de operaciones, pero los periodistas ganaban mayor autonomía de movimientos.

En la última década, con el desarrollo de las telecomunicaciones, la independencia de los periodistas con respecto de su redacción ha alcanzado niveles desconocidos. Y esa independencia se ha hecho especialmente evidente en los cibermedios. Es cierto que, en la mayoría de esos medios digitales, los periodistas todavía se limitan a realizar labores editoriales básicas y apenas abandonan para ello su puesto en la redacción. Pero, paralelamente, no es menos cierto que comienza a haber ciberperiodistas que realizan su trabajo con absoluta independencia de la redacción (Glaser, 2005; Gordon, 2005). Gracias a la red, los periodistas pueden informar libremente desde cualquier lugar y en cualquier momento. Y pueden hacerlo bien sólo por escrito, bien con sonidos o bien incluso con fotografías y vídeos enviados en directo desde el propio escenario de la noticia. De hecho, existen cibermedios que ni siquiera cuentan con una redacción central; editan todos sus contenidos a distancia, gracias a los recursos interactivos de la red.

En este contexto, uno de los retos para los nuevos periodistas será el desarrollo de su capacidad para trabajar de manera autónoma pero, a la vez, colaborativa. Hoy más que nunca, el periodista debe aprender a apoyarse en sus compañeros y hacerlo aprovechando los canales que pone a su alcance la red. El correo electrónico, los foros, los programas de mensajería instantánea, los sistemas para el archivo en red de documentos, las aplicaciones para la revisión de textos múltiple y coordinada y, en fin, toda la larga serie de recursos digitales para la gestión editorial a distancia –esos que se engloban en la denominada Web 2.0–, deben ser conocidos y aprovechados por todo aquel periodista que desee valerse de las nuevas formas de elaboración de contenidos periodísticos propiciadas por internet.

### 1.3. Tercera fase: la difusión

Ya hemos visto que la tecnología digital ha traído consigo nuevas formas de investigar y elaborar los contenidos periodísticos. Nos toca explicar por último el impacto que internet y las telecomunicaciones en general han producido en la difusión de contenidos periodísticos.

De entrada, señalaremos algo obvio: internet ha propiciado el nacimiento de nuevas publicaciones digitales. Y, además, lo ha hecho con inesperada

profusión. Cuando acaban de cumplirse diez años de la aparición de las primeras publicaciones en la Web (Carlson, 2003: 49–50; Díaz Noci, 2005), la cantidad de cibermedios activos es tan enorme que ha superado cualquier expectativa de hace una década. En el caso de España, por ejemplo, en enero de 2005 un equipo investigador compuesto por profesores de cuatro universidades llegamos a censar 1.274 cibermedios (Salaverría, 2005b), sin contar con los *weblogs* ni los boletines empresariales difundidos por internet. Esto equivalía en aquel momento a una publicación digital por cada 10.000 usuarios españoles de internet. No existen censos mundiales de publicaciones digitales, pero hay razones para pensar que, diez años después de la aparición de los primeros cibermedios en la Web, hay en internet centenares de miles de publicaciones periodísticas repartidas por todo el mundo.

No acaba ahí, sin embargo, el impacto de internet en la difusión de contenidos periodísticos. Por encima incluso de esa multiplicación en la cifra de medios, la red ha conformado un nuevo entorno espacio-temporal, cualitativamente distinto del anterior, y en el que los periodistas deben aprender a desenvolverse.

De entrada, hay que tener presente que internet es global. Y esto, entre otras cosas, significa que sus contenidos pueden ser consultados simultáneamente por diversos internautas desde cualquier punto de la Tierra. Las fronteras geográficas y temporales que acotan las audiencias de los medios clásicos se rompen por completo en la red. Los únicos límites reales para las audiencias en el ciberespacio son socioeconómicos (aquéllos que condicionan la posibilidad real de acceso a la red por parte de los habitantes de cada país y/o región) y culturales (aquéllos que, como el idioma y el nivel de educación, limitan la posibilidad intelectual de comprender la información que circula por el ciberespacio). En este sentido, el periodista debe tener en cuenta que su producción informativa se dirige, al menos potencialmente, a una audiencia mundial.

Esto acarrea consecuencias en las formas de codificar el mensaje informativo. El periodista debe tener presente, por ejemplo, que su mensaje es policrónico (Salaverría, 2005b: 23–24); por tanto, para evitar la confusión por parte de los destinatarios, las referencias temporales que incluya en las noticias no deben ser relativas –“ayer”, “esta mañana”, “hace dos horas”–, sino absolutas –“12.00 horas, GMT”–.

Asimismo, el periodista debe ser consciente de que el consumo de contenidos periodísticos se encamina irremediabilmente hacia la plena movilidad. La información, ya lo hemos dicho al principio, se ha convertido en un bien ambiental, algo que acompaña constantemente a los ciudadanos en su actuar cotidiano. Esto implica que los medios deben realizar una cobertura permanente de la información y, además, deben prestar especial atención por toda aquella información de servicio que facilite la vida de las personas.

Otra importante consecuencia de la revolución digital en la difusión de contenidos periodísticos tiene que ver con la nueva relación entre el periodista y el público o, si se prefiere, entre el periodista y la sociedad. La prensa, la

radio y la televisión son medios esencialmente unidireccionales. Es cierto que ofrecen diversas posibilidades de respuesta por parte del público –cartas al director, teléfono del oyente, encuestas populares, participación mediante mensajes SMS, etc.–, pero su organización productiva está pensada para difundir mensajes, no para recibirlos y, mucho menos, para responderlos.

Este paradigma unidireccional ha entrado en quiebra con internet. Los usuarios de la información poseen por primera vez una capacidad real de interlocución con los medios. Y la aprovechan. Esta interactividad se refleja de varios modos: mediante la participación en foros abiertos por los medios, con la intervención en entrevistas simultáneas, con el envío de correos electrónicos a los periodistas, etc. Pero, además, esta interactividad ha comenzado a expresarse no sólo de forma explícita mediante estos mecanismos directos de diálogo, sino también de manera implícita en forma de contrapoder. Los *weblogs* representan de manera clara esta nueva forma implícita de interactividad entre los medios y la sociedad. Los *bloggers*, especialistas a menudo en disciplinas muy concretas, actúan como notarios de la fiabilidad de las informaciones publicadas por los medios. Realizan un escrutinio público de los aciertos y errores informativos cometidos por éstos en su acción informativa. En este sentido, se está configurando un nuevo modelo de relación entre los actores de la comunicación social. Si en el modelo clásico los medios actuaban como perros guardianes del poder político, ahora los usuarios de internet –y, especialmente, los *bloggers*– actúan como perro guardián del perro guardián.

## **2. A modo de conclusión**

Con la universalización de internet, ocurrida a lo largo de los últimos diez años, el periodismo ha experimentado un impacto profundo. Nada igual le había ocurrido al periodismo como mínimo desde hace tres generaciones. En concreto, desde que comenzaron a realizarse las primeras emisiones de televisión, a finales de los años 1930, ningún otro medio de comunicación social había nacido en el mundo. La generación actual de periodistas tiene el privilegio de estar asistiendo al nacimiento de un nuevo medio, que está llamado a reconfigurar el periodismo de este siglo XXI. Con ello, también es seguro que la propia profesión de periodista cambiará.

De momento, aunque ha pasado muy poco tiempo desde la aparición del nuevo medio, los efectos no se han dejado esperar. Todo hace suponer, por tanto, que a medio y largo plazo, el impacto de internet en el periodismo puede ser mucho más importante de lo que algunos imaginan.

En estas líneas, con la brevedad que impone una publicación colectiva como ésta, he tratado de esbozar algunos de esos cambios que ya han comenzado a detectarse. Pero intuyo que se trata sólo de un prólogo de lo que se nos avecina. El tiempo lo dirá.

## Bibliografía

- BOCZKOWSKI, P. J. (2004). *Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- CANAVILHAS, J. (2005). "Os jornalistas online em Portugal". *Biblioteca On-line de Ciências de Comunicação*, Covilhã: Universidade da Beira Interior. Available: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf> (9 noviembre 2005).
- CANEL, M. J.; RODRÍGUEZ, R.; SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2001). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS.
- CARLSON, D. (2003). "The History of Online Journalism". En: KAWAMOTO, K. (ed). *Digital Journalism. Emerging Media and Changing Horizons of Journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers: 31–55.
- CEREZO, J. M.; ZAFRA, J. M. (2003). *El impacto de Internet en la prensa*. Madrid: Fundación Auna.
- DÍAZ NOCI, J.; SALAVERRÍA, R. (coords) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- DÍAZ NOCI, J. (2005). "Historia de los cibermedios". En: SALAVERRÍA, R. (coord.) (2005b). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones: 21–38.
- DEUZE, M. (2001). "Educating 'New' Journalists: Challenges to the Curriculum". *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 56, n. 1: 4–17.
- DOMINGO, D. (2005) "La utopia del periodisme digital: innovació i inèrcia en les redaccions digitals catalanes", en actas del III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. La utopía en los medios de comunicación: del los discursos a los hechos. Un balance. *Trípodos*, Extra 2005. Barcelona: Universitat Ramon Llull: 403–416.
- GARCÍA AVILÉS, J. A.; LEÓN, B.; SANDERS, K.; HARRISON, J. (2004). "Journalists at Digital Television Newsrooms in Britain and Spain: workflow and multi-skilling in a competitive environment". *Journalism Studies*, vol. 5 (1). Routledge, Londres: 87-100.
- GIL, Q. (1999). "Diseñando el periodista digital". *Sala de Prensa*, vol. 2, noviembre. Available: <http://saladeprensa.org/art89.htm> (10 junio 2005).
- GLASER, M. (2005). "Kevin Sites in the Hot Zone for Yahoo". *Online Journalism Review*, 12 septiembre. Available: <http://www.ojr.org/ojr/blog/People/760/> (20 septiembre 2005).
- GORDON, R. (2005). "Online opportunities make journalism's future bright, despite gloomy feelings". *Online Journalism Review*, 27 octubre. Available: <http://www.ojr.org/ojr/stories/051027gordon/> (28 octubre 2005).
- LYNCH, D. (2001). "Without a Rulebook: Cyberspace Presents Journalists with an Entirely New Set of Ethical Dilemmas". *American Journalism Review*, vol. 20, n. 1, January/February, p. 41–45.
- MACHADO, E. (2004). *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador, BA: Calandra.
- PALOMO, M. B. (2004). *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- PAUL, N. (2005). "'New News' retrospective: Is online news reaching its potential?". *Online journalism Review*, Los Angeles: University of South California, Annenberg School of Journalism, 3 marzo. Available: <http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/> (12 abril 2005).

- SALAVERRÍA, R. (2005a). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA.
- SALAVERRÍA, R. (coord.) (2005b). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- SINGER, J. B. 1998. "Online Journalists: Foundation for Research into Their Changing Roles". *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 4 (1). Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/singer.html> (22 junio 2005).
- VAN DER WURFF, R. (2005). "Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions". Sage Publications, Londres: *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67, n. 1, special issue 'Impacts of the Internet on Newspapers in Europe': 107–120.
- WEAVER, D.; WILHOIT, G. C. (1996). *The Global Journalist in the 1990s. News People around the World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Publishers.
- WEAVER, D. (ed) (1998). *The American Journalist in the 1990s. U.S. News People and the End of an Era*. Cresskill, NJ: Hampton Press.