

De lectores intensivos a los Internautas extensivos: el trayecto en periódicos de argentinos a fines de siglo XX

Patricia Faure* y Ariel Gurmandi**

Resumen

Desde los lectores intensivos hasta los internautas extensivos y con recursos multimediales comprensibles por integración, la ponencia se propone transitar un recorrido de análisis histórico comparado entre archivos físicos y digitales, en donde se abordan las tendencias y desafíos en los nuevos formatos digitales y las diferentes prácticas de lecturas.

Palabras clave: Periodismo digital, Internet, nuevos formatos periodísticos, construcción de la noticia, prácticas de lecturas

*Patricia Faure es Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Lomas de Zamora. E-mail: patri_faure@yahoo.com.ar

** Ariel Ernesto Gurmandi es Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. E-mail: ariel.gurmandi@gmail.com

1. Introducción

Con el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) devienen nuevas formas de almacenamiento, procesamiento y transmisión de la información. Estos procesos, sumados a la construcción de noticias, conforman la estructura sobre la que se asientan los nuevos periódicos en línea y las nuevas prácticas periodísticas de fin de Siglo XX.

El proceso de informatización de la información en las redacciones de los periódicos se origina en Estados Unidos a finales de la década del 80. Este proceso da origen al periódico pionero en instalarse en la Red: The Chicago Tribune (<http://www.chicagotribune.com/>) se publica en 1992 en Internet y dos años después aparecen en Estados Unidos (*San José Mercury News*, www.sjmercury.com) y en Inglaterra (*The Electronic Telegraph*, www.telegraph.co.uk, versión del *Daily Telegraph*) en 1994.

Estas experiencias dan cuenta de un simple traslado de información de soportes: del papel al entorno online. Es decir, era la misma edición pero publicada en la Red. Es un período que Pavlik (2005) lo identifica como un primer momento en donde “*los medios se limitan a reproducir las noticias del medio convencional.*”

Luego vendrá un segundo momento histórico en donde los sitios webs de los periódicos ofrecen contenidos originales con hiperenlaces, elementos interactivos, multimedia y posibilidad de personalización. Y existe una tercera etapa, en periodo incipiente en el último cambio de siglo, en donde se desarrollan medios con información original creada específicamente para la Internet.

Para el autor de *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, la transformación que han experimentado los medios electrónicos afecta al contenido de la noticia, a la labor periodística y a las relaciones entre las empresas, los profesionales de la información y los receptores. La multiplicación de sitios en línea ha dado protagonismo a éste último campo en los últimos años y el “periodismo contextualizado” que menciona Pavlik (2005), caracterizado por mayores modalidades comunicativas, hipermedia, participación de la audiencia, contenido dinámico y personalización. Se intuye como un modelo para la tercera etapa de desarrollo en un nuevo contexto informativo en el que el periodismo especulativo,

repetitivo y popular entra en la autopista de la información y se desarrolla a gran velocidad (Kovach y Rosenstiel, 1999; Singer, 2004).

2. Los primeros diarios argentinos en la red

En Argentina, los tres primeros diarios que hicieron su incursión en la red lo hicieron un año después, en 1995, cuando comenzó la difusión comercial de Internet en Argentina. El primero fue una primera y limitada versión del centenario diario *Los Andes* de Mendoza que se llamó ***Los Andes online*** y que se publicó en la Red en setiembre de 1995. El primer diario de Capital Federal en seguirlo fue otro centenario, *La Nación*, quien creó el 17 de diciembre de ese año *La Nación online*. La primera home de *La Nación*, con Maradona con la camiseta de Boca.



Entre los periódicos que sólo tienen su versión digital se destaca el santafesino *rosarionet.com.ar* que comenzó a publicarse ya en mayo de 1995 en forma de revista mensual, luego quincenal y finalmente diaria.

El *Cronista.com* fue otro de los pioneros pero no con un sitio en la Web sino utilizando el correo electrónico para enviar noticias. El editor Walter Brown afirma en una entrevista a Álvaro Liuzzi que *El Cronista* "fue el primero en utilizar Internet como un medio de difusión de las noticias" y cree que eso fue en 1994. "Un par de años después se lanzó la página".

Ámbito.com, otro económico, también hizo su estreno en Internet en 1995. Entre 1996 y 1997 se lanzaron varios periódicos digitales impulsados por los diarios más importantes del interior del país:

- La Voz, de La Voz del Interior de Córdoba, nació con el nombre de Intervoz el 21 de septiembre de 1996.
- La Gazeta de Tucumán, se lanzó el 4 de agosto de 1997.
- RíoNegro.com.ar, del diario Río Negro de General Roca, empezó con regularidad el 5 de agosto de 1997, después de unas pruebas realizadas en mayo. Pueden ver la historia en este posteo.



Primeras pruebas de rionegro.com en mayo de 1997

3. Nuevos formatos, nuevas prácticas de construcción de las noticias

El último cuarto del SXX es un período fecundo en el que nacen numerosos sistemas de comunicación (Flichy: 1993). Es una época de cambio, con falta de respuestas definitivas, en donde no se puede afirmar “fin del periodismo”, sino un proceso de continua transformación en la construcción de la noticia y del mismo concepto de *noticiabilidad*, entre otros fenómenos.

Cabe preguntarse si desde la publicación de la Gaceta de Buenos Ayres a la publicación de *Los Andes Online*, en estos 185 años, no ha cambiado la labor periodística. Si la especificidad de la construcción de la noticia es la misma, si existen los mismos criterios de *noticiabilidad*, y si el proceso de selección de información y las fuentes consultadas se ha transformado.

El surgimiento de los periódicos online se puede analizar en sus tres dimensiones, como señala Boczkowski (2009) en *Digitalizar las noticias*:

Perspectiva histórica: Los cambios culturales y materiales no se realizan en el vacío histórico. La historia permite descubrir la influencia que tienen los actores y las tecnologías nuevas, y hacer una evaluación más precisa sobre **las continuidades y discontinuidades** de los medios de comunicación.

Factores locales: Este enfoque invita a indagar los factores contextualmente contingentes que determinan la **adopción de tecnologías novedosas** por parte de los actores, así como las tendencias con un **entorno cultural, socioeconómico y tecnológico más amplio**.

El proceso: Contribuye a hacer visibles las prácticas sociales y culturales (en relación a la tecnología), las cuales a veces son previsible pero con mayor frecuencia son imprevisibles

La propuesta entonces es abordar la historia del periodismo digital en su complejidad, en su condición de objetos culturales e instituciones sociales sobredeterminadas, complejas, multidimensionales y necesariamente abordadas de manera multidisciplinaria: Estudios de ciencia y tecnología, estudios de comunicación y medios de comunicación, sociología económica y organizacional.

Esta dimensión histórica atraviesa el campo de las ciencias de la comunicación, sus conflictos, su creciente influencia, el modo en que ésta es percibida y representada, su transformación tecnológica y su posible dirección futura.

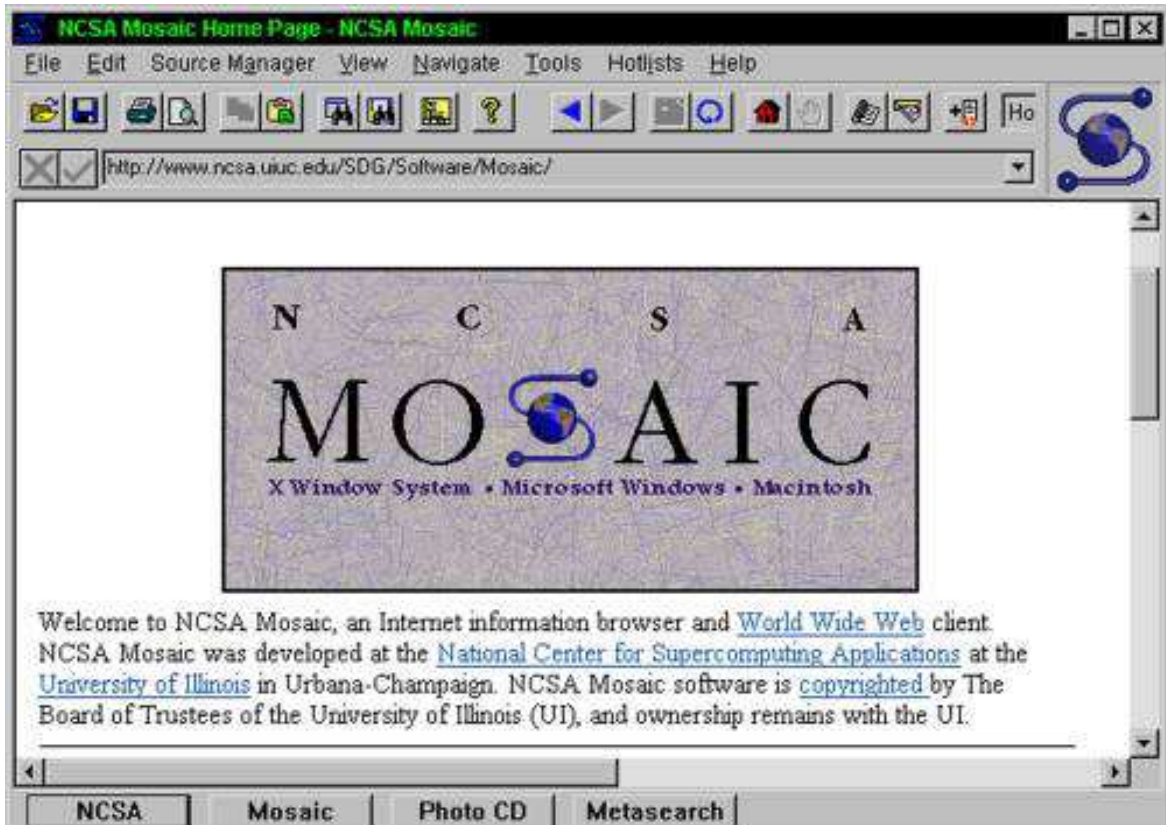
4. De la conformación de la Red a las publicaciones en línea

Internet nace como parte de un plan militar en 1969 con el nombre de proyecto ARPANET, bajo la supervisión del Departamento de Defensa de los Estados Unidos en el marco de la Guerra Fría.

Internet es una red mundial de redes de computadoras que comparten un mismo conjunto de protocolos técnicos conocidos como TCP/ IP (Transmisión Control Protocol/ Internet Protocol). Sin embargo no será comercial hasta que en 1991, el científico británico Tim Berners-Lee diseña la primer interfaz World Wide Web

(www.), como un sistema que permite transmitir imágenes texto y sonidos. Junto a su equipo desarrollaron el lenguaje HTML, el protocolo HTTP y el sistema de localización URL.

En 1993, la Web era solo texto, hasta que se introdujo el navegador gráfico NCSA Mosaic. Dos años después, Explorer de Microsoft.

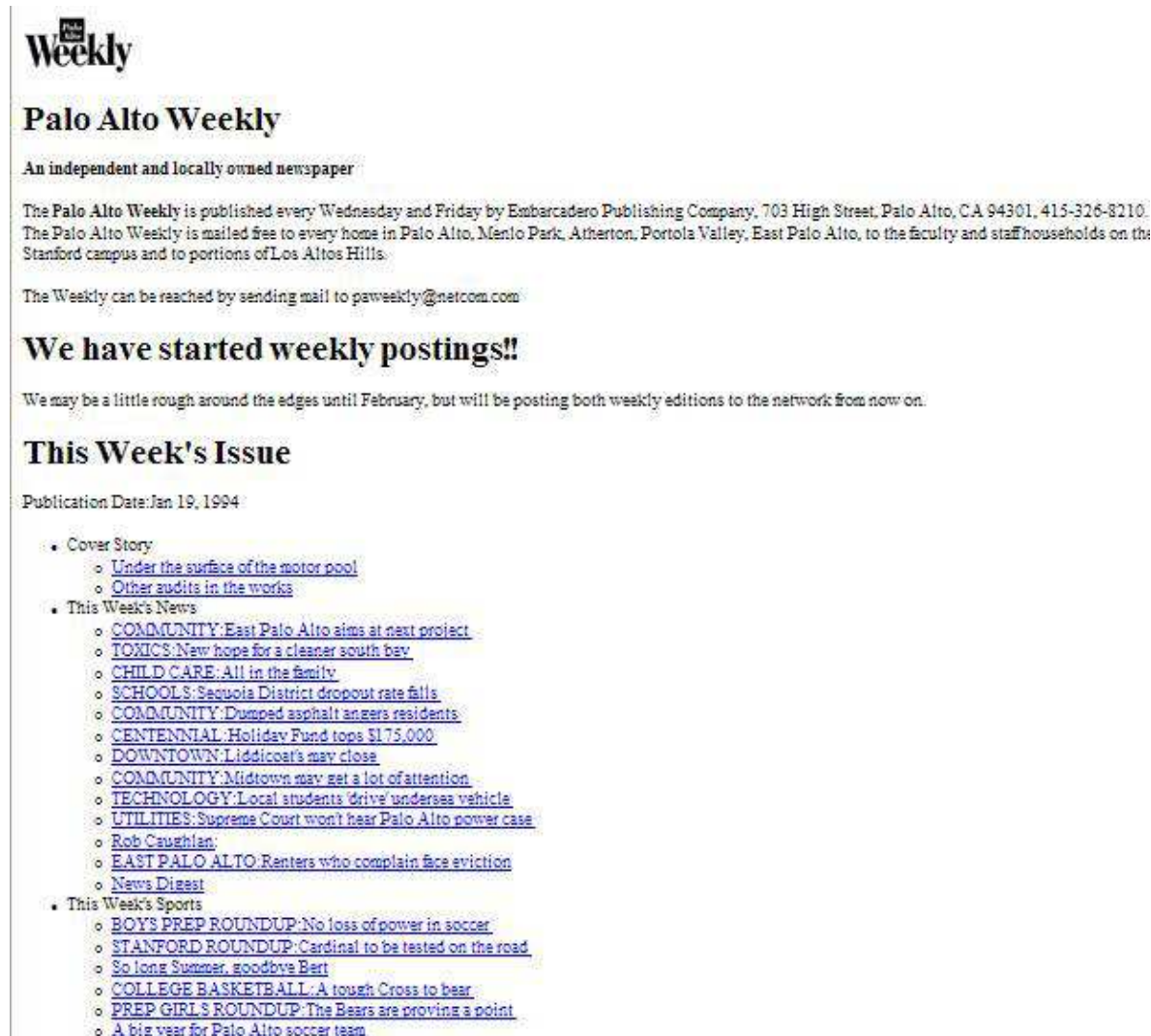


En 1993, en Estados Unidos empieza el acceso libre a Internet. Los diarios comienzan a informar a través de sus webs.



Como sucedió con lenguaje en la radio, que imitaba la prensa gráfica hasta que encontró su propio lenguaje radiofónico en la década de 1930, en sus comienzos los periódicos en línea se limitaban a publicar el contenido de sus ediciones en papel en la Red.

Portada del periódico Palo Alto Weekly del 19 de enero de 1994.



Palo Alto Weekly

An independent and locally owned newspaper

The Palo Alto Weekly is published every Wednesday and Friday by Embarcadero Publishing Company, 703 High Street, Palo Alto, CA 94301, 415-326-8210. The Palo Alto Weekly is mailed free to every home in Palo Alto, Menlo Park, Atherton, Portola Valley, East Palo Alto, to the faculty and staff households on the Stanford campus and to portions of Los Altos Hills.

The Weekly can be reached by sending mail to pawebkly@netcom.com

We have started weekly postings!!

We may be a little rough around the edges until February, but will be posting both weekly editions to the network from now on.

This Week's Issue

Publication Date: Jan 19, 1994

- Cover Story
 - [Under the surface of the motor pool](#)
 - [Other audits in the works](#)
- This Week's News
 - [COMMUNITY: East Palo Alto aims at next project](#)
 - [TOXICS: New hope for a cleaner south bay](#)
 - [CHILD CARE: All in the family](#)
 - [SCHOOLS: Sequoia District dropout rate falls](#)
 - [COMMUNITY: Dumped asphalt angers residents](#)
 - [CENTENNIAL: Holiday Fund tops \\$175,000](#)
 - [DOWNTOWN: Liddicoat's may close](#)
 - [COMMUNITY: Midtown may get a lot of attention](#)
 - [TECHNOLOGY: Local students 'drive' undersea vehicle](#)
 - [UTILITIES: Supreme Court won't hear Palo Alto power case](#)
 - [Rob Caughlan](#)
 - [EAST PALO ALTO: Renters who complain face eviction](#)
 - [News Digest](#)
- This Week's Sports
 - [BOYS PREP ROUNDUP: No loss of power in soccer](#)
 - [STANFORD ROUNDUP: Cardinal to be tested on the road](#)
 - [So long Summer, goodbye Bert](#)
 - [COLLEGE BASKETBALL: A tough Cross to bear](#)
 - [PREP GIRLS ROUNDUP: The Bears are proving a point](#)
 - [A big year for Palo Alto soccer team](#)

Actual portada

The screenshot shows the Palo Alto Online website interface. At the top, there's a navigation bar with the Palo Alto logo, a search box, and weather information for Palo Alto, CA (54°F, Overcast at 9:30 AM). Below the navigation bar, there's a banner for Stanford Continuing Studies. The main content area is divided into several sections: a 'LocalHeadlineNews' section with articles about SF Creek, a police theater probe, and complaints against East Palo Alto cops; a 'TownSquare' section with a 'California Avenue sculpture concept unveiled' article; and a 'Downtown gets boost from Facebook influx' article. On the right side, there's a 'Feedback For Your Photography' poll, a 'Photo Contests!' section, and several advertisements including 'Can't afford a house in Silicon Valley', 'FREE seminar', 'Best Local Real Estate Web Site', and 'your palo alto area agent since 1991'. A sidebar on the left contains a navigation menu with links like 'Home', 'News', 'Palo Alto Weekly', and 'Community Resources'.

Los Andes Online el pionero argentino

Fue el primer periódico del país en publicarse en internet como diario digital, en septiembre de 1995. Este diario, de larga trayectoria, fue fundado por Adolfo Calle en 1883 y actualmente es propiedad del Grupo Clarín y de los herederos de la Familia Calle.

TODOS LOS VIERNES 15% de descuento EN TODA TU COMPRA Los Andes PAS JUMBO te da más TE OFRECEN UN BENEFICIO EXCLUSIVO.

PORTADA ÚLTIMAS NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA TINTERO CLASIFICADOS FÚNEBRES ARCHIVO PARTICIPA

Ingresar Registrarse Mendoza | ☐ T: 31° | 33° | 16° Mié. 23.11.11 | 16:11

Los Andes Sociedad

Política Economía Estilo Policiales Más Deportes Internacionales Sociedad Departamentales Sociales

Los Andes es el on line más leído del interior

LosAndes.com.ar superó el 1.250.000 usuarios únicos. Es el diario más leído del interior del país.

domingo, 22 de agosto de 2010

Notas relacionadas

Cómo se miden las visitas

El punto de encuentro de los mendocinos

Tenemos una buena noticia para nuestros lectores y para Mendoza. Los Andes superó en julio el 1.250.000 de usuarios únicos en su web y se convirtió así en el diario del interior del país más leído en internet.

El ranking que proporciona mes a mes Certifica.com, que es el certificador oficial de los portales asociados a la IAB (Interactive Advertising Bureau), indica que www.losandes.com.ar ocupa además el quinto lugar, sólo detrás de Clarín.com, Olé.com.ar, LaNación.com y Perfil.com, todos sitios de diarios de circulación nacional.

Se trata de un logro periodístico y empresarial sin precedentes para Los Andes y para nuestra provincia, ya que el histórico liderazgo entre los diarios on line de Mendoza y Cuyo ahora debemos sumarle el privilegio (y el

KNAUF

DIAMANT

Y Territorio YACOPINI Consultá sobre

5. Nuevas prácticas en la construcción de noticias

La convergencia de nuevos medios, de imbricación de existentes, desarrolla un mundo diferente de comunicación en donde Internet se constituye como el fenómeno sociotécnico más importante del siglo XX.

En *La explosión del periodismo*, Ignacio Ramonet explica que “estamos viviendo un cambio de paradigma en donde Internet establece una nueva lógica en donde la información se está volviendo un work in progress, un material en constante evolución, una especie de conversación, un proceso dinámico de búsqueda de la verdad, más que de un producto terminado”.

El periódico digital es un nuevo medio de comunicación diferente a los ya existentes. Es un medio que tiene potencialmente una retórica propia de la actualidad, una retórica que los periódicos digitales están lejos todavía de explotar en todas sus potencialidades. Es un medio que requiere entonces de un tratamiento periodístico diferente porque presenta características propias. Los principales rasgos diferenciales son:

-permite la **interactividad** con los contenidos y con otros individuos,

-organiza su discurso en forma **hipertextual**,

-ofrece una **actualidad múltiple**, en el sentido que da un menú de contenidos con diferentes temporalidades internas

-no tiene límites de tiempo ni de espacio por lo que permite una extensa **documentación** de la actualidad

-puede combinar distintos recursos **multimedia**

-y permite cierta **personalización** de los contenidos.

Interactividad

La interactividad es la respuesta del usuario al contenido que le ofrece el cibermedio. Se da a través de su participación en espacios creados para ellos: foros, chats, blogs, comentarios, me gusta, calificaciones, compartir, etc.

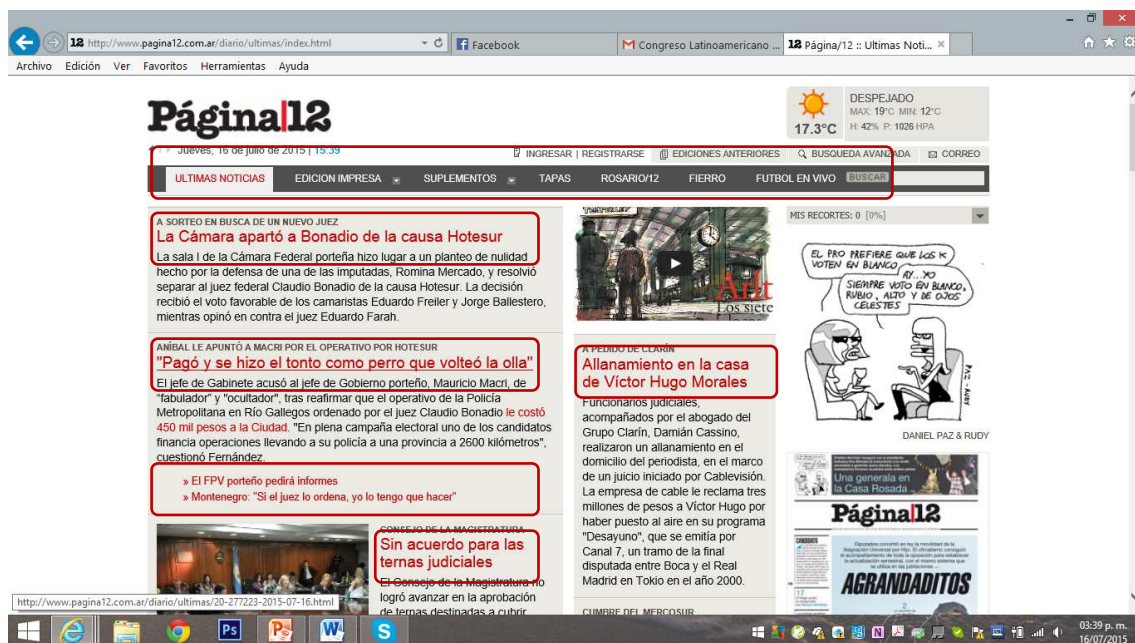
The screenshot shows the website lanacion.com with a navigation bar at the top containing various categories like 'canchallena.com', 'OHLALÁ!', 'RollingStone', 'Brando', 'Living', 'Lugares', '¡HOLA!', 'Clasificados', 'Kiosco LN', and 'Club LN'. The main header features the 'lanacion.com' logo, a 'Economía' section indicator, and a search bar. Below the header is a menu with options like 'INICIO', 'INFORMACIÓN', 'OPINIÓN', 'ENTRETENIMIENTO', 'EDICIÓN IMPRESA', 'BLOGS', 'GUÍAS Y SERVICIOS', and 'MIS ACCESOS'. A large banner for 'CON MAÍZ DE SEGUNDA DEKALB, TU VERANO ES MÁGICO' is visible. The main content area displays a news article titled 'Aníbal Fernández: "La renuncia a los subsidios es un gesto de equidad"' with a sub-headline 'Quita de subsidios' and a date of 'Miércoles 23 de noviembre de 2011 | 11:58'. The article text states: 'El jefe de Gabinete manifestó también que varios legisladores y jueces los consultaron sobre cómo el realizar el trámite por internet; además de los funcionarios, dirigentes opositores y algunos famosos se sumaron a la medida'. Below the article is a social media sharing bar with options for 'Comentá 3545', 'Tweet', 'Me gusta 348', and 'Enviar'. To the right of the article is an advertisement for HSBC featuring a nesting doll. At the bottom, there is a 'LO MÁS VISTO DE ECONOMÍA' section with a blue box stating 'Ya está habilitado el registro para Aníbal Fernández: La renuncia a'.

Y también existe interactividad cuando es el usuario quien elige el orden en que consultará la información que se pone a su disposición.

Del hipertexto al hipermedia

El hipertexto es una forma de escritura que permite ampliar la información. Se encuentra compuesta por nodos. Mientras que hipermedia es el término con el que se designa al conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar o componer contenidos que integren soportes tales como : texto, imagen, video, audio, mapas y otros soportes de información emergentes, de tal modo que el resultado obtenido, además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios.

En este sentido, un espacio hipermedia es un ámbito, sin dimensiones físicas, que alberga, potencia y estructura las actividades de las personas, como puede verse en casos como, entre otros: Redes sociales, Plataformas de colaboración online, Plataformas de enseñanza online, etc.



Multimedialidad

Es la combinación de varios medios. En una sitio web puede estar conformada por texto, sonido, imagen y/o video. Existen dos clases de multimedialidad.

- 1) Multimedialidad por Yuxtaposición: En donde se presentan por separado los elementos multimedia

18:51 **Cristina, ante inversores de EE.UU.: "La Argentina es una muy buena oportunidad de negocios"**

★



Video

Texto

VIDEO.01
"El estado ha adquirido un rol diferente al que tuvo en la década de los 90", dijo Cristina. (TN)

En el cierre de la reunión del Council of the Americas, la primera dama y candidata presidencial del oficialismo aseguró que la Argentina presenta ahora "menor vulnerabilidad" que en los 90. Y afirmó que el Gobierno plantea "un modelo de acumulación económica".

URL ENVIAR EL PAÍS

- 2) Multimedialidad por Integración. Los elementos están combinados y forman parte de una sola estructura. Por ejemplo, un reportaje integra imagen, audio y texto.

Piqueteros
La cara oculta del fenómeno

EQUIPO DE INVESTIGACION

La organización + información relacionada ?



Carlos Sanchez
Referente
Federación Tierra y Vivienda

6. De los lectores y espectadores a los usuarios de Internet

Los públicos no nacen, se hacen según la época histórica (García Canclini: 2007). El nuevo lector de los periódicos en línea, lee de otra manera, interviene en el texto modificando y construyendo la escritura. La práctica de lectura cambia su noción. El centro de la cultura ya no es más el libro sino la escritura electrónica y experiencia audiovisual (en donde se activan los hemisferios opuestos del cerebro). Estalla el orden sucesivo lineal de la lectura gráfica.

En la prensa masiva del siglo XX, pleno apogeo del sistema broadcasting, el lector se transformó es espectador, como lo explica García Canclini. “Ya no es sólo el que asiste a espectáculos públicos o el que ve en los medios, sino también de todas las secciones de los diarios. Se nos convoca a ser espectador de todo, hasta de nuestra ciudad. Información como espectáculo”.

En la actualidad el usuario de internet es mucho más activo que el espectador de la prensa masiva. El internauta puede reinterpretar y construir un nuevo texto. Se rompe linealidad textual.

Para Ángeles Cabrera, “el receptor se convierte por primera vez en elemento activo del proceso de comunicación. Ahora tiene mayor libertad para elegir los contenidos informativos y para opinar. Ésta es la diferencia esencial del receptor on line con respecto a los receptores de los demás medios de comunicación. El poder del receptor digital aumenta, ya que ahora, con su participación, puede llegar a influir en los contenidos informativos; por ejemplo, actuando como testigo o fuente del redactor y facilitando datos que completan la información recogida por el periodista” (Cabrera, 2004).

La novedad radica en que los lectores que acceden a los contenidos de los periódicos en línea quieren a su vez que se las lea y se las escuche. La información ya no circula en un solo sentido. Se rompió el broadcasting con su lógica de difusión masiva y en la actualidad la relación de los medios electrónicos es cada vez más horizontal o circular. Como señala García Canclini (2007) existe una “promiscuidad de campos que no es solo una reestructuración de los mercados. También es el resultado de un proceso tecnológico de convergencia digital y de formación de hábitos culturales en lectores, que a su vez son espectadores e internautas”

Conclusiones

“La vida urbana es una vida en la que los bits están por doquier. Los nuevos lenguajes, géneros y formatos transforman en profundidad las formas de producir y consumir cultura. En las grandes ciudades la vida se ha digitalizado. En el hogar, en la interacción con otros, en el acceso a la información y en la producción de nuevo conocimiento”
(Igarza: 2009)

En Argentina, comienza a mediados de la década del 90 una nueva forma de práctica periodística, que con el ascenso de Internet, en donde se transforman los tres procesos básicos de su especificidad profesional a) la investigación y la producción (selección); b) la difusión y c) la recepción de información.

Como resultado de ese proceso histórico, estructural y cultural, al comenzar el SXXI la noticia ya no es una estructura lineal ni cerrada, sino un conjunto de elementos interconectados mediante el hipertexto y cuyas partes se construyen por el acontecimiento informativo comunicado en cada caso. “Antes, el artículo de un periodista sólo salía en la portada si el editor lo decidía”, explican Francis Pisani y Dominique Piotet. “Hoy, ese mismo artículo puede pasar a primera plana por ser el más leído, el más enviado por correo electrónico o el más enlazado en los blogs”.

Con el surgimiento y desarrollo de los nuevos medios el perfil del periodista también se transforma al mismo tiempo que se configura un nuevo lector usuario. El concepto de lector, deriva hacia otro nuevo concepto: el usuario, quien ya no se conforma con recibir la información de una manera pasiva, sino que también participa en el proceso de producción de los contenidos. Deja de ser un receptor pasivo, para convertirse en

un usuario que demanda información de acuerdo con sus intereses. Este cambio se produce como consecuencia de las características propias de la Red entre las que se encuentra la interactividad, que modifica la relación emisor/receptor, convirtiéndose este último en usuario que puede, en ocasiones, ser emisor de mensajes.

En la actualidad, como señala Ramonet (2011), mientras el periodismo masivo del siglo XX lucha por su supervivencia y es cada vez más consciente de que el paradigma mismo sobre el que se asentaban todas sus prácticas profesionales está minado en sus cimientos por el entorno de los periódicos online.

La digitalización del mundo está transformando a gran velocidad las prácticas profesionales y la cultura en general y como consecuencia, decenas de diarios se encuentran al borde de la ruina o han quebrado. Su viejo modelo económico se ha desintegrado (Ramonet:2011). La propia práctica periodística debe ser reconstruida y reinventada.

Bibliografía

- Albornoz, L. (2007): *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. Bs. As: Ediciones La Crujía.
- Barbero, M. J. (2007). *Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. En D. De Moraes (Ed.), *Sociedad Mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Barbier, F. y C. Bertho Lavenir, (1999): *Historia de los medios, de Diderot a Internet*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Boczkowski, P. (2006): *Digitalizar las noticias*. Bs. As: Ed. Manantial.
- Cabrera, M.A. et al: "El impacto de Internet en los Medios de Comunicación. Aproximación metodológica y primeros resultados". Publicado en el Congreso de Periodismo Digital de Huesca, enero 2004.
- Carlón, M. y Scolari, C. A. (Eds.). (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Castells, M. (2000). *Internet y la Sociedad en Red*. España: Universidad Oberta de Cataluña
- Castells, M. (2007). *Innovación, libertad y poder en la era de la información*. En D. De Moraes (Ed.), *Sociedad Mediatizada*. Barcelona: Gedisa.
- Canella, R.; F. Albarello, y T. Tsuji, (2008): *Periodismo escolar en Internet: del aula al ciberespacio*. Bs. As: Ediciones La Crujía.
- Comba, S. y E. Toledo, (2011): *Comunicación y periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/identidades/ culturas*. Buenos Aires: La Crujía.

- De Pablos, J. M. (2001): *La Red es Nuestra*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Díaz Noci, J. y R. Salaverría, (2003): *Manual de Redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ed. Ariel.
- Flichy, P. (1993). La burbuja comunicacional y Reflexiones finales. En *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. México: Gustavo Gili.
- Flores Vivar, J. y A. Miguel Arruti, Alberto: *Ciberperiodismo*. Ediciones 2010, Madrid, España. 2001.
- García Canclini, N. (2007): *Lectores, Espectadores e Internautas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Igarza, Roberto (2008) "Convergencia 3.0: De receptor a emisor, de lector a autor". En *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Bs.As., La Crujía.
- Kovach, B.; Rosenstiel, T. (1999): *Warp speed*, New York, Century Foundation Book.
- Martini, S. (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bs. As: Norma.
- Martini, S. y L. Luchessi, (2004): *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Bs. As: Editorial Biblos.
- Navarro Zamora, L. (2002): *El futuro de los periódicos online*. "Estudios sobre el mensaje periodístico." México: Univ. Autónoma de San Luís Potosí.
- Pavlik, J. (2005): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Paidos Iberoamérica.
- Ramonet, I. (2011): *La explosión del periodismo*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Said Hung, E.; C. Arcila Calderón y J. Méndez Barraza. (2011): "Desarrollo de los cibermedios en Colombia". *El profesional de la información*, enero-febrero, v. 20, n. 1.
- Vázquez, L. (2008). Internet: el presente y futuro del periodismo, pp. 213-218. En: Flores, J., Cebrián, M y Estévez, F., *Blogalaxia y periodismo en la Red. Estudios, análisis y reflexiones*. Madrid: Fragua.
- Verón, E. (1989). *Semiosis Social*. Bs. As: Gedesa.