

LA INVESTIGACIÓN SOBRE CIBERPERIODISMO EN ESPAÑA: TENDENCIAS, RESULTADOS Y PERSPECTIVAS¹

Ramón Salaverría Aliaga

Universidad de Navarra

rsalaver@ unav.es

1. Los albores del ciberperiodismo y las tendencias de su investigación

Habría que remontarse muy atrás en la historia del periodismo español para hallar unos años con cambios tan profundos en el mercado de los medios como los que nos ha tocado vivir desde la década de 1990 hasta nuestros días.

Por lo que a los periódicos se refiere, en estos años ha tenido lugar la exitosa aparición y multiplicación de los diarios gratuitos, que han contribuido a transformar de raíz el mapa nacional de la prensa impresa. La televisión, por su parte, ha vivido un proceso de creciente fragmentación de la oferta, que ha tenido como resultado un paisaje audiovisual sustancialmente distinto del inicial, donde los nuevos líderes del mercado han pasado a ser los operadores privados. En la radio, los cambios parecen haber sido más modestos: en general, se han limitado al relevo de veteranas estrellas del micrófono por nuevas voces emergentes, mientras la distribución empresarial de las licencias radiofónicas, el reparto de audiencias, y hasta las propias parrillas de programación, se mantenían más o menos tal cual estaban a mediados de los noventa. Tampoco entre las agencias de noticias ha habido novedades de gran calado, más allá de los habituales relevos en la dirección y las no menos comunes reestructuraciones de plantillas. Por encima de estos cambios, todos los medios han vivido una paulatina transformación de sus procesos de producción y difusión a raíz de la incorporación de las tecnologías digitales. Ahora bien, de todos los cambios habidos durante estos años en el mercado periodístico español, no parece exagerado afirmar que el más influyente y transformador ha sido, sin lugar a dudas, la emergencia del periodismo en Internet.

Al compás de lo que ocurría en otros países occidentales, desde mediados de los noventa España ha sido en efecto escenario de la aparición, desarrollo y primera consolidación de los medios periodísticos digitales, también bautizados como cibermedios. Al principio, apenas un puñado de publicaciones, sobre todo de matriz impresa, se animó a dar el salto a la red. Sin embargo, conforme el número de internautas continuaba su crecimiento exponencial y las aplicaciones y recursos digitales se diversificaban, medios de toda índole hicieron acto de presencia en el ciberespacio. Mientras tanto, en las redacciones de todos los medios, la red se consolidó como una fuente informativa insustituible. Y, como lógica consecuencia de todo ese proceso, se

¹ Texto de la ponencia presentada en la Jornada "La convergencia digital en los medios de comunicación valencianos". Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació, Universitat de València. Valencia, 16 de octubre de 2007

produjo una creciente atención hacia este fenómeno entre algunos profesores de Periodismo.

La investigación universitaria sobre el ciberperiodismo vivió hasta cierto punto un proceso análogo al de su objeto de estudio durante esos años. En sus comienzos, apenas unos pocos profesores pioneros se interesaron por describir y analizar este fenómeno², con frecuencia en mitad del desinterés y menosprecio de algunos de sus colegas, más preocupados entonces por el estudio de disciplinas y áreas periodísticas de mayor raigambre.

Sin embargo, a medida que se consolidaba el fenómeno del periodismo en el ciberespacio, la atención académica hacia este nuevo ámbito creció. Así, comenzaron a dictarse las primeras asignaturas sobre esta disciplina³. Algunas facultades y departamentos alumbraron los primeros laboratorios y grupos de investigación especializados en la materia⁴. Se multiplicaron los seminarios, jornadas y congresos⁵. Se llevaron a cabo las primeras tesis doctorales centradas en el periodismo en Internet⁶. Y éstas, sumadas al creciente interés sobre este tema por parte de otros profesores y profesionales del periodismo, trajeron consigo una cada vez más abundante y diversa producción

² Algunas de las monografías y artículos que abrieron brecha académica en el estudio del ciberperiodismo fueron, en orden cronológico, los trabajos de Rodríguez de las Heras (1991), Martín Aguado (1993), Pérez-Luque y Fernández Arroyo (1995), Armañanzas *et al.* (1996), Pérez-Luque y Perea (1997), Díaz Noci y Meso Ayerdi (1997, 1999); Pérez-Luque (1998), Armentia *et al.* (1999, 2000).

³ Por ejemplo, la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra comenzó a ofrecer ya en 1995 una asignatura que, bajo el título de Tecnología de la información y dictada por la profesora María José Pérez-Luque, se dedicaba por entero a mostrar las características técnicas de la publicación periodística en medios y redes digitales

⁴ Fundado en 1995, el Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab; <http://www.unav.es/fcom/mmlab/>) de la Universidad de Navarra fue el primer centro de investigación básica y aplicada sobre medios digitales en España. Ya en la década actual, se han ido creando otros centros o equipos de investigación como el grupo Novos Medios (<http://www.novosmedios.org>) de la Universidad de Santiago de Compostela, el Laboratorio de Comunicación (LabCom; <http://www.umalab.com>) de la Universidad de Málaga, el grupo INFOlke de la Universidad del País Vasco (<http://www.ehu.es/impactoInternet>), y el denominado Observatorio de Periodismo en Internet (OPEI), fundado en 2005 por profesores de las universidades Antonio de Nebrija, Autónoma de Barcelona, Carlos III de Madrid y Complutense de Madrid pero que carece de un sitio web propio.

⁵ Algunos de los foros pioneros durante los años 1990 fueron el I Congreso Internacional "Los medios de comunicación en Internet: de la experiencia actual al futuro" (Pamplona, 16-17/12/1996), que disfrutó de secuelas en los dos años posteriores, y el I Congreso Internacional de la Publicación Electrónica (Barcelona, 15-17/05/1998), que no se volvió a celebrar. Ya en la década de 2000, surgieron otros foros como el I Congreso Nacional de Periodismo Digital (Huesca, 20-21/01/2000); el Seminario de Periodismo Digital de la Universidad del País Vasco, que disfrutó de varias ediciones a partir del año 2000; el Seminario de Periodismo Digital (Vilanova i la Geltrú, 2003); el Encuentro Global de Ciberperiodismo de la Universidad de Nebrija (Madrid, 2003) que dio lugar en 2005 al I Congreso Internacional de Blogs y Periodismo en la Universidad Complutense, y finalmente la eWeek organizada por la Universidad de Vic desde 2004. La mayoría de estos congresos, jornadas y seminarios continúa en 2008 su andadura anual como citas de reflexión sobre la comunicación digital y el ciberperiodismo, a caballo entre lo académico y lo profesional.

⁶ A finales de los años noventa comenzaron a ser defendidas en España las primeras tesis doctorales dedicadas al estudio de diversas vertientes del ciberperiodismo, como las de Cabrera González (1998), Quadros (1998), Bocco Nieto (1999) y Flores Vivar (1999). Ya en nuestro siglo, la lista de tesis doctorales sobre ciberperiodismo se ha engrosado notablemente, gracias a los sucesivos trabajos de Machado (2000), Batista Maymús (2000), Pérez Ariza (2000), Carrasco Polaino (2001), García Iriarte (2001), Luzón Fernández (2001), Palomo Torres (2001), Ribes Guardia (2001), Vilariño Mosquera (2001), Jaramillo Castro (2002), López Carreño (2002), Pérez Marco (2002), Salazar García (2002), Ramírez Acevedo (2003), Rubio Lacoba (2003), Albornoz Espiñeira (2004), Frascaroli (2004), Herrera Soto (2004), Lerma Noriega (2004), Cebrián Gayo (2005), Domenech Fabregat (2005), Domingo Santamaría (2005), Masip Masip (2005), Tejedor Calvo (2005), Utrilla Ramírez (2005), Gurrea Sarasa (2006), Sánchez González (2006), Yuste Robles (2006), Bonvin Faura (2007) y Yezers'ka (2007).

bibliográfica⁷ dedicada al análisis de este fenómeno. Toda esta efervescencia académica cristalizó finalmente en la puesta en marcha de diversos proyectos de investigación con financiación pública a escala autonómica, nacional e incluso internacional⁸ que, además de contribuir a la producción de numerosos resultados de investigación básica –la investigación aplicada apenas se ha explorado todavía en esta disciplina–, han sido caldo de cultivo de una incipiente red de investigadores y profesores especializados en ciberperiodismo.

Curiosamente, la primera red nacional de investigadores especializados en ciberperiodismo fraguó gracias a un proyecto supranacional. Me refiero al proyecto “The impact of the Internet on the Mass Media in Europe”, financiado entre los años 2001 y 2006 por la red COST, dependiente de la European Science Foundation. Este proyecto, referenciado como COST A20, permitió, bajo la dirección del profesor británico Colin Sparks, formar la mayor red europea de investigadores en medios digitales, en la que estaban representados profesores de 22 países, incluido España. En el marco de ese proyecto, se llevaron a cabo investigaciones, seminarios y congresos, como el que por ejemplo tuvo lugar en Pamplona en junio de 2003 bajo el título de “Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences” (Salaverría y Sádaba, 2004). El proyecto también dio lugar a diversas publicaciones de investigación, como el libro *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries* (Van der Wurff y Lauf, 2005) y el número monográfico sobre “Impacts of the Internet on Newspapers in Europe” de la revista *International Communication Gazette* (febrero 2005, vol. 67, núm. 1). Estas obras, además de aportar algunos de los primeros estudios comparados de prensa digital a escala continental, para lo que nos atañe, supusieron el bautismo internacional de la investigación española sobre ciberperiodismo (Salaverría *et al.*, 2005; Salaverría, 2005c).

A raíz de esta exitosa experiencia europea, los profesores involucrados en el proyecto europeo tomamos la iniciativa de promover un proyecto análogo a escala nacional. El objetivo era doble: obtener financiación para llevar a cabo investigaciones empíricas derivadas del proyecto COST A20 y, paralelamente,

⁷ Tras haber sido acotado el campo de estudio por las obras pioneras de los años noventa mencionadas más arriba, con la llegada del nuevo siglo se ha producido una multiplicación de monografías dedicadas al estudio del ciberperiodismo en sus múltiples áreas y disciplinas. Dejando al margen los centenares de artículos y comunicaciones a congresos, las monografías dedicadas al ciberperiodismo en esta década también han sido muchas. Por orden cronológico, podríamos citar los libros de Álvarez Marcos (2000), Cabrera González (2000), Canga *et al.* (2000), López *et al.* (2000), Moragas *et al.* (2000), De Pablos (2001), Flores Vivar y Miguel Arruti (2001), Edo (2002, 2003), Estévez (2002), Gallo (2002), Peñafiel y López Vidales (2002), Pescador (2002), Ribes (2002), Cerezo y Zafra (2003), Díaz Noci y Salaverría (2003), Luzón (2003), Pareja (2003), Rojo Villada (2003), Aguado (2004), Domingo (2004), Palomo Torres (2004), Parra Valcarce y Álvarez Marcos (2004), Flores Vivar y Aguado Guadalupe (2005), López García (2005a, 2005b), Salaverría (2005a, 2005b), Franquet *et al.* (2006), Meso Ayerdi (2006), Micó (2006), Almiron y Jarque (2007), Tejedor Calvo (2007), Díaz Noci *et al.* (2007), Larrondo Ureta y Serrano Tellería (2007), Scolari (2007) y, finalmente, el libro de García Jiménez y Rupérez Rubio (2008), publicado justo en el momento de escribir estas líneas. Sin duda, la lista continuará creciendo.

⁸ Quizá los dos proyectos internacionales más destacados en los que han tomado parte investigadores de universidades españolas durante estos años han sido el COST A20, del que se dan detalles más adelante, y la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD), financiada por el Programa Alfa de la UE y encabezada en la parte española por el profesor Carlos Scolari, de la Universitat de Vic (Red ICOD, 2006).

crear una plataforma de colaboración para los por entonces todavía dispersos investigadores centrados en el estudio de los cibermedios. Así, encabezados por el profesor de la Universidad del País Vasco Javier Díaz Noci, una docena de investigadores de cuatro universidades –Santiago de Compostela, Málaga y Navarra, además de la ya mencionada UPV– llevamos a cabo entre los años 2002 y 2005, con el apoyo del Ministerio de Educación y Ciencia, un proyecto coordinado de I+D bajo el título de “El impacto de Internet en los medios de comunicación en España” (refs.: BSO2002-04206-C04-01, -02, -03 y -04). Las concomitancias con el proyecto COST, empezando por el propio título, saltan a la vista.

Este proyecto de I+D permitió llevar a cabo el primer estudio general sobre la prensa digital en España, precisamente cuando se cumplía su primera década de andadura. Era por tanto un momento idóneo para hacer balance y responder a diversas preguntas fundamentales –¿qué son los cibermedios?, ¿de dónde vienen?, ¿cuáles son sus rasgos?– que todavía no habían recibido respuesta empírica por parte de los investigadores. Se trataba, en fin, de realizar la primera cartografía general de los medios digitales de nuestro país, aprovechando la ocasión para arrojar luz también sobre la historia reciente, el perfil editorial y los retos de futuro de estos medios digitales. El resultado de ese empeño se recoge en el libro colectivo *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (Salaverría, 2005b). A continuación, resumimos algunos de sus resultados fundamentales.

2. Resultados: perfil de la prensa digital española al cabo de su primera década (1995-2005)

Como era de esperar, el paisaje de los cibermedios españoles en 2005 nada tenía que ver con el de una década atrás. Si en 1995 apenas un puñado de diarios y revistas se habían animado a lanzar sitios web prácticamente experimentales, diez años más tarde la publicación en Internet ya se había convertido en toda una industria periodística si no madura, sí al menos floreciente (Salaverría, 2008a).

La primera prueba de ello era la cifra de publicaciones digitales, que desde finales de los años noventa había crecido de manera exponencial. En nuestra investigación, llegamos a censar en enero de 2005 nada menos que 1.274 cibermedios activos en España. Conviene aclarar que entendíamos por cibermedio “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet” (López *et al.*, 2005: 40). Quedaban fuera de esta categoría, por tanto, los abundantes boletines empresariales distribuidos por correo electrónico, por no considerarlos manifestaciones periodísticas sino propias de la comunicación institucional, y dejábamos al margen asimismo a las varias decenas de miles de *blogs* que ya albergaba por entonces la blogosfera española, puesto que apenas un puñado de ellos utilizaban

sistemáticamente criterios y técnicas periodísticas para la cobertura de información de actualidad (Salaverría, 2008b).

En todo caso, conviene subrayar que la cantidad de 1.274 cibermedios detectados no ha de entenderse como exhaustiva. Debido a las características y escala del proyecto, no se pudo llevar a cabo un rastreo completo de toda la Web española, de modo que es probable que quedara todavía algún cibermedio disperso por detectar. Ahora bien, sin duda sí se trataba de una cifra representativa, de la que en consecuencia cabía extraer conclusiones estadísticas válidas. No en vano, ofrecía magnitudes perfectamente acordes con otros censos de medios impresos y audiovisuales que sí se consideran de referencia fiable, como los listados de publicaciones impresas elaborados por organismos auditores de circulación o como los registros públicos de medios audiovisuales.

En este sentido, Información y Control de Publicaciones (Introl), la sociedad auditora de la difusión impresa en España, certificaba en diciembre de 2004 la circulación de 788 publicaciones. Estas se repartían del siguiente modo: 114 diarios (107 de pago y 7 gratuitos), 69 periódicos no diarios (56 de pago y 13 gratuitos), 19 suplementos de periódicos y 586 revistas (576 de pago y 10 gratuitas). Ahora bien, como es bien sabido, no todas las publicaciones periódicas españolas se someten al control de Introl, así que el volumen real de publicaciones impresas en España estaba entonces –y sigue estando hoy– muy por encima de esas cifras. La WAN, por ejemplo, certificaba en 2004 la existencia en España de 135 diarios (WAN, 2004), al tiempo que la cifra de revistas se estimaba en unas 7.000.

Por lo que se refiere a medios audiovisuales, no existían datos tan precisos como en el caso de los medios impresos, ya que el mapa de las televisiones y radios en España es muy fragmentario. Además, sobre todo en el caso de las emisoras locales, los medios audiovisuales funcionan en muchas ocasiones todavía en un marco de alegalidad. Esto hace que muchas de esas emisoras de radio y televisión no aparezcan registradas en censos oficiales, a pesar de que compiten en el mismo mercado que los medios autorizados.

A pesar de estas dificultades, se pueden dar algunas cifras orientativas sobre la magnitud del mercado de los medios audiovisuales en España. Por lo que a las emisoras de televisión se refiere, podemos citar por ejemplo el censo publicado en octubre de 2002 por la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación (AIMC, 2002), que contabilizaba 897 televisiones locales distribuidas en 606 localidades de todo el país. Sin considerar los canales recibidos vía satélite, a esas 897 emisoras locales habría que sumar en 2005 otras 4 empresas de televisión de ámbito nacional y 13 empresas públicas de radiotelevisión de ámbito autonómico, en varios casos con más de un canal por empresa. Esto situaba la cifra de emisoras de televisión en más de 900.

La situación de la radio en España era a comienzos de 2005, si cabe, más confusa. La Asociación Española de Radiodifusión Comercial, que reúne a las emisoras privadas que emiten con licencia legal, congregaba 1.150 emisoras (AER, 2005). A éstas había que sumar más de un millar de emisoras de titularidad pública dependientes del Estado, las comunidades autónomas y los

municipios –por ejemplo, sólo Radio Nacional de España (RNE) contaba con 827 frecuencias de emisión (RTVE, 2005)–, y más de 2.000 emisoras que emitían sin licencia legal (*El País*, 20 de mayo de 2005). En total, más de 4.000 emisoras de radio.

Cuadro 1
NÚMERO DE MEDIOS EN ESPAÑA (enero 2005)

Diarios	Revistas	Estaciones TV	Estaciones Radio	Cibermedios
135	> 7.000	> 900	> 4.000	1.274

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de OJD, 2004; WAN, 2004; AER, 2005; AIMC, 2002; *Cibermedios*, 2005

Como se ve (Cuadro 1), la cifra de cibermedios censados en nuestro estudio rondaba el 10% del total acumulado de los medios impresos y audiovisuales activos en España. Dicho de otro modo: por cada cibermedio, había en enero de 2005 diez medios de otro tipo.

Ahora bien, debe tenerse en cuenta que de los 1.274 cibermedios censados, 268 (21%) correspondían a medios exclusivos de Internet, en tanto que 1.006 (79%) correspondían a medios promovidos por medios impresos, televisivos o radiofónicos. Aunque ya hemos dicho que la cifra de cibermedios era probablemente mayor que la censada, en líneas generales se puede afirmar que, a comienzos de 2005, contaban con un sitio web activo –es decir, con información actualizada y no meros contenidos corporativos– en torno a uno de cada diez medios impresos y audiovisuales españoles. De hecho, los medios con mayor presencia en Internet eran los impresos (sobre todo los diarios y, en una medida relativamente mucho menor, las revistas), en tanto que los medios audiovisuales tenían una presencia más modesta en la Web (Cuadro 2).

Cuadro 2
MEDIO MATRIZ DE LOS CIBERMEDIOS ESPAÑOLES (N=1.274)

Medio matriz	nº	%
Diarios y revistas	695	54,6%
Radio	352	27,6%
Cibermedios sólo en Internet y otros	116	9,1%
Televisión	111	8,7%

Fuente: *Cibermedios*, 2005.

Otros resultados interesantes del estudio tienen que ver con la distribución geográfica de los cibermedios. Como es bien sabido, la estructura administrativa española se compone de 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas; las comunidades se dividen, a su vez, en 52 provincias. Las dimensiones geográficas y el volumen de población son muy dispares entre las distintas comunidades. La mayor de todas, Andalucía, tenía un censo de 7,7 millones de habitantes en 2004; por su parte, La Rioja, la región menos poblada sin contar las ciudades autónomas, contaba por esas fechas con poco más de 293.000 habitantes (Cuadro 3).

Cuadro 3

NÚMERO DE CIBERMEDIOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS E INDICADORES DE POBLACIÓN Y USO DE INTERNET (2004)

Comunidad Autónoma	Cibermedios ¹ (01/2005)	Población ² (2004)	Usuarios Internet ³ (12/2004)
Andalucía	125	7.687.518	30,4%
Aragón	29	1.249.584	33,9%
Asturias	29	1.073.761	30,1%
Baleares	49	955.045	36,3%
Canarias	58	1.915.540	30,5%
Cantabria	26	554.784	35,3%
Castilla - La Mancha	55	1.848.881	23,8%
Castilla y León	19	2.493.918	26,0%
Cataluña	206	6.813.319	36,5%
C. Valenciana	74	4.543.304	28,9%
Extremadura	29	1.075.286	26,0%
Galicia	69	2.750.985	27,2%
Madrid	279	5.804.829	40,3%
Murcia	45	1.294.694	29,9%
Navarra	37	584.734	34,4%
País Vasco	118	2.115.279	39,4%
Rioja (La)	9	293.553	26,8%
Ceuta	4	74.654	-
Melilla	6	68.016	-
TOTAL	1.274	43.197.684	32,9%

Fuentes: 1) *Cibermedios*, 2005; 2) Instituto Nacional de Estadística; 3) AIMC

Además de la distribución geográfica, nuestro estudio contempló otras variables, como 1) el tipo de contenido, 2) el idioma y 3) la periodicidad en la actualización informativa.

Respecto del tipo de contenido, detectamos una clara preponderancia de los cibermedios de información general. En concreto, de los 1.274 cibermedios censados, 761 (59,8%) eran de información general y 513 (40,2%) de información especializada. La comunidad autónoma con más cibermedios de información general era Cataluña, con 143. Esta posición de privilegio se explica probablemente por su abundantísima prensa local, dedicada a la información general sobre pequeñas comunidades. Por su parte, la comunidad de Madrid era la que, con 183, contaba con más cibermedios de información especializada. Este liderazgo puede deberse probablemente a que buena parte de las publicaciones especializadas de difusión nacional (diarios y, sobre todo, revistas) tienen su sede en Madrid.

Nuestro estudio también abordó la tipología de cibermedios de información especializada. En este caso, comprobamos que los cibermedios de información cultural eran claramente los preponderantes (Cuadro 4).

Cuadro 4

TIPO DE CONTENIDO EN LOS CIBERMEDIOS ESPECIALIZADOS (N=513)

Tipo de contenido	nº cibermedios	% cibermedios especializados
Cultura	120	23,4%
Ocio y Turismo	51	9,9%
Economía	49	9,6%
Comunicación y medios	45	8,8%
Servicios	43	8,4%
Deporte	40	7,8%
Ciencia, Sanidad y Técnica	35	6,8%
Sociedad	34	6,6%
Nuevas tecnologías	25	4,9%
Educación e Infancia	19	3,7%
Nuevas tendencias sociales	18	3,5%
Política	10	2,0%
Religión	10	2,0%
Información jurídica	4	0,8%
Otros	10	2,0%

Fuente: *Cibermedios*, 2005

Por lo que respecta al idioma, como era de esperar, el español lideraba claramente el mercado de los cibermedios en España. Un total de 972 cibermedios (76,3%) ofrecían en 2005 sus contenidos exclusivamente en ese idioma.

Sin embargo, como es bien sabido, España es un país plurilingüe. Además del español, se hablan otras tres lenguas cooficiales en algunas comunidades autónomas: el catalán en Cataluña, Baleares y la Comunidad Valenciana⁹; el euskara en el País Vasco; y el gallego en Galicia. Además, existen otras lenguas minoritarias –el asturiano, el aragonés, el aranés, el sefardí o judeo-español y las hablas gitanas– que, si bien no han alcanzado la cooficialidad en ninguna comunidad, sí que reciben cierta protección cultural y tienen en algunos casos presencia periodística en Internet, siquiera testimonial. Del mismo modo, hay que recordar que España es un país eminentemente turístico, y este es un factor muy importante que hace que algunos cibermedios se publiquen regularmente en idiomas extranjeros como el inglés o el alemán. Por último, en nuestro estudio detectamos un significativo número de cibermedios bilingües que, en la mayoría de los casos, alternaban el español con una de las tres lenguas cooficiales minoritarias, o bien, en menor medida, ofrecían una edición internacional con contenidos en algún idioma extranjero, casi siempre el inglés.

⁹ El Estatuto de autonomía de la Comunidad Valenciana reconoce al valenciano como idioma específico; sin embargo, numerosos estudios lingüísticos califican a este idioma como variante del catalán. Para evitar una excesiva fragmentación estadística, en nuestro estudio optamos por asimilar ambas variantes bajo una única categoría.

Cuadro 5

IDIOMAS EMPLEADOS POR LOS CIBERMEDIOS (N=1.274)

Idiomas	nº cibermedios	%
Español	972	76,3%
Catalán	148	11,6%
Euskera	57	4,5%
Gallego	29	2,3%
Inglés	11	0,9%
Alemán	7	0,5%
Otros idiomas y medios bilingües	50	3,9%

Fuente: *Cibermedios*, 2005

Por último, el estudio analizó el ritmo de actualización de la prensa digital. En este apartado, se detectó una clara preponderancia de los cibermedios con periodicidad de actualización variable –es decir, carentes de un ciclo constante de actualización– o con periodicidad prolongada –con ciclos de actualización superior a una semana– (Cuadro 6).

Cuadro 6

FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN INFORMATIVA EN LOS CIBERMEDIOS (N=1.274)

actualización	nº cibermedios	%
Constante	189	14,8%
Diaria	290	22,8%
Semanal	116	9,1%
Variable	679	53,3%

Fuente: *Cibermedios*, 2005**3. Evolución reciente de los cibermedios en España (2005-2008)**

La evolución de las publicaciones digitales españolas no se paró, por supuesto, en el año 2005. Después de esa fecha, y espoleados por un contexto económico más boyante que el que se vivió durante la primera mitad de la década, los cibermedios han disfrutado en España de un proceso de expansión, tanto en cantidad como en calidad, que continúa en el momento de escribir estas líneas. Desde 2005, se han vivido años de renovación en las cabeceras ya asentadas, y también de aparición de nuevas publicaciones digitales de ámbito tanto regional como nacional.

En lo que respecta a la renovación, se han sucedido los rediseños de todo tipo de cibermedios y, en particular, los de diarios digitales. Tras varios años de estancamiento editorial y gráfico, obligado por las estrecheces económicas vividas durante la primera mitad de la década, el crecimiento de la inversión publicitaria en Internet y el éxito de los contenidos audiovisuales han promovido una renovación general del diseño de los cibermedios.

Esta renovación gráfica y arquitectónica vivida durante los últimos tres años podría resumirse con las siguientes notas distintivas (Salaverría y Sancho,

2007: 222-225): 1) ampliación al formato de 1.024 píxeles de anchura, en sustitución del estándar anterior de 800 píxeles; 2) apuesta por la navegación por contenidos como alternativa a la tradicional navegación por secciones y, con tal fin, sustitución de la barra lateral de navegación por un friso horizontal de secciones en la parte superior; 3) multiplicación de los contenidos multimedia y, entre ellos, muy especialmente del vídeo; 4) apertura a los comentarios y aportaciones de los lectores; 5) apuesta por el formato *weblog* como género periodístico integrado en los cybermedios y uso de servicios de la Web 2.0; 6) multiplicación de los elementos referenciales y de datación (absoluta y relativa) de las informaciones; y, por último, 7) inserción de enlaces en el cuerpo del texto de las informaciones y no sólo en recuadros exentos.

Aparte de estos nuevos rasgos gráficos y de diseño, el mercado de los cybermedios españoles se caracteriza en 2008 por las siguientes tendencias:

a) *Los diarios lideran el mercado de la información periodística en Internet.* En España, las principales audiencias de Internet en el ámbito de contenidos periodísticos corresponden a periódicos. La hegemonía de los diarios digitales se da tanto a escala nacional como regional.

Cuadro 7

TOP 20 DE LOS DIARIOS DIGITALES EN ESPAÑA - OJD, enero 2008

Título	URL	Usuarios únicos	Visitas	Páginas vistas
EL MUNDO	http://www.elmundo.es	10.800.605	54.417.080	327.389.278
MARCA.COM	http://www.marca.com	6.475.063	65.959.495	407.572.677
20MINUTOS.ES	http://www.20minutos.es	4.312.537	14.064.413	104.630.885
ABC	http://www.abc.es	4.221.830	10.801.374	64.940.413
PERIODISTA DIGITAL	http://www.periodistadigital.com	1.938.841	4.379.596	16.404.079
LA VERDAD	http://www.laverdad.es	1.933.817	3.745.513	19.604.007
SPORT	http://www.sport.es	1.675.092	12.542.951	75.374.088
EL PERIÓDICO DE CATALUNYA	http://www.elperiodico.com	1.406.343	5.273.131	33.762.787
LIBERTAD DIGITAL	http://www.libertaddigital.com	1.259.910	7.974.401	26.939.909
EL CORREO DIGITAL	http://www.elcorreodigital.com	929.626	3.879.711	23.706.918
EL CONFIDENCIAL.COM	http://www.elconfidencial.com	891.189	5.215.548	21.804.001
IDEAL	http://www.ideal.es	856.016	1.766.380	8.003.325
LA VOZ DE GALICIA	http://www.lavozdegalicia.es	849.409	3.316.476	21.551.542
EXPANSIÓN.COM	http://www.expansion.com	844.395	3.949.832	32.537.875
LAS PROVINCIAS	http://www.lasprovincias.es	775.511	1.742.833	7.302.753
LA NUEVA ESPAÑA	http://www.lanuevaespana.es	723.561	1.968.780	13.760.560
EUROPA PRESS	http://www.europapress.es	701.198	1.220.138	7.528.556
EL DIARIO VASCO	http://www.diariovasco.com	680.384	2.634.712	19.446.403
EL PERIODICO DE ARAGON	http://www.elperiodicodearagon.com	669.177	1.304.588	5.581.438
SUR	http://www.sur.es	631.710	1.769.135	8.555.235

Fuente: OJD Interactiva, enero 2008. Nota: Los medios de Prisacom están autoexcluidos de estas mediciones

b) *Los medios digitales 'nativos' buscan todavía la consolidación.* A pesar del reciente lanzamiento de diversos proyectos editoriales en la red –ADN.es (julio

2007), *Soitu.es* (28 diciembre 2007), *El Imparcial* (22 enero 2008) o *La Nación* (26 febrero 2008)–, las publicaciones con presencia exclusiva en Internet continúan todavía en estado prácticamente embrionario. En España, el primer ciberdiario de información general fue *Estrella Digital*, fundado en 1998. Desde entonces, y con dispar fortuna, han surgido diversas iniciativas similares –entre otros, *El Semanal Digital*, *Diariocritico.com*, *Libertad Digital*, *Diario Ibérico*, *elplural.com* y *Diari de Barcelona*–, amén de un buen número de “confidenciales” (Apezarena, 2005), más preocupados a menudo de emplear sus medios como tribuna de opinión e instrumento de influencia que de la propia información. En todo caso, se trata todavía de un mercado inmaduro y frágil, lastrado por dificultades para acceder a la inversión de los anunciantes e incluso ignorado por las instituciones públicas a la hora de elaborar la agenda oficial de los medios de comunicación en España (*El Semanal Digital*, 13 marzo 2007).

c) *El modelo de negocio hegemónico es el gratuito*. Tras la crisis económica de Internet de comienzos de los años 2000, algunos medios digitales optaron por experimentar con modelos de negocio basados en el cobro por contenidos (Salaverría, 2008a: 363-373). El caso más destacado fue el de *Elpaís.com*, que en noviembre de 2002 adoptó un modelo de pago prácticamente en todos sus contenidos. En junio de 2005, sin embargo, canceló esa estrategia y optó por un modelo mixto, donde cada vez más contenidos y servicios se ofrecen gratuitamente. Este modelo abierto, apoyado en la cada vez más firme financiación publicitaria, prevalece en 2008 en prácticamente todos los sitios periodísticos españoles.

d) *La inversión publicitaria en Internet crece a gran ritmo, pero sigue siendo un mercado con más futuro que presente*. Internet es el medio donde más crece la inversión publicitaria en España. Según Infoadex, en 2006 los anunciantes invirtieron 160,3 millones de euros en Internet, un 33% más que el año anterior. La inversión publicitaria en la Red, sin embargo, supone todavía apenas el 2,2% de la inversión total en medios convencionales. Ahora bien, conviene hacer constar que la cifra de inversión en Internet es neta (aparecen restados los descuentos de las agencias y rápeles), en tanto que para los otros medios la inversión real estimada de Infoadex es bruta.

e) *Emergen formas alternativas de medios periodísticos*. A pesar de ser un fenómeno con apenas cinco años de implantación en España, en 2007 ciertos *blogs* profesionales ya atraen un importante tráfico, superior en algunos casos a la mayoría de las webs de medios tradicionales. De hecho, conforme a datos de OJD, Nielsen//NetRatings y Google Analytics de 2006, un total de 7 *blogs* formaban parte de los 100 sitios en español más visitados, un ranking cuyo primer puesto corresponde a Google.

4. Perspectivas y retos para la investigación sobre ciberperiodismo

La magnitud actual del mercado español de publicaciones digitales confirma su plena consolidación como medio periodístico equivalente a la prensa, la radio y la televisión. Puede que los cibermedios todavía sean medios inmaduros (Salaverría, 2005c), pero todo apunta a que su advenimiento será todo menos efímero. Hoy día ya nadie duda de que la prensa digital han llegado para quedarse.

Por tanto, la Universidad no puede pasar por alto por más tiempo el reto de investigar a fondo esta vertiente de la profesión periodística, que apareja demandas específicas de formación. El proceso actual de reforma de los planes docentes de Periodismo, obligado por la inmediata implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, constituye toda una oportunidad en ese sentido. Las Facultades de Comunicación tienen ante sí la posibilidad –y el reto– de actualizar sus enseñanzas periodísticas, otorgando la debida relevancia a los nuevos modos y medios de comunicación derivados de la implantación de las tecnologías y redes digitales durante las últimas dos décadas.

Por lo que se refiere específicamente a la investigación, se adivinan diversos retos. Es verdad que los investigadores sobre ciberperiodismo han avanzado bastante en poco tiempo; para comprobarlo, basta con echar un vistazo a la gran producción de tesis doctorales, libros y otros materiales bibliográficos reseñados en páginas anteriores. Ahora bien, no es menos cierto que queda todavía largo trecho por recorrer hasta asentar esta joven disciplina de investigación. En los últimos años hemos asistido apenas a los albores de la investigación sobre ciberperiodismo en España, que han contribuido a roturar el terreno académico; sin embargo, ahora resta sembrar y abonar ese terreno para obtener los frutos deseados.

En este sentido, y para terminar, se me ocurren varios retos que convendría afrontar en los próximos años para cimentar una sólida investigación sobre los fenómenos, métodos y consecuencias del ciberperiodismo:

- a) *Explorar metodologías específicas de investigación.* Por su tempestividad y evanescencia, los cibermedios plantean dificultades específicas al investigador. Frente a los medios impresos y audiovisuales, en los que, con mayor o menor esfuerzo, siempre es posible hallar archivos que permitan obtener muestras sistematizadas para el análisis, en la red resulta complicadísimo obtener secuencias editoriales completas. Los cibermedios no poseen ciclos estables de publicación ni, por el momento, conservan todas las versiones de sus ediciones, puesto que actúan mediante una lógica de “cierre continuo”. Investigar sobre un blanco móvil y en constante mudanza obliga a desarrollar nuevas metodologías de investigación. Asimismo, parece necesario que los investigadores sobre ciberperiodismo se familiaricen con metodologías de investigación propias de disciplinas aledañas, como por ejemplo la cibermetría.
- b) *Desarrollar no sólo investigación básica, sino también aplicada.* Si la Universidad pretende convertirse en referente de vanguardia para la profesión periodística, es imprescindible que a la investigación básica se sume la

experimentación con nuevos formatos y herramientas aplicables por los cibermedios. Los laboratorios y grupos de investigación deben estimular la innovación en géneros, contenidos y técnicas periodísticas que aprovechen las posibilidades descubiertas día a día por las tecnologías digitales. En esta misma línea, convendría que los materiales didácticos derivados de la investigación no se limitaran a utilizar únicamente el cauce tradicional de los libros, ya sean impresos o digitales. La red ha abierto nuevas vías para la divulgación del conocimiento –*blogs*, foros, redes sociales...– que, siquiera para predicar con el ejemplo, deberían ser aprovechados especialmente por los profesores de ciberperiodismo.

c) *Pasar de los estudios generales a las investigaciones especializadas.* Ya no es tiempo de descubrir Mediterráneos. El fenómeno del ciberperiodismo, así como sus expresiones mediáticas, los cibermedios, gozan ya de plena carta de naturaleza. Su advenimiento ha sido ampliamente descrito y sus características generales, identificadas. Por lo tanto, están de más las investigaciones –sobre todo, entre las tesis doctorales– que porfían en descubrir lo que otros ya hace tiempo que han analizado. A partir de ahora es preciso avanzar en una nueva generación de investigaciones que entren a estudiar aspectos más específicos y someramente analizados hasta la fecha. Disciplinas periodísticas como la redacción, la documentación, el diseño o la edición necesitan de reflexiones y estudios monográficos en el ámbito de los cibermedios. De igual modo, es preciso avanzar en áreas específicas del ciberperiodismo como por ejemplo la Historia, el Derecho o la Ética. Asimismo, junto a los estudios de ámbito nacional o aquellos que ya se han llevado a cabo en algunas comunidades autónomas, es necesario estimular investigaciones específicas a escala regional e incluso local que abarquen todo el país.

d) *Instituir herramientas colectivas de investigación.* Los investigadores hispanos sobre ciberperiodismo deben contar con foros propios para la promoción y difusión de sus trabajos. En este sentido, además de continuar con los proyectos de investigación colectivos que se vienen poniendo en práctica en los últimos años, parece llegado el momento de dar un paso adelante y promover la fundación de otro tipo de instrumentos académicos. Por ejemplo, fundar una asociación de investigadores en ciberperiodismo o, en su defecto, crear una sección especializada que se integre en alguna organización de ámbito nacional, como la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AE-IC). En la misma línea, tal vez haya llegado el momento de lanzar una revista académica especializada en ciberperiodismo y comunicación digital que sirva para estimular la calidad de la investigación generada al respecto en España y, al mismo tiempo, para potenciar la visibilidad internacional de los resultados.

Bibliografía

AGUADO, Juan Miguel (2004). *E-Comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

AER (2005). "Asociación Española de Radiodifusión Comercial (Spain)". En: <http://www.aereurope.org/members/aerc.html> (accedido: 3 marzo 2008).

AIMC (2002). "AIMC presenta su tercer censo sobre televisiones locales", 8 octubre. En: <http://download.aimc.es/aimc/09notas/censo%20TV%202002.pdf> (accedido: 3 marzo 2008).

ALBORNOZ ESPIÑEIRA, Luis Alfonso (2004). *Los diarios online de información general. El caso de los grandes periódicos en español*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Enrique Bustamante Ramírez. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

ALMIRON, Núria; JARQUE, Josep Manuel (2007). *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.

ÁLVAREZ MARCOS, José (2000). *Sevilla y el periodismo multimedia (La experiencia pionera de Diario Expo 92)*. Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros.

APEZARENA, José (2005). *Periodismo al oído. Los confidentiales: de las cartas manuscritas a Internet*. Madrid: Debate.

ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.

ARMENTIA, José Ignacio; ELEXGARAY, Jon; PÉREZ, Juan Carlos (1999). *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

ARMENTIA, José Ignacio; CAMINOS MARCET, José Ignacio; ELEXGARAY ARIAS, Jon; MARÍN MURILLO, Flora; MERCHÁN MOTA, Iker (2000). *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch.

BATISTA MAYMÚS, Noemí (2000). *Características de la noticia en Internet y análisis de su situación actual. Los casos de EE.UU. y España*. Tesis Doctoral dirigida por la Dra. María José Pérez-Luque. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

BOCCO NIETO, M^a Eva (1999). *Análisis de la sección de Humanidades en los periódicos digitales "El País Digital" y "ABC". Estudio de los casos de Diana de gales y Teresa de Calcuta*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Francisco Javier González Antón. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna.

BONVIN FAURA, Marcos Andrés (2007). *La prensa digital: lenguaje y características*. Tesis Doctoral codirigida por el Dr. Emilio J. García Wiedemann y el Dr. Juan Antonio Moya Corral. Departamento de Lengua Española, Universidad de Granada.

CABRERA GONZÁLEZ, M^a Ángeles (1998). *Evolución y tendencias en la configuración gráfica de la prensa "online"*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Málaga.

CABRERA GONZÁLEZ, M^a Ángeles (2000). *La prensa online. Los periódicos en la WWW*. Barcelona: CIMS.

CANGA, Jesús; COCA, César; MARTÍNEZ RIVERA, Eloy (2000). *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

CARRASCO POLAINO, Rafael (2001). *Medios informativos digitales: el nuevo contexto de la empresa virtual*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

CEBRIÁN GAYO, Marta (2005). *Información interactiva sobre radio y televisión en Internet*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Pedro García Alonso-Montoya. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

CEREZO, José Manuel; ZAFRA, Juan Manuel (2003). *El impacto de Internet en la prensa*. Madrid: Fundación Auna.

DE PABLOS, José Manuel (2001). *La Red es nuestra. El "periódico" telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social*. Barcelona: Paidós.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Anaya Multimedia.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (2002). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso en el periodismo electrónico*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coords.) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

DÍAZ NOCI, Javier; LARRAÑAGA, José; LARRONDO, Ainara; MESO, Koldobika (2007). *El impacto de Internet en los medios de comunicación vascos*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

DOMENECH FABREGAT, Hugo (2005). *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiosimo clásico a la era digital*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Javier Marzal Felici. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Jaume I de Castellón.

DOMINGO SANTAMARÍA, David (2004). *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

DOMINGO SANTAMARÍA, David (2005). *Inventing online journalism: development of the Internet as a news medium in four Catalan online newsrooms*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernat López López. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

EDO, Concha (2002). *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

EDO, Concha (2003). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El País, "El Gobierno actúa contra los 'piratas' para reordenar el sector audiovisual", 20 de mayo de 2005.

El Semanal Digital, "El Gobierno desprecia olímpicamente a nueve millones de internautas", 13 de marzo de 2007. En: http://www.elsemanaldigital.com/version_anterior/arts/64694.asp (accedido: 5 marzo 2008).

ESTÉVEZ, Jaime (2002). *Periodismo en la Red*. Madrid: Anaya Multimedia.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel (1999). *Incidencias del sistema global de la información electrónica en el periodismo contemporáneo*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel (2001). *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes*. Madrid: 2010 S.L. Ediciones.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel; AGUADO GUADALUPE, Guadalupe (2005). *Modelos de negocio en el ciberperiodismo: estrategias de los medios para el desarrollo de negocios en la red*. Madrid: Fragua.

FRANQUET, Rosa; SOTO, María Teresa; RIBES, Francesc Xavier; FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2006). *Assalt a la xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació online en català*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

FRASCAROLI, Manuel Alfredo (2004). *El periodismo digital como futuro de las empresas periodísticas hispano-argentinas de prensa en la sociedad de la información*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Augusto Ventín Pereira. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

GALLO, Bruno (2002). *Periodistas digitales*. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón.

GARCÍA IRIARTE, Iranzu (2000). *El establecimiento de la prensa estadounidense en la World Wide Web. Parámetros para la redefinición de los procesos informativos*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Luis Orihuela Colliva. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio; RUPÉREZ RUBIO, Paloma (coords.) (2008). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid: Dykinson S.L.

GURREA SARASA, Raquel (2006). *La prensa digital: un nuevo escenario para el análisis del comportamiento del lector de periódicos*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Carlos Flavián Blanco. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Zaragoza.

HERRERA SOTO, M^a Victoria (2004). *La nueva oferta informativa a través de Internet*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Luis Miguel Martínez Fernández. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

JARAMILLO CASTRO, Óscar (2002). *Derecho a la información en los portales y buscadores de la Web*. Tesis Doctoral dirigida por la Dra. Loreto Corredoira y Alfonso. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

LARRONDO URETA, Ainara; SERRANO TELLERÍA, Ana (eds.) (2007). *Diseño periodístico en Internet*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

LERMA NORIEGA, Claudia Alicia (2004). *La usabilidad de la prensa digital de habla hispana. Análisis de los sitios web de ABC, El Mundo, El Universal y La Jornada*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Roberto de Miguel Pascual. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

LLOMBART, Silvia (2000). *Bits o paper. Les conclusions del 1er. Congrés de la Publicació Electrónica*. Barcelona: Diputació de Barcelona / Col·legi de Periodistes de Catalunya.

LÓPEZ, Xosé; GAGO, Manuel; PEREIRA, Xosé (2000). *O novo xornalismo electrónico*. Santiago de Compostela: Edicións Lea.

LÓPEZ, Xosé; LIMIA, Moisés; ISASI, Antonio; PEREIRA, Xosé; GAGO, Manuel; CALVO, Rosario; ORIHUELA, José Luis (2000). "Tipología de los cibermedios". En:

- SALAVERRÍA, Ramón (coord.) (2005). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- LÓPEZ CARREÑO, Rosana (2002). *Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Vicente Rodríguez Muñoz. Facultad de Ciencias de la Documentación, Universidad de Murcia.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005a). *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2005b). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- LUZÓN FERNÁNDEZ, Virginia (2001). *La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya*. Tesis Doctoral dirigida por la Dra. Rosa Franquet Calvet. Departamento de Comunicación Audiovisual, Universidad Autónoma de Barcelona.
- LUZÓN FERNÁNDEZ, Virginia (2003). *Internet, l'eina inevitable. Periodistes, mitjans i missatges en la xarxa*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- MESO AYERDI, Koldobika (2006). *Introducción al ciberperiodismo: breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco..
- MACHADO, Elías (2000). *La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Miguel Rodrigo Alsina. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- MARTÍN AGUADO, José Antonio (dir.) (1993). *Tecnologías de la información impresa. Desarrollos tecnológicos y perspectivas*. Madrid: Fragua.
- MASIP MASIP, Pere (2005). *Presencia y uso de Internet en las redacciones. Periodistas, rutinas profesionales y tecnología: el caso de La Vanguardia, Catalunya Radio y Televisión de Catalunya*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Albert Sáez i Casas. Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna, Universidad Ramón Llull.
- MICÓ, Josep Lluís (2006). *Periodisme a la xarxa*. Vic: Eumo Editorial.
- MORAGAS, Miguel de; DOMINGO, David; LÓPEZ, Bernat (ed.s) (2000). *Internet i la comunicació local a Catalunya*. Barcelona: Institut de la Comunicació (InCom).
- PALOMO TORRES, M^a Bella (2001). *El uso redaccional de Internet en la prensa diaria española*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga.
- PALOMO TORRES, M^a Bella (2004). *El periodista on-line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- PAREJA, Víctor Manuel (coord.) (2003). *Guía de Internet para periodistas*. Madrid: CINDOC.
- PARRA VALCARCE, David; ÁLVAREZ MARCOS, José (1997). *Ciberperiodismo*. Madrid: Editorial Síntesis.

PEÑAFIEL, Carmen; LÓPEZ VIDALES, Nereida (2002). *Claves para la era digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco..

PÉREZ ARIZA, José Carlos (2001). *La libertad de expresión en el marco de las nuevas tecnologías y de la sociedad de la información en España (1990-1999)*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga.

PÉREZ-LUQUE, M^a José; FERNÁNDEZ ARROYO, Noelia (1995). "La integración de la tecnología multimedia y de las redes interactivas: revolución de los sistemas informativos". *Informe Situación. La industria de la comunicación*. Bilbao: BBV, pp. 105-145.

PÉREZ-LUQUE, M^a José; PEREA, Mairer (1997). *El actual Periodismo Online*. Sao Paulo / Pamplona: Editora Mandruvía.

PÉREZ-LUQUE, M^a José (1998). *El periodismo y las nuevas tecnologías*. Pamplona: Newbook, 1998..

PÉREZ MARCO, Sonia (2002). *El concepto de hipertexto en el periodismo digital. Análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias digitales de tres periódicos españoles (www.elpais.es, www.elmundo.es, www.abc.es)*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Fernando Lallana García. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

PESCADOR, Darío (2002). *Periodistas multimedia. Los nuevos narradores*. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón.

QUADROS, Claudia Irene de (1998). *Periodistas y diarios electrónicos: las exigencias profesionales en la Red, Estudio de los casos El País Digital, El Mundo del Siglo XXI, NetEstado y O Globo On Line*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Manuel de Pablos Coello. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna.

RAMÍREZ ACEVEDO, Mónica Patricia (2003). *La relación del servicio de personalización de contenidos de las ediciones digitales de la prensa española y el Mi-Diario (Daily-Me)*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Ignacio Armentia Vizuete. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco.

RED ICOD (2006). *Comunicació digital. Competències professional i reptes acadèmics / Digital Communication. Professional skills and academic challenges*. Barcelona: Eumogràfic.

RIBES GUARDIA, Francesc Xavier (2002). *Edición y presentación multimedia. Fundamentos de la digitalización y del tratamiento de imágenes y sonido*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la UAB.

RIBES GUARDIA, Francesc Xavier (2001). *Emisores de radio del Estado español en Internet: las bitcasters*. Tesis Doctoral dirigida por la Dra. Rosa Franquet Calvet. Departamento de Comunicación Audiovisual, Universidad Autónoma de Barcelona.

RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio (2001). *Navegar por la información*. Madrid: Fundesco.

ROJO VILLADA, Pedro Antonio (2003). *Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de la Prensa ante la convegenia mediatica*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

RTVE (2005). "Frecuencias de emisión de Radio Nacional de España, S.A.", 16 octubre. En: <http://www.rtve.es/rne/emisoras/frec-rne.htm> (accedido: 3 marzo 2008).

- RUBIO LACOPA, M^a Carmen (2003). *La documentación informativa en el periodismo digital. Análisis del servicio documental, del documentalista y del mensaje documental en el nuevo medio digital*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Fernando Martínez Vallvey. Departamento de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Pontificia de Salamanca.
- SALAVERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo (eds.) (2004). *Towards new media paradigms. II International Conference of COST A20*. Pamplona: Eunat.
- SALAVERRÍA, Ramón; DÍAZ NOCI, Javier; LÓPEZ, Xosé y PALOMO, M^a Bella (2005). "Spain: multimedia richness and variety of business models". En: VAN DER WURFF, Richard; LAUF, Edmund (eds.). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis Publishers, pp. 230-243.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005a). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: EUNSA.
- SALAVERRÍA, Ramón (coord.) (2005b). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005c). "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11". En: *International Communication Gazette*, vol. 67, issue 1, February 2005, 69-86.
- SALAVERRÍA, Ramón; SANCHO, Francisco (2007). "Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en Internet". En: LARRONDO URETA, Ainara; SERRANO TELLERÍA, Ana (eds.). *Diseño periodístico en Internet*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- SALAVERRÍA, Ramón (2008a). "Ciberperiodismo: diez años de prensa digital en España". En: FERNÁNDEZ SANZ, Juan José (ed.). *Prensa especializada actual. Doce calas*. Madrid: McGraw-Hill, pp. 355-383.
- SALAVERRÍA, Ramón (2008b). "El estilo del *blog* periodístico. Usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general". Actas del I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela, 2008.
- SALAZAR GARCÍA, Idoia (2002). *Internet como fuente de información. Análisis de la red profunda y su utilidad periodística*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Leopoldo Seijas Candelas. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Universidad San Pablo CEU.
- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, María (2006). *Cibermedios de acceso abierto con información confidencial en España*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Bernardo Díaz Nosty. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Málaga.
- SCOLARI, Carlos Alberto (2007). *El canvi digital as mitjans de proximitat: les transformacions generades per la introducció de les tecnologies digitals en les redaccions de la premsa comarcal i les ràdios i televisions locals*. Barcelona: generalitat de Catalunya.
- TEJEDOR CALVO, Santiago (2005). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Manuel Pérez Tornero. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- TEJEDOR CALVO, Santiago (2007). *La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

UTRILLA RAMÍREZ, Ana María (2005). *Los productos informáticos. La oferta, la forma y el contenido de la información*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. José Antonio Moreiro González. Facultad de Humanidades, Universidad Carlos III de Madrid.

VAN DER WURFF, Richard, LAUF, Edmund (eds.) (2005). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis Publishers.

VILARIÑO MOSQUERA, Ramón (2001). *El periodismo en la era electrónica*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Alberto Miguel Arruti. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Universidad San Pablo CEU.

WAN (2004). *World Press Trends. 2004*. París: World Association of Newspapers.

YEZERS'KA, Lyudmyla (2007). *La primera década del periodismo peruano en Internet (1995-2005). Análisis de las ediciones digitales de los diarios de información general*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Ramón Salaverría Aliaga. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

YUSTE ROBLES, Bárbara (2006). *Cuestiones de autoría en el periodismo digital*. Tesis Doctoral dirigida por la Dra. Loreto Corredoira y Alfonso. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.