

LOS SOPORTES A LO LARGO DEL TIEMPO
Y SU INVESTIGACIÓN: INTERNET¹

Javier Díaz Noci
Universidad del País Vasco

I ESTUDIAR INTERNET DESDE UN PUNTO DE VISTA
HISTÓRICO

Frente a los medios «establecidos», los que todo el mundo considera como tales (la radio, la televisión y, sobre todo y por ser el más antiguo, la prensa), a los que nadie discute el estatus histórico y la posibilidad de ser investigados aplicando sobre ellos y sus diferentes aspectos las técnicas de la historiografía, Internet –y los medios que para esa red global se producen– son tan jóvenes que es lógico preguntarnos hasta qué punto es posible trazar su historia. Naturalmente, la respuesta, la del historiador de la comunicación², ha de ser que sí. Aunque haya que aclarar luego

1. Este texto se beneficia de las investigaciones realizadas al amparo del proyecto de investigación *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, subvencionada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, BSO2002-04206-C04-03.

2. Sin querernos hacer autopromoción, nos parece el momento y el lugar apropiado para reivindicar esa condición. Quien esto firma es doctor en Historia con una tesis, escrita y defendida en lengua vasca, sobre la historia del periodismo en euskera (*Euskal kazetaritzaren sorrera eta garapena (1834-1939)=Orígenes y desarrollo del periodismo en lengua vasca, 1834-1939*; una versión en castellano de los primeros capítulos puede hallarse en www.ehu.es/diaz-noci/inedit/hispref.pdf), y, además de dos libros sobre el tema (los fundamental del texto de esa tesis doctoral y el catálogo de publicaciones estudiado en la misma, ambos publicados por la Sociedad de Estudios Vascos en 1994 y 1995), ha publicado numerosos artículos sobre esa cuestión, en diferentes lenguas (que pueden descargarse de la página web www.ehu.es/diaz-noci), y ha puesto en marcha una asignatura virtual, con su correspondiente manual, sobre esa cuestión en la Universidad del País Vasco. Como decía José María Jover, el tema de la tesis doctoral marca en muchas ocasiones el rumbo de la inves-

que se trata, y no sólo por la vida todavía breve de nuestro objeto de estudio, de un empeño con unas cuantas dificultades. Subsanales aún, eso sí.

En este texto nos ceñiremos más bien al análisis del periodismo surgido en Internet, aunque desde luego la perspectiva de investigación sobre Internet comprende una fenomenología más extensa. En definitiva, trataremos la historia del periodismo (del ciberperiodismo, en este caso; permítasenos la defensa, por económica y, creemos, certera, del término frente a los más ambiguos de periodismo electrónico o periodismo digital) dentro de la historia de la comunicación. Aquí y en este momento, sólo por una razón: la brevedad del tiempo y del espacio lógicamente concedidos para tratar de explicar las peculiaridades del ciberespacio como soporte nos han decantado por la opción de referirnos al periodismo como una de las manifestaciones más importantes —e Internet está contribuyendo a resquebrajar este concepto— de la comunicación en este «ámbito artificial creado por medios informáticos» (según la definición que del ciberespacio hace el diccionario de la Real Academia Española) que podemos calificar como nuevo medio (Castells, 2002). Nuevo medio que, como veremos, tiene sus propias características. En ese sentido, contamos, frente a los medios más antiguos, como la imprenta, con una ventaja: mientras que la historiografía tardó cinco siglos en preguntarse acerca de la enorme transformación que supuso y la trascendencia social que tuvo la imprenta (el trabajo de Elisabeth Eisenstein³ es ya, además de modélico, un clásico), en el caso de Internet esa preocupación académica es prácticamente coetánea del fenómeno que estudia. Al menos, de su popularización a través de la World Wide Web, ya que Internet es más que eso: el correo electrónico, por ejemplo, probablemente la herramienta que más se utiliza, más incluso que la de edición y lectura digital que es la ya citada WWW⁴. Y, sin

tigación posterior —al menos, en lo que respecta a la devoción; la obligación laboral marca, en ocasiones, otros rumbos—, o al menos resulta el más caro posteriormente.

3. Eisenstein, Elisabeth. *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*. Madrid: Akal, 1994.

4. En el principio Internet no fue Internet, sino Arpanet. La historia se ha contado hasta la saciedad, por eso aquí no haremos sino apuntarla. En los años 60 del siglo xx, en

embargo, planteamos así un primer problema de investigación, ¿se están archivando de alguna forma, pública o privadamente, los epistolarios que con este nuevo medio están surgiendo, las «cartas» que muchísima gente se está cruzando? ¿Algo que nos permita hacer, como se ha hecho con las cartas escritas por gente importante, una edición posterior de los mismos?

Otra de las dudas que pueden surgir es si es posible o conveniente trazar la historia de acontecimientos recientes acerca de los cuales no se tiene perspectiva temporal suficiente. Los últimos manuales sobre historia de la comunicación, tanto en España (Gómez Mompert y Marín Otto, 1999; Guillaumet, 2003; Barreira, 2004) como en otras latitudes (Burke, 2002; Briggs y Burke, 2002) incorporan ya capítulos sobre los medios digitales. Grandes luminarias de la historiografía actual, como Robert Darnton o Roger Chartier, se han ocupado de este cambio de paradigma. Parece claro que es posible aplicar a realidades cercanas las técnicas historiográficas, bien que teniendo en cuenta algunas dificultades, como la dificultad de acceder a algunos documentos, que aún no han pasado a los archivos o que no están disponibles, o la constatación de que los intentos de periodización habrán de sufrir modificaciones con posterioridad, para practicar ajustes que con más distancia y a la luz de nuevos acontecimientos permitan vis-

pleno temor a un ataque del bloque soviético –era la época de la llamada «guerra fría»– el Servicio de Defensa de Estados Unidos idea una red de ordenadores que permite a la información viajar a través de conexiones diversas dividida en paquetes, que luego se juntan en su destino. Eso impide la pérdida total de información. Años más tarde, ese protocolo informático (el llamado tcp/ip) dará lugar a una red abierta a todo el mundo que se llamará Internet. De los múltiples servicios de que se compone la llamada «red de redes», destacan dos: el correo electrónico, por un lado, que ha permitido, primero entre la comunidad científica, pionera en su uso, y luego a todo tipo de personas, recuperar la comunicación epistolar de un modo sencillo, rápido y barato (y además, global); y la World Wide Web, un servicio basado en el hipertexto – conexión de nodos o bloques de texto mediante enlaces– y en una sencilla interfaz gráfica, que fue puesto en marcha en los primeros años 90 del siglo xx por un científico británico, Tim Berners-Lee, entonces en el laboratorio europeo de partículas atómicas suizo cern, para satisfacer a la comunidad científica, pero que luego se ha convertido en herramienta cotidiana y medio de comunicación en sí mismo. La www, hoy metonimia de Internet, permite la puesta a disposición de todo el mundo, al alcance de un *click*, cantidades ingentes de información de todo tipo, y además –con las limitaciones técnicas que con el tiempo se superarán– multimedia.

lumbrar periodos históricos más definidos. Sin embargo, es posible y conveniente, incluso así, acometer una historia del presente. Entre otras cosas, porque eso proporcionará a los historiadores más adelante material suficiente con que reconstruir, reinterpretar o corregir lo que ahora vayamos haciendo. Por eso es tan importante tener en cuenta esa perspectiva y no renunciar a que nuestro trabajo actual sea la base de una historiografía más depurada sobre este nuevo medio que, prácticamente, acaba de nacer.

1.1 Un cambio de paradigma

Nos encontramos, en eso hay acuerdo, frente a un nuevo paradigma, como ya indicaron en 1999, para el campo de la historiografía de la comunicación, Gómez Mompert y Marín Otto: una «ruptura del paradigma de la comunicación de masas» (Gómez Mompert; Marín Otto, 1999: 261-263).

El concepto de *mass media* o de medios de comunicación de masas ha dominado la teoría, y probablemente también la práctica, del panorama de la comunicación durante todo el siglo xx. El nacimiento de las *journalism schools* en los Estados Unidos, y la recepción de los estudios sobre Periodismo, primero, y Comunicación, después, en las Universidades españolas a partir de los años 70 del pasado siglo, contribuyeron a difundir esta aserción. Acostumbra a situarse el surgimiento de la comunicación de masas al filo de la Primera Guerra Mundial, justo cuando los modelos americanos –es decir, estadounidenses– se imponen en todo el mundo occidental. Y lo harán aún más cuando impongan su hegemonía, tras el triunfo en la Segunda Guerra Mundial, sobre todo Asia, a través de Japón, país que, curiosamente, se convertirá en el primer fabricante de tecnología de la comunicación hasta nuestros días. El nacimiento de la radio y su conversión en un medio de comunicación industrial, a partir de los años 20 del siglo pasado, contribuirán a asentar el concepto de la comunicación de masas, caracterizada, entre otras cosas, por un emisor único –el medio y la empresa e intereses que están detrás de éste– y un receptor igualmente único, la masa compuesta por el

público receptor. Lo que en realidad es único es el mensaje que, sobre todo por condicionantes técnicos, son capaces de ofrecer esos medios. Como es obvio, esta masa está compuesta por individuos con intereses, gustos, aficiones, preparación cultural y capacidad de comprensión muy diversa, por lo que ha de entenderse que en realidad lo que para los medios caracteriza a ese público masivo es el mínimo común denominador de las personas que lo integran, la búsqueda –o la creación– de características comunes y hegemónicas a través de procesos de producción industrial.

1.2 *¿Una revolución industrial?*

Las últimas dos décadas del siglo xx y los primeros años del xxi se han caracterizado por un predominio de lo económico y lo comercial que ha convertido a los bienes intangibles, la información y el entretenimiento, de forma muy destacada, en mercancías en el más puro sentido de la palabra. Las nuevas formas empresariales, la concentración en grupos, la transnacionalización y la superación de las fronteras estatales a la hora de hacer negocios, las estrategias globales y el apoyo de las nuevas tecnologías han sido determinantes para pintar un panorama donde el poder está cada vez más concentrado en unas pocas manos y donde la ampliación de la oferta, del número de medios y canales, no ha traído de forma necesaria consigo un mayor pluralismo. En esas tres décadas han surgido, por otra parte, nuevas formas de comunicación, que a su vez han abierto nuevos horizontes y han hecho posible llegar con un mismo mensaje a, virtualmente, todo el mundo. Internet, hoy por hoy el paradigma de las redes telemáticas, y la digitalización de los contenidos han hecho posible que el mundo sea en sí mismo una gran y única audiencia, pero a la vez empieza a vislumbrarse la posibilidad de que, merced a nuevos lenguajes más aptos para imitar o adaptarse al modo en que la mente humana discurre, como el hipertexto y el hipermedia, el usuario sea más libre de configurar su propio discurso, su propio mensaje, en una nueva forma de lectura y escritura⁵ que,

5. «Hay una falsa analogía que se repite una y otra vez tanto en textos académicos

según algunos, puede suponer una revolución en el modo en que los humanos ponemos a disposición de nuestros semejantes inmensos cúmulos de información, que precisa de ser jerarquizada y organizada, y a nuestra vez recibimos a conveniencia parte de ese ingente *maremagnum* de datos.

El término *multimedia* (aunque, en realidad, en castellano sería más correcto hablar de *multimedios*) se refiere a dos fenómenos, de los cuales hablaremos pero que conviene distinguir desde un principio. Por una parte, se habla de información multimedia refiriéndonos a aquella que está compuesta por componentes textuales, visuales (bien sean imágenes fijas, bien en movimiento), sonoras e incluso por programas, por ejemplo gestores de bases de datos, que la harían, además, interactiva, puesto que permiten al usuario interrogar al sistema –hasta cierto punto al menos– y a éste ofrecerle una respuesta individualizada. Por otra, empleamos el vocablo multimedia para designar a aquellos grupos empresariales que son dueños de varios medios de comunicación, o ejercen mediante participaciones en varias de esas empresas control sobre la actividad de esos medios. En otras ocasiones, sobre todo cuando se refiere al control por parte de un solo grupo de medios que se difunden a través de tecnologías, sobre todo digitales, diversas (las ondas, el cable, el satélite) se denomina *convergencia*.

La popularización de los ordenadores, aparatos capaces de manejar toda aquella información susceptible de ser reducida a digital, y su conexión en redes, Internet hoy por hoy, han abierto un inmenso territorio de posibilidades aún por explorar a la comunicación (Almiron, 2001). Una de las más conocidas, y perspicaces, reflexiones sobre la informatización de la sociedad es la que, a instancias de las autoridades francesas, llevaron a cabo los profesores Simon Nora y Alain Minc, titulado precisamente así: *La informatización de la sociedad*. Este informe se confeccionó a las puertas de lo que se considera una revolución informática, la

como periodísticos. Me refiero a la idea de que la pantalla es un libro y el internauta un lector. El medio digital es muy distinto al propiciado por la lectura. Los ojos miran –no leen– a la pantalla y se encuentran con una confluencia de varios lenguajes» (Fernández, 2002).

introducción del ordenador personal, a principios de la década de los 80 del siglo pasado. Buena parte de las cuestiones que se plantean en el informe Nora-Minc son aún del todo válidas. Entonces como ahora, casi treinta años después de su redacción, este informe prevé que «la «revolución informática [...] constituye el factor común que permite y acelera todas las demás» (Nora-Minc, 1980: 17), entre otras cosas, porque del elitismo en el uso de la información se pasa, con la democratización de la informática, a que amplios espectros de población –al menos, de población occidental– sean capaces de manejar y disponer de grandes flujos de información. Será el ordenador personal o micordenador, las redes y la telemática las que den este salto cualitativo, en el que ahora nos hallamos inmersos. Se ha producido una inversión en cuanto al uso de los ordenadores: si hace tan sólo tres décadas escasas, en la época en que se escribe el informe Nora-Minc, la informática era patrimonio poco menos que exclusivo de sectores minoritarios, aunque poderosos, de la sociedad, aquellos que podían permitirse pagar grandes y costosos equipos, hoy la propia industria informática está más orientada a la producción de equipos personales, mayoritarios en la sociedad.

Podemos así hablar con el profesor de la Universidad de Nueva York Neil Postman de una sociedad tecnocrática, compuesta por ciudades basadas en y gobernadas por la técnica, también llamada *Tecnópolis*, título por cierto de un libro suyo de 1992. Si esto es bueno o es malo, si se trata de una revolución –y de una evolución– o no, es algo obviamente discutible. De hecho, tan sólo dos años antes de editarse el informe Nora-Minc, en 1976, en su libro *Computer Power and Human Reason*, Joseph Weizenbaum, uno de los pioneros de los estudios sobre inteligencia artificial del Massachusetts Institute of Technology (MIT), dudaba de que se hubiese producido una verdadera revolución con el advenimiento del ordenador:

La llegada de la Revolución del Ordenador y el inicio de la Era del Ordenador han sido anunciados muchas veces. Pero si el triunfo de una revolución ha de medirse en función de la modificación social que conlleva, entonces no ha habido revolución del ordenador. (citado en Postman, 1994: 152).

El propio Neil Postman –que pertenece más a la corriente de los escépticos sobre la tecnología que a la de los que creen ciegamente en sus avances– estima que «el ordenador ha fortalecido las instituciones burocráticas y ha suprimido el impulso hacia el cambio social significativo», ya que cree que «los ordenadores, al automatizar el funcionamiento de organizaciones políticas, sociales y comerciales, puede que las hagan más eficaces –o puede que no–, pero con toda seguridad lo que sí han conseguido es desviar la atención de la cuestión sobre si esas organizaciones son o no necesarias o sobre cómo podrían mejorarse» (Postman, 1994: 152-153). Eso podría aplicarse a las empresas productoras de información, a lo que llamamos los *media*. Para este autor, ha servido para «hacer que la gente crea que innovación tecnológica es sinónimo de progreso humano» (Postman, 1994: 154). Otros, en cambio, señalan la semejanza del avance de la informática no sólo con la revolución que produjo la adopción de la imprenta, sino incluso con la que produjo la invención de la escritura: «Las analogías son sorprendentes», señalan Simon Nora y Alain Minc, «ampliación de la memoria; proliferación y mutación de los sistemas de información; posible modificación de los modelos de autoridad» (Nora-Minc, 1980: 179). Pero las dudas están ahí, ya que los mismos autores (Nora-Minc, 1980: 181) se preguntan si «constituirá la generalización del lenguaje informático un factor de emancipación o, por el contrario, agudizará las diferencias».

Esa situación está afectando también a las propias relaciones sociales. Diversos autores han abordado este tema y han denominado de formas diversas a esta nueva sociedad. Se trata, en definitiva, de la *sociedad posindustrial* de Bell y Touraine, de la *sociedad de consumo* de Jones y Baudrillard, de la *aldea global* de Marshall MacLuhan, de la *sociedad del espectáculo* de Debord,

de la era tecnocrónica de Brzezinski, de la sociedad informatizada de Nora-Minc, de la sociedad interconectada de Martin, del Estado telemático de Román Gubern o de la sociedad digital de Mercier, Plassard y Scardigli (Echeverría, 1995: 13).

El siglo xx asistió al auge de la sociología de conocimiento, disciplina que parte del supuesto de que puede y debe distinguirse entre *conocimiento e información*, es decir, la materia prima (la información) frente a la depuración intelectual que a partir de ella se hace (el conocimiento) o, si se prefiere, un saber instrumental frente a un saber objetivo. Distinción, en realidad, que, como en la antigüedad, contraponen la *técnica* (del griego τεχνη del que es sinónimo el latino *ars*) a la *ciencia* (Burke, 2002: 24-25). Evitando en todo caso caer en el determinismo tecnológico que asimila invenciones del ingenio humano con progreso, pues por progreso deberíamos entender algo más que el mero desarrollo material, los avances técnicos prometen la posibilidad de cambios sustanciales en el conocimiento humano, y aun a riesgo de que no resulte claro desde nuestra perspectiva, mediatizada por el bombardeo de acontecimientos, discernir el grano del conocimiento científico, filosófico, universal, de la paja de los datos informativos («la sabiduría no es acumulativa», señala Peter Burke). Y aquí es pertinente recordar cómo, tal y como recuerdan diversos académicos, o incluso músicos *pop* (como en esa canción de Bruce Springsteen: *57 channels and nothing on*), la abundancia no necesariamente quiere decir variedad, y sólo con la pluralidad real se puede asegurar una verdadera elección, y sólo así se puede asegurar una verdadera democracia⁶.

6. Precisamente, uno de los primeros autores que se interesó por el periodismo electrónico –entonces a través de la pantalla de la televisión–, el periodista e historiador Anthony Smith, nos confesaba en 1998 en Oxford que ése era el aspecto de la comunicación que le interesaba realmente: cómo, a pesar de la abundancia supuesta de información, en realidad ésta estaba controlada por muy pocas manos que concentraban todo el poder de los medios.

2 EL OBJETO DE ESTUDIO

¿Qué estudiamos cuando estudiamos Internet como medio de comunicación? Incluso, aunque suene reduccionista, ¿qué estudiamos cuando estudiamos el periodismo que se produce para la Red? No tenemos más remedio que volver nuestros ojos hacia la metodología historiográfica, por más que el objeto de estudio resulte cercano, en continua mutación, en plena fase de desarrollo. En realidad, si, como proponemos, nos inclinamos por una historia social del conocimiento, por interpretar y entender la forma en que se producen y reciben los mensajes, no queda otro remedio que llevar a cabo estudios lo más multidisciplinares posible. En realidad, eso es lo que la mayoría de los estudiosos de la comunicación proponen para cualquier época y manifestación comunicativa; sin ir más lejos, véase Aneiros y López, 2005. Otra cosa sea que quien mucho abarque poco apriete, y que esos deseos de transversalidad necesiten de una interpretación general que, según quién sea el encargado de proporcionarla, y de qué campo del saber venga, pueda quedar escorada. Puede argumentarse que la interpretación debe ser hecha desde el punto de vista del periodismo pero, en nuestra opinión, el periodismo es más bien el objeto de estudio y no una metodología. En realidad, incluso cuando en fecha tan temprana por lo que al periodismo académico respecta se hablaba de *Metodología del periodismo*⁷ no nos queda otro remedio que aceptar que se refiere más bien a la producción de textos informativos y no a su estudio.

Desde un punto de vista metodológico, deberíamos en principio aceptar, con Celso Almuiña (en Gómez Mompart, 1996: 9) que hemos de fijarnos en el emisor, los medios de transmisión, los contenidos y los receptores. Eso nos lleva, desde luego, a estudios y enfoques tan diversos como la estructura de la empresa informativa, el estudio de la profesión periodística (desde el punto de vista del asociacionismo jurídico, de la ética informativa, del estudio sociológico, o incluso antropológico, de los modos y

7. Gregorio, Domenico de. *Metodología del periodismo*. Madrid: RIALP, 1966.

rutinas de producción⁸), la historia de la tecnología (y de los cambios que introduce en la sociedad, de nuevo en la línea de lo ensayado por Eisenstein para los primeros tiempos de la imprenta), el análisis de contenido, el análisis retórico, la teoría del hipertexto, la teoría lingüística, la teoría de géneros y, hasta, si se nos apura, la dialectología, la estética de la recepción, la historia de la lectura, la medición de audiencias y, en fin, cualquier otro tipo de tema y herramienta que pueda ayudarnos a comprender parte de un fenómeno que, como todos, es obviamente complejo. Métodos, por tanto, cuantitativos y cualitativos, comparativos o descriptivos. Habría que destacar igualmente el esfuerzo metodológico realizado por los profesores Montero y Rueda en su libro *Introducción a la historia de la comunicación social*, y en gran medida todo lo que allí se dice puede ser igualmente aplicado al estudio de la comunicación en Internet.

Hace tiempo que la historiografía de la comunicación pretende superar una fase meramente positivista y heurística, sin que, por otra parte, dicho enfoque tenga nada de malo, ni de reduccionista, si es que se emplea especialmente en la primera fase de los estudios de que se trate. Los estudios hemerográficos corresponderían a esta primera fase. En un país donde todavía no existen catálogos hemerográficos del todo fiables y completos para todos sus territorios, poblaciones o periodos históricos⁹, pretender que lo haya de los cibermedios es, todavía hoy, una quimera.

2.1 Cibermedios: un catálogo

Disponemos, sin embargo, de algunos materiales que ya ahora nos permiten hacer algunos estudios comparativos. A pesar de la muy diversa metodología empleada por esos estudios, algo

8. Un apreciable libro sobre el modo en que está cambiando la producción informativa es *Digitizing the news*, de Pablo Boczkowski (Cambridge, MA: The MIT Press, 2004).

9. El caso del siglo xvii, aquel donde nacen las publicaciones periódicas y se forja la profesión periodística, es palmario, salvo para el caso catalán, donde el estudio de Jaume Guillamet sobre los inicios del periodismo catalán ha arrojado mucha luz sobre épocas muy desconocidas del periodismo peninsular.

se ha hecho. Por ser realistas, no pretendemos que nuestro modesto librito de 1997, *Medios de comunicación en Internet*, sea un catálogo con características científicas, aunque, a pesar de todo, intentaba ser un repertorio lo más completo posible de los cibermedios españoles de la primera hornada. Ese mismo año planteábamos una tímida tipología de los cibermedios, vascos en este caso (Díaz Noci y Meso, 1997). Le han sucedido, para el País Vasco, otros trabajos del profesor Koldo Meso, publicados en diferentes números de la revista *Mediatika*, de la Sección de Medios de Comunicación de la Sociedad de Estudios Vascos (Meso, 2004), y, desde una perspectiva aún más local, para el caso bilbaíno (Meso, 2005). Recientemente, en 2004, el Col.legi de Periodistas de Catalunya ha publicado un estudio del profesor David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona (Domingo, 2004), que recoge 445 medios de comunicación catalanes (su criterio es más amplio que, por ejemplo, el nuestro), y existe otro catálogo (Fortuny, 2003) que se limita a las webs informativas en catalán.

Es obligado señalar de manera muy especial que a día de hoy sí existe un censo de cibermedios gallegos, el denominado Archivo de Comunicación, del Consello da Cultura Galega, dirigido por Xosé López, que ya ha dado como resultado un completo catálogo de medios impresos y digitales de toda Galicia, clasificados por comarcas y puestos a disposición del público en el sitio web del Consello. En el apartado metodológico se da la siguiente definición: «Un cibermedio é un emisor de contidos que ten vontade de mediación entre feitos e público, utiliza fundamentalmente criterios e técnicas xornalísticas, usa a linguaxe multimedia, actualízase e publícase na rede internet». Se dejan fuera, a la vez, «todos aqueles sitios que, malia reuniren as condicións para seren considerados cibermedios, non están a renovar os seus contidos de maneira periódica, non foron incluídos nesta base de datos. Asemade, tampouco foron considerados cibermedios aqueloutros servicios de noticias elaborados por gabinetes de comunicación ou, doutro xeito, aqueles que unicamente dan conta da información relacionada coa súa propia entidade».

Establecer un catálogo con unos criterios establecidos y marcar una estrategia que permita ir alimentando esa base de datos sería una buena idea. Naturalmente, eso exige un trabajo continuo en el tiempo y que involucre a varios equipos de investigadores, de manera que el surgimiento, desarrollo y extinción de cada cibermedio pueda ser constatado en una base de datos con un cierto detalle. Las tecnologías informáticas, que permiten volcar los datos desde diversos puntos geográficos, hacen desde luego más realizable un empeño tan titánico. Es la metodología que estamos siguiendo en el proyecto que, en estos momentos, se halla en su última fase y que, a partir de la coordinación de cuatro equipos de otras tantas universidades españolas (Málaga, Navarra, País Vasco y Santiago de Compostela) ha pretendido hacer un catálogo lo más exhaustivo posible de los cibermedios españoles entre 2002 y 2005. Dicha base de datos se ha ido completando con aportaciones de investigadores de todos los grupos y ha sido diseñada por investigadores de la Universidad de Santiago (Xosé López, Xosé Pereira y Manuel Gago). El empleo de esa base de datos ha dado ya algunos resultados conjuntos¹⁰ y en estos momentos se ultima la preparación de una monografía que, coordinada por el profesor Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, recoge las aportaciones de los diversos grupos y subgrupos encargados de analizar temas tan diversos como los géneros periodísticos, los derechos de autor, el asociacionismo y los rasgos de la profesión, y donde se explica con detalle el criterio seguido para confeccionar dicha base de datos e incluir en ella determinadas web que se han considerado periodísticas, mientras que se han dejado de lado otras. En definitiva, los campos que se han tenido en cuenta para confeccionar esa base de datos morfológica de cibermedios españoles –la clásica ficha de Jacques Kayser, ideada en un momento histórico y un lugar geográfico concretos, y para cumplir

10. Por ejemplo, Díaz Noci, Javier; Gago, Manuel; López, Xosé; Meso, Koldo; Pereira, Xosé; Salaverría, Ramón. «New trends in content and design at the Spanish cybermedia». En: Salaverría, Ramón; Sádaba, Charo (ed). *Towards new media paradigms. Content, producers, organisations and audiences. II COST A20 International Conference Proceedings. Pamplona (Spain), 27-28 June 2003*. Pamplona: Eunat, 2004, p. 63-70.

un determinado objetivo, censar los diarios franceses de la década de los años 60, no sirve ya del todo satisfactoriamente para los nuevos medios– son los siguientes:

- Nombre.
- Razón social.
- Comunidad autónoma.
- Ciudad.
- Provincia.
- URL.
- Correo(s) electrónico(s).
- Contacto.
- Tipo de medio (generalista/especializado).
- Actualización.
- Otros soportes (impreso, audiovisual).
- Contenido.
- Idioma(s).
- Descripción.

A partir de esa misma base de datos, y con el respaldo de un nuevo proyecto de investigación, en este caso ceñido al impacto de Internet en los medios de comunicación vascos¹¹, bajo la supervisión del profesor Koldo Meso se está llevando a cabo un censo de los cibermedios vascos de acuerdo a los siguientes campos:

- Nombre del medio.
- URL.
- Razón social.
- Dirección postal.
- Municipio.
- Territorio histórico.
- Correo(s) electrónico(s).
- Fecha de inicio (y de finalización, si es el caso).
- Director del medio.
- Webmaster.
- Persona de contacto.
- Tipo de medio (generalista/especializado).

11. 1/UPV 00017.323-H-16005/2004.

- Correspondencia con otros soportes (impreso, audiovisual).
- Medio matriz (si lo hay).
- Régimen de propiedad del medio.
- Actualización.
- Contenidos.
- Elementos multimedia.
- Interactividad.
- Publicidad.
- Idioma(s).
- Observaciones.

Pretendemos con esta ficha constatar los elementos mensurables que nos permitan luego investigar diversos aspectos, desde los más puramente morfológicos (nombre, URL...) a los cronológicos (fecha de inicio y finalización, como en la ficha de Kayser), pero también sobre la titularidad de los medios y su estructura empresarial, utilización de variedades lingüísticas –que en el caso vasco puede extenderse al empleo de variedades de euskera dialectales, subdialectales o no plenamente estandarizadas– y también que nos permita interpretar hasta qué punto se utilizan las características intrínsecas del nuevo medio (interactividad, multimedialidad, etc.).

No obstante, a pesar de ser importante un censo de cabeceras, estamos de acuerdo con, entre otros, el profesor García Galindo (en Gómez Mompart, 1996: 37) en que conviene superar la historia de los medios por una historia de la comunicación social que recoja las aportaciones de la historiografía general. En similar sentido se expresa el profesor de la Universidad del País Vasco Juan Gracia Cárcamo (Gracia, 2005: 36), quien asegura que

Uno de los problemas de la Historia de la Comunicación [...] es que debería constituir un saber interdisciplinar, o, si se quiere utilizar un término más en boga, transdisciplinar. Pero los historiadores no suelen hacer suya la idea de T. Rabb que subrayaba cómo los mayores avances en historia surgían precisamente en los intersticios entre disciplinas [...]. La historia de los medios de comunicación suele contemplarse por la historiografía como un tema

periférico [...]. La cuestión está en que, atendiendo a la época en que vivimos, al menos desde hace dos décadas, el análisis de los medios de comunicación debería ser cada día menos marginal en el estudio de la Historia [...]. Parece significativo que muchos historiadores quizá no se den cuenta de que, entre otros motivos, la historia que se publica hoy no es la de hace 25 años en parte por la influencia de la esfera mediática en que vivimos todos¹².

La relación entre periodismo e historiografía ha sido puesta de manifiesto por muchos académicos, desde aquella lejana primera tesis sobre periodismo de 1690 (Tobias Peucer, *De relationibus novellis*, presentada en la Universidad de Leipzig¹³) hasta la más reciente *Historia del presente* de Timothy Garton Ash¹⁴. La historia de la evolución de los medios –que incluiría la tan socorrida, y abordada desde metodologías muy dispares, perspectiva comparativa¹⁵– es, sin embargo, importante, y no debe ser descuidada como tampoco ha de serlo la de otros aspectos de la comunicación, en este caso periodística.

12. Agradecemos al profesor Gracia Cárcamo, compañero de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, que nos haya dado a conocer este texto, correspondiente a una ponencia que, bajo el título «Medios y formas de comunicación en el Bilbao contemporáneo (siglos XIX-XX). Reflexiones desde la historia sociocultural», fue presentada a finales de 2004 en un congreso sobre la historia local de la capital vizcaína y sobre los medios de comunicación organizada por la Biblioteca Municipal Bidebarrieta y la Sociedad de Estudios Vascos. Dicho texto dedica buena parte de sus páginas a trazar un exhaustivo estado de la cuestión sobre historiografía de la comunicación, en general, y el enfoque sociocultural, en particular, del que hemos extraído el párrafo que reproducimos.

13. Dicha tesis fue primero traducida, con una introducción del profesor Josep Maria Casasús, al catalán y publicada en la revista *Periodística*; luego fue traducida, con la edición facsímil del original latino, al castellano y publicada en la revista *Estudios del Mensaje Periodístico*; y, finalmente, ha sido también publicada en traducción al euskera en la revista *Uztaro*.

14. «Por eso sostengo que, pese a todos sus inconvenientes, la aventura literaria de escribir 'historia del presente' siempre ha merecido la pena, y ahora todavía más, por la forma de hacer y documentar historia en nuestros días; y porque le ha perjudicado la evolución habida en las profesiones del periodismo y la historia académica» (Garton Ash, 2000: 23).

15. Véase Salaverría *et al.*, 2004, que sigue la idea de por el profesor Richard van der Wurff; otros métodos comparativos se emplearon en Canga *et al.* *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2000; y en Armentia *et al.* *El diario digital*. Barcelona: Bosch, 2000.

En todo caso, el análisis de los nuevos medios nos lleva a constatar tres cuestiones que nos parecen evidentes:

- La insuficiencia del concepto de publicación periódica, desde el momento en que Internet –la edición digital en línea– permite superar la estricta periodicidad impuesta por los condicionantes de la impresión y posterior distribución de mensajes escritos, o la linealidad temporal –y los límites de alcance geográfico– de las emisiones audiovisuales.
- Como consecuencia de ello, estamos asistiendo a la emancipación de medios provenientes de prensa, radio o televisión y a la consolidación de medios propiamente pensados para Internet. Por poner sólo un ejemplo reciente, puesto en marcha poco antes de escribir estas líneas (en mayo de 2005), el nuevo diseño del suplemento para jóvenes de *El País*, *Tentaciones*. En realidad, se trata de dos productos: el impreso y el digital, renovado con una periodicidad superior a la semanal y con contenidos multimedia que, obviamente, la versión sobre papel no puede ofrecer.
- Aparición de nuevos modelos de periodismo: participativos, multimedia, constantemente renovados... Las bitácoras, por ejemplo; o iniciativas como *OhMyNews*, periódico realizado por los propios lectores, que ha tenido continuadores en Europa en el francés *AgoraVox*, creado en 2005¹⁶.

Todo ello nos lleva a un punto que creemos importante en nuestra intervención: el análisis histórico de la comunicación en Internet a través de las características que definen ese medio y a su vez lo diferencian de otros. Ello nos llevaría a replantearnos incluso la actual división de los géneros, que se ha convertido en algo canónico, y aplicar más bien esas características al análisis del mensaje comunicativo en Internet. Es lo que proponíamos en nuestro primer trabajo sobre el incipiente periodismo electrónico, en 1994 (Díaz Noci, 1994), y diez años después depurábamos

16. www.agoravox.fr.

para el Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital celebrado en Santiago de Compostela en noviembre de 2004 y la Reunión Científica de la SEP (Díaz Noci, 2005) y lo que propone también el grupo de investigación de la propia Universidad compostelana (Limia *et al.*, 2005). Se basan, sobre todo, en los conceptos de hipertextualidad, multimedialidad, interactividad (que incluiría las diferentes formas de participación) y la renovación o análisis de la temporalidad de los nuevos medios. A este modo de análisis del discurso habría que añadirle la posibilidad de aplicarle los métodos de la cibermetría. Y, desde luego, a esos resultados convendría aplicarle la interpretación que, desde la historia socio-cultural, se procura al texto (Burke, 1992: 98 ss.; Hunt, 1989; Cavallo y Chartier, 1998: 43), y ahora al nuevo discurso basado en el hipertexto. Siempre teniendo en cuenta, y cito una vez más a Juan Gracia, que no siempre resulta conveniente compartir ese «determinismo culturalista que gira una y otra vez en torno a los ‘textos’ y que se centra de forma exclusiva sólo en discursos y representaciones» (Gracia, 2005: 41). Se trataría, por lo tanto, de combinar el análisis de contenido, incluso la pragmática del texto (la obra de Teun A. van Dijk es modélica tanto en lo que respecta a la determinación de las estructuras típicas de la noticia como en lo que se refiere a la transmisión de determinadas ideologías a través de tipos de textos concretos), con una visión que pone al ser humano, y a éste como sujeto social, en el centro de la interpretación histórica.

2.2 *Hemerografía digital*

La historia –ese breve periodo de la humanidad que conocemos y estudiamos precisamente porque disponemos de documentos para estudiarlo– se ha caracterizado precisamente por una lucha contra el olvido. La invención de la escritura y su plasmación en diversos soportes más o menos duraderos –más o menos perecederos– es el resultado de ese empeño que, a la manera de Sísifo, busca una y otra vez subir esa masa de recuerdos que queremos se conserven y transmitan más allá de nuestra efímero paso

físico y temporal en este mundo hasta un lugar seguro, protegidos del olvido. Y aún buscamos algo más: relacionar todos esos conocimientos, formar todo un mundo de relaciones complejas en que cada cosa tenga que ver con otras muchas.

Internet ha supuesto la materialización, o el comienzo de la misma al menos, de ese viejo sueño de la Humanidad de ampliar el conocimiento humano a través de herramientas que permiten la recuperación del mismo a través de una inmensa red distribuida. El viejo sueño de la biblioteca global se antoja ahora posible (Díaz Noci, 1999) y, de hecho, en la Red pueden encontrarse catálogos enteros de bibliotecas, colecciones de periódicos, páginas personales, catálogos de empresas y otras muchas *sedes* que han hecho de la edición digital un sustituto de la analógica, y que además permite trascender las barreras del espacio y del tiempo, al hacer inmediatamente accesible a, potencialmente, todo el mundo (todo el mundo que esté conectado a Internet, al menos) la información que en un momento y lugar determinados colocamos en ese inmenso zoco.

Eso ha hecho que sea posible plantearse la formación de enormes bibliotecas digitalizadas, de la que, por ejemplo, la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes es un ejemplo, y también de hemerotecas digitales. En España, ha tratado sobre esta cuestión el profesor Lluís Codina (Codina 2000, 2001) y, a la hora de enfrentarse a la ingente tarea de hacer digitales los viejos papeles, es muy recomendable el libro de Herrera Morillas, así como el de Townsend *et al.*

No son baladí algunas decisiones previas:

- El formato que hay que emplear para reproducir los documentos originales (¿pdf? ¿formato de imágenes?), tamaño y resolución de esos facsímiles digitales;
- si se han de reproducir los objetos como tales.
- si han de reproducirse en el estado en que se encuentran o bien merece la pena intentar restituirlos a su aspecto original;

- si es preferible reproducir su contenido textual (de tal manera que tengamos un archivo buscable), o ambos, el facsímil y el texto.

Entre estas hemerotecas digitales merece la pena mencionar el pionero proyecto Internet Library of Early Journals (ILEJ), llevado a cabo por las universidades británicas de Oxford, Manchester, Leeds y Birmingham¹⁷ bajo la dirección de Thaddeus Lipinski. Le han seguido otros, hasta el punto de que se ha generado toda una metodología para la digitalización de prensa histórica (Mühlberger, 1999; Deegan *et al.*, 2002). La necesidad de digitalizar y poner a disposición de los estudiosos los productos informativos audiovisuales ha dado lugar a proyectos como los descritos en Lange, 2001.

En España, *El País* y *La Vanguardia* incluyen entre sus servicios toda su hemeroteca, digitalizada en formato pdf, esta última probablemente la más extensa hemeroteca digital de Europa, ya que el diario data de 1883, más de 120 años de periódicos. Ya en 1995, *Abc* se había planteado un proyecto similar (Armañanzas *et al.*, 1996: 147), que diez años después continuaba sin realizarse. La envergadura de estos proyectos –sobre todo en el caso de diarios con muchos años de existencia cuya colección más antigua, en algunos casos pliegos de gran tamaño y deficiente estado de conservación, ha de fotografiarse o escanearse digitalmente– hace que muchas empresas se lo piensen dos veces antes de realizar la inversión. El formato elegido, el Portable Digital Format de Adobe, está resultando ser prácticamente un estándar, pero en el mundo digital todos los formatos y tipos de archivos acaban por volverse obsoletos y obligan a una nueva inversión si se quiere convertirlos en nuevos archivos legibles por las nuevas máquinas y programas. En todo caso, no son pocos los diarios digitales que ofrecen, en la mayoría de las veces mediante pago, una versión en pdf del diario impreso de esa jornada. En su día, fue pionero *El Periódico de Catalunya* (de hecho parece ser que

17. Puede consultarse en <http://www.bodley.ox.ac.uk/ilej>, donde también se encuentran valiosos *papers* acerca del propio proyecto y de sus aspectos conceptuales y técnicos.

fue el primer diario en utilizar este formato en Europa), le siguió *El País* y, sobre todo a partir de 2004, se les van uniendo otros diarios, como *El Correo* de Bilbao, que de momento sólo cobra por ese servicio y que va confeccionando así un archivo digital de sus ediciones impresas.

Las hemerotecas digitales de medios impresos o audiovisuales es una cuestión que aquí solo dejamos planteada y que requiere de inversiones cuantiosas y de estrategias claras, a medio y largo plazo, por parte de grupos de investigación, universidades, instituciones públicas, bibliotecas, medios de comunicación e incluso particulares¹⁸. Lo que nos interesa más ahora, y sobre eso hay, sorprendente y lamentablemente, poco camino hecho. Nos referimos al archivo de los propios cybermedios, que plantean problemas propios. El primero de ellos, y quizá el más importante: a falta de una política por parte de las empresas, instituciones y bibliotecas ya no es posible, salvo que se haga una labor de arqueología digital (y no sería nada descabellado), las ediciones digitales de buena parte de la primera década de vida de los medios de comunicación en Internet. Se argumentará que los propios medios ofrecen esta posibilidad; no siempre. *ElPaís.es* sí dispone de un servicio de hemeroteca digital, pero no hay más que solicitar a través del motor de búsqueda cualquiera de los primeros ejemplares de la edición digital para comprobar que el sistema no nos va a devolver aquellas ediciones con aquel aspecto primitivo, sino una versión digital, en pdf o en html, del periódico impreso, siempre con el aspecto que tiene la edición actual. Otros medios, ni siquiera eso.

Otro de los problemas fundamentales es: ¿Qué versión, de las que a lo largo del día ofrece un medio que se actualiza con más o menos frecuencia, ha de tomarse como objeto de investigación? ¿Hay alguna versión que un ciberdiario considere como definitiva? ¿La última del día? ¿Guardan los propios medios una versión de los diferentes archivos? Si no es así, el historiador que fije sus

18. Por poner un ejemplo, el proyecto de digitalización de una pequeña colección personal de relaciones y periódicos de los siglos xvii a xviii que acometimos en 2004 y de la cual se encuentran algunas muestras en www.ehu.es/diaz-noci/hemeroteca.

ojos en las rutinas profesionales y el cambio que en esta década ha comenzado a producirse al respecto –del cual la actualización más o menos constante es un ejemplo– no tendrá materiales sobre los que comprobar sus hipótesis.

A estos problemas específicos se añaden otros más generales que afectan a todos los documentos electrónicos y que son los que en su día ya puso de manifiesto R. J. Morris (en Higgs, 1998: 31-48):

- La obsolescencia de los soportes que contienen la información digital: la cinta, el CD y el DVD tienen una vida limitada. No sólo porque el propio soporte sea perecedero o frágil (caso del disco de vinilo), sino porque los propios aparatos lectores van desapareciendo del mercado. La buena noticia, con respecto a la información digital, es que es fácilmente migrable a los nuevos soportes que vayan apareciendo, todos ellos con más capacidad que los anteriores (¿alguien se acuerda ya de los disquetes?), lo que palió también los problemas de espacio.
- La obsolescencia de programas, navegadores y sistemas operativos que permitan leer esa información. De nuevo, la solución es la conversión y migración de archivos, así como el empleo de emuladores de esos programas y sistemas operativos en los nuevos que se vayan creando.
- Los problemas de catalogación de documentos en continuo estado de mutación, tan diferentes de libros o revistas impresas.

Sobre esas mismas cuestiones, desde un punto de vista más pragmático si se quiere, insisten Townsend, Chappel y Strujvé en *Digitising history*. No se trata sólo de digitalizar documentos, sino también de hacerlos accesibles a la comunidad científica en forma de base de datos, y ahí es crucial su estructura y su arquitectura. En todo caso, el concepto de biblioteca (y hemeroteca) está claramente pasando de lo físico a lo virtual, con todos los cambios que ello implica. No sólo el ahorro en los desplazamientos a que se veía obligado el investigador, que a veces recorría un periplo seguramente instructivo por lo turístico pero caro en lo

económico, sino también un ahorro en lo que suponía de gasto de tiempo en pos del material que buscaba. Quienes hemos hecho investigaciones hemerográficas en otras épocas y hemos buscado el más raro ejemplar del más remoto periódico en la más recóndita biblioteca, pública o privada, con catálogos más o menos normalizados sabemos de qué hablamos. El cambio, sin embargo, es más profundo: las bibliotecas y hemerotecas han pasado de ser guardianes de tesoros físicos a convertirse en portales de información, cada vez más especializados, donde se guía al investigador en pos de la información que necesita. Hay ya bibliotecas digitales sobre, por ejemplo, libros antiguos de Derecho, como PixeLegis, una iniciativa de la Universidad de Sevilla¹⁹. ¿Por qué no algo similar con los clásicos del periodismo? Las políticas han de ser aún más públicas, si cabe, y abiertas (Díaz Noci, 1999c).

3 PERIODIZACIONES PROVISIONALES

La última cuestión que quisiéramos tratar es la de la periodización. Cuando nos enfrentamos a un fenómeno tan reciente, y en un estado tan evidente de formación inicial, nos movemos en unos periodos históricos, siempre arbitrarios –aunque necesariamente razonados y con el objetivo de resultar útiles desde el punto de vista interpretativo– que serán superados en el futuro a medida que la perspectiva sea más amplia y puedan apreciarse claramente tendencias y ciclos. Por el momento, podemos intentar una historia de los diez primeros años de la World Wide Web y del periodismo que para ella se produce. Hemos de tener en cuenta, nos parece, con el profesor Guillaumet, que la historia del periodismo tiene sus propias cadencias y tiempos, y que, si bien no es independiente esa historia del periodismo de una historiografía más preocupada por aspectos generales, atienda a criterios internos dictados por el propio objeto de estudio. Periodización que, por otra parte, puede ser diferente en mayor o menor medida según el ámbito geográfico que se estudie, si bien la globalización de la comunicación a través de Internet ha hecho que los fenó-

19. http://bib.us.es/guiaspormaterias/ayuda_invest/derecho/pixelegis.htm.

menos de retraso en la recepción de modelos y pautas marcadas por los países dominantes (Estados Unidos, principalmente) sean ahora prácticamente imperceptibles, al menos para los países del denominado mundo occidental al que pertenecemos²⁰.

Pueden, empero, apreciarse algunas tendencias en este periodo de implantación y comienzo del desarrollo del ciberperiodismo, y en concreto en España. Una periodización más bien ligada a aspectos empresariales y modelos de negocio («Show me the money», se titulaba un artículo de John Pavlik, entonces profesor de la Universidad de Columbia, Nueva York, y hoy de la Universidad Rutgers, sobre este tema, publicado en septiembre de 1997 en la *Columbia Journalism Review*), con dos ejes que a nosotros no nos parecen tan determinantes (esperemos que la historia nos dé, aunque sea en parte, la razón) pero que se han puesto a menudo sobre el tapete: primero, si «esto» (la edición digital) matará «aquello» (la edición impresa), un engañoso debate que ya en tiempos de la invención de la imprenta se planteó respecto al manuscrito. No hay sino leer a Eisenstein para darse cuenta de hasta qué punto algunos debates de entonces se han reproducido también ahora. Y el segundo tema ha sido el del modelo de pago. Igualmente engañoso: incluso *ElPaís.es*, el más empeñado defensor del modelo de suscripción, ha dado marcha atrás en 2005, coincidiendo además con el lanzamiento de un medio dentro de su propio sitio (*EP3*, una versión del suplemento juvenil *Tentaciones*) donde comienzan a explorarse las posibilidades del lenguaje

20. La comparación con otras culturas más desfavorecidas (por ejemplo, África o, sin ir más lejos, América Latina) o lejanas (por ejemplo, las asiáticas) nos revelaría las razones de algunas tendencias. Por ejemplo, y aunque no sea más que una mera anécdota ilustrativa, es cuando menos curioso que el diseño de los ciberdiarios japoneses (cuya escritura se ideó originalmente para ser escrita de arriba hacia abajo y de derecha a izquierda, aunque ahora la dispongan generalmente a nuestro modo) sea muy horizontal, y cuente con pocas imágenes, frente al diseño muy alargado (más que el formato tabloide que se está imponiendo incluso en los diarios impresos británicos supuestamente serios) y eminentemente vertical. Carecemos, a día de hoy, de un estudio académico monográfico, aunque sea en forma de manual, del diseño periodístico en Internet.

multimedia. Punto éste que sí nos parece más interesante a la hora de lanzarnos a hacer una historia del ciberperiodismo y no sólo ni principalmente desde un enfoque meramente técnico.

En todo caso, y a manera de ejemplo, vamos a ensayar una historia de los cibermedios españoles²¹, donde puedan apreciarse algunos esbozos de periodización.

3.1 La prehistoria

Todo periodismo tiene su protoperiodismo. El de las gacetas periódicas del xvii –tema que nos resulta especialmente caro–, por ejemplo, lo encuentra en las relaciones y las publicaciones seriadas que preceden a los primeros periódicos, con los que también y durante un tiempo conviven. Del mismo modo, el estudio de los cibermedios suele comenzar con el de determinados medios que surgieron en la década de 1980 y tuvieron –y tienen, sobre todo el teletexto– una cierta vigencia. El teletexto ha estado presente en muchas empresas, y de hecho buena parte de las experiencias de servicios periodísticos electrónicos han estado ligadas a la información económica transmitida a empresas (Dow Jones, Reuter) o a publicaciones científicas especializadas, cuya venta es limitada, si la comparamos con la prensa de información general, y de cara distribución, en algunos casos mundial, o al menos en todo el mundo occidental. A estos tipos de información, pioneros en el mundo del ciberperiodismo, se les han unido otros servicios periodísticos transmitidos por las redes telemáticas de carácter más general, por lo general promovidos por los grandes diarios o empresas informativas.

La historiografía también se ha ocupado de ellos y el libro fundamental es, sin duda, *Goodbye Gutenberg*, de Anthony Smith, historiador y periodista británico. Dicha obra, cuyo subtítulo es *The newspaper revolution of the 1980s* (en la edición en castellano

21. Este punto es un resumen del capítulo dedicado a la historia de los cibermedios españoles del libro que, publicado por *Comunicación & Sociedad*, da cuenta de los resultados de la mencionada investigación sobre *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*.

se tradujo como *La revolución del periodismo electrónico*, nombre que recibió también el periodismo en Internet en los primeros años), anunciaba lo que ocurriría tan sólo una década después, aunque no se ocupaba aún de Internet. Lo que se planteó en la década de 1980 con respecto al periodismo fueron, en definitiva, dos cosas: la primera, que el producto impreso se iba a confeccionar de forma electrónica. Se produce entonces la informatización de las redacciones, hasta el punto de que hoy, en la parte del mundo más tecnificada –que no es toda, cabe recordarlo– ni siquiera los medios más pequeños o locales se hacen con medios manuales. El ordenador, hasta entonces una máquina enorme, destinada al cálculo, extremadamente cara y confinada a las grandes empresas o las universidades, se convierte en el PC que conocemos.

Sin embargo, el producto final, el periódico o revista que llegaba –y llega– a manos del usuario sigue siendo un papel impreso que hay que fabricar y distribuir. El proceso de fabricación era ya electrónico, no físico: la escritura, diagramación, composición de los periódicos se hace desde la década de 1980 mediante la informática; el producto, en cambio, seguía siendo el mismo de siempre. Parecía una incongruencia. Por eso, comenzó a investigarse en esa misma década en la posibilidad de que las noticias escritas fuesen también distribuidas por medios electrónicos, no físicos. La pantalla sería la superficie y el medio por el que se recibirían esas noticias.

Siguiendo a Smith, el videotex, el teletexto y todos esos sistemas, que recibieron diversos nombres según los países y que generalmente se transmitían mediante las ondas aéreas de televisión, comenzaron su andadura comercial en 1976. El propio Anthony Smith definió el teletexto como el servicio «que transmite material alfanumérico y gráficos simples a través de la televisión» (Smith, 1983: 295). Aún hoy, la mayoría de las televisiones disponen de este servicio²².

22. Sobre este tema, véase también Cabrera, 2004.

El teletexto es un medio completamente textual, de interactividad limitada, ya que, pulsando en su mando, el usuario puede elegir, mediante números, algunas opciones –navegar por las secciones, por ejemplo, elegir ítems informativos, etc.–, pero se trata de un servicio más cercano al de los despachos breves de agencia que al de un verdadero sistema interactivo, como el que hoy conocemos en Internet.

El videotex, un servicio muy similar, se recibía a través de terminales telemáticas generalmente destinadas al efecto, aunque también se podía recibir a través de la televisión²³. El servicio de videotex más conocido y extendido fue, y aún es aunque Internet le esté robando terreno, el Minitel francés. El país vecino fue prácticamente el único, al menos en Europa, que apostó por este servicio; un 10% de la población francesa contaba con una terminal en su domicilio a principios de los años 90. También tuvo una cierta penetración el Prestel británico, aunque desde luego menor que la del Minitel galo. España también tuvo, desde 1986, su propio servicio de videotex, denominado Ibertex, que en 1991 contaba con unos 300 000 terminales en funcionamiento. En Estados Unidos, surgieron Prodigy y CompuServe, servicios que albergaron, como el Minitel, servicios informativos puestos en marcha por algunas empresas editoras de periódicos: *Dernières Nouvelles d'Alsace* y *Libération* ensayaron servicios interactivos: noticias, juegos, preparación de exámenes, astrología, anuncios, etc. Un primer fenómeno, que se acentuará con Internet, y sobre todo con la denominada «portalización» de los cibermedios: intentar atender a audiencias cada vez más fragmentadas. Surgieron algunas revistas en BBS, también en España, aunque, lamentablemente, no quede memoria, en forma de archivo hemerográfico, de esos intentos.

Otros intentos de transmisión electrónica de servicios de noticias, como el denominado periódico por fax (Díaz Noci *et al.*, 1994: 84-87) apenas tuvieron eco en España. Continúan, aprovechando las posibilidades del satélite, algunas ofertas de ese tipo. Satellite Newspaper es uno de esos servicios, que por cinco dóla-

23. Existe un estudio reciente sobre este sistema: Díez, 2003.

res (más de cinco veces más de lo que cuesta un diario impreso, o una hora de conexión telefónica local en España mediante la cual acceder a Internet) ofrecía en 2004 la posibilidad de imprimir 170 periódicos de cuatro continentes.

A todos estos servicios vino a imponerse, así como a los periódicos en cederrón (multimedia, desde luego, pero al fin y al cabo, un soporte físico que ha de ser distribuido) con la invención de la World Wide Web, el periodismo del ciberespacio, de la Red.

3.2 *Los cibermedios españoles: balance de una década*

La historia de los medios españoles en Internet, de los cibermedios, cumplió en 2004 diez años exactos, puesto que los primeros en situarse en la Red lo hicieron en 1994. Puede afirmarse que, en la primera década de vida de los cibermedios, los diarios capitalizan todavía el mercado de la información de actualidad, aunque ofrecen dos productos en uno: la edición impresa, bien en pdf, bien en html, y la edición propiamente electrónica, que se renueva a medida que suceden las noticias –aunque, en muchas ocasiones, a partir de las noticias de la edición impresa precedente–, en HTML.

3.2.1 El posicionamiento de los medios en la Red

Aunque se trate de una cuestión si se quiere más bien anecdótica, y no en la World Wide Web sino a través de Servicom, la revista semanal *El Temps* fue el primer medio periodístico que en España hemos documentado que se hizo electrónico. Corría el año 1994. También en Servicom, a través de su BBS, a finales de ese mismo año, probaron sus ediciones electrónicas dos diarios de información general, *El Periódico de Catalunya* y *El Mundo*.

No era extraño que fuesen precisamente las ediciones de esos dos diarios, y no las de otros, las que optasen por ofrecer sus informaciones también a través de la Red. Se trataba de dia-

rios jóvenes (más aún en el caso de *El Mundo*), y por lo tanto desde su nacimiento el diario impreso se confeccionó mediante ordenador. *El Periódico de Catalunya* disponía de una interfaz propia diseñada para su redacción por Mario Santinoli. Junto con Joaquim Sans, Santinoli dio al diario barcelonés un impulso multimedia anterior al de otras empresas. Comenzaron a trabajar en productos electrónicos en 1991. Para 1994, ya habían dado al mercado diversos productos en cederrón. Su apuesta era a diez o quince años vista. De hecho, en marzo de 1994 comenzó una investigación, junto con otras empresas del Continente y subvencionados por la Comisión Europea, acerca de una pantalla plana, un ordenador dedicado únicamente a la recepción de noticias en formato electrónico, y fueron en ello pioneros, ya que llegaron a construir, al término de la investigación, en 1997, junto con la empresa británica Acorn, un prototipo que funcionaba realmente, el NewsPad, aunque finalmente nunca se llegó a comercializar. El concepto lo absorbió la Red y las agendas electrónicas o PDA, que se comenzaron entonces a comercializar a gran escala —el pionero fue el Newton de Apple Computer—, pero es de justicia hacer constar que se trató de un proyecto realmente operativo, lo que no pueden decir otros que se anunciaban a bombo y platillo en aquellas fechas, como la Newsbox del *Evening Standard* británico o, sobre todo, el *flat panel* de Roger Fidler, que entonces trabajaba para Knight-Ridder, una empresa igualmente adelantada en la búsqueda de soluciones a la transmisión electrónica de noticias ya desde la década de 1980, en cuya investigación había perdido grandes cantidades de dinero. Fidler, ya desligado de Knight-Ridder, propuso luego el concepto de la «mediamorfosis», pero eso es ya otra historia.

El Mundo, que había comenzado su andadura en 1989, se ha producido siempre mediante ordenador, por lo que todos sus archivos están desde el comienzo en formato digital, al contrario de lo que sucede con otros diarios mucho más antiguos, como *Abc* o *La Vanguardia*, que han tenido que digitalizar sus archivos de más de un siglo. Como en el caso de *El Periódico de Catalunya*, el interés por los productos electrónicos data de 1991.

En la World Wide Web, el honor de ser el primer diario digital español que puso íntegramente sus contenidos fue el *Boletín Oficial del Estado*, en septiembre de 1994. Le han seguido todos los boletines oficiales de las comunidades autónomas, provincias, cabildos insulares, parlamentos, etc. del Estado español. A pesar de tratarse de informaciones públicas, el BOE tardó en ofrecer gratuitamente todos sus contenidos. Al principio, sólo era de libre acceso la portada, para conocer el resto había que suscribirse. La cuestión hubo de llegar al Parlamento, años después, para que se atendiese a las demandas del público y finalmente el servicio fuese totalmente gratuito. Corresponde, por lo tanto, al BOE el dudoso honor de ser igualmente el primer medio español de pago, aunque su evolución haya llegado a la gratuidad actual, mientras que en el caso de los diarios de información general la andadura haya sido la contraria. También comenzaron cobrando las agencias de noticias, la primera de ellas, *EfeNet*, el servicio de la agencia Efe. La transmisión telemática de noticias ha dejado obsoleto, si no pieza de museo, los teletipos. La transmisión electrónica de noticias permite además la renovación continua de la noticia, así como la búsqueda del dato deseado en enormes masas de información, lo que ha beneficiado, está claro, sobre todo a las agencias informativas.

El salto definitivo de todos los diarios a Internet se produjo en 1996. *El País*, por ejemplo, esperó hasta cumplir sus primeros veinte años, en mayo de ese año, para dar a la luz su versión digital. Tanto el Grupo Correo como PRISA, y desde luego todos aquellos otros conglomerados multimedia que engloban a tantos medios en España y otros países, no dejan de lado el mercado, aún incipiente, que supone Internet. Además del hecho inevitable de que todos los medios de los grupos multimedia, y prácticamente el resto de las empresas más o menos pequeñas, se hayan situado en la Red, resulta significativa la constitución de sendas sociedades por parte de los dos grandes grupos españoles mencionados para gestionar y diseñar sus propios medios digitales (Prisacom y MediaTrading, respectivamente), y la estrategia adoptada por Telefónica con su portal Terra, que cuenta con un potente servicio

de noticias propio, que son elaboradas por una redacción *ad hoc* (otros portales, moda de los años 90 del siglo pasado, se limitaban a ofrecer noticias de otros medios con los que habían suscrito convenios). En definitiva, y por emplear la eufemística terminología de los propios grupos, la actividad (empresarial, comercial e informativa) y el riesgo se distribuyen en múltiples *unidades de negocio*. Éstas se reestructuran con una cierta frecuencia para hacer frente a los vaivenes del mercado y también a los imperativos legales.

A la vez que la historia de los grandes medios, Internet es la de los pequeños, títulos a veces muy fugaces pero muy voluntariosos, que supieron ver en el nuevo medio una posibilidad de comunicación que el costoso y lento medio impreso no les podía ofrecer. También se debe a su iniciativa, anónima –y en no pocas ocasiones silenciada– pero extraordinariamente activa, la definición de un nuevo lenguaje.

3.2.2 Periodo de consolidación: Primeros pasos hacia un modelo propio

De alguna manera, a partir de 1996 podemos hablar ya de un periodo de total profesionalidad –aunque no se trate de modelos consolidados–, mientras que antes se trataba de pasos más bien exploratorios. Se trata de un mercado en plena eclosión. A partir de 1996-1997, entra en escena la búsqueda decidida de un modelo de negocio, la conformación de productos que se van independizando de la mera reproducción de los contenidos de las ediciones impresas, la formación de redacciones más o menos independientes, etc. Es la etapa que refleja, por ejemplo, el libro *Periodismo en la Red*, de Jaime Estévez, que cuenta los cambios estructurales, empresariales, profesionales, en ocasiones los errores, correcciones e incluso las luchas por el poder en esos medios emergentes.

Hoy por hoy los medios más visitados (véanse los datos de la AIMC en www.aimc.es y de la OJD en www.ojd.es) son precisamente aquellos cuya propiedad la detentan los grandes grupos,

con escasas excepciones y a pesar del desastre de las *punto.com* a finales de los años 90 del siglo xx, tras una primera etapa de euforia económica que resultó fallida. No obstante, es significativo que las versiones digitales de algunos grandes diarios españoles, como *La Vanguardia* o *El País*, hayan preferido no someterse al control de la OJD.

Los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid, como antes lo fueron los atentados contra las torres gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, supusieron una prueba de fuego para los cybermedios. Frente al relativo fracaso de las ediciones especiales vespertinas, acontecimientos como ése demuestran el enorme potencial informativo del ciberperiodismo y el desarrollo de nuevos lenguajes propios del medio. Aunque también ponen de manifiesto la inmadurez del nuevo medio, como ha demostrado Ramón Salaverría en su estudio publicado en 2004, analizando la reacción de diversos medios mundiales (entre ellos, los principales españoles) frente a un acontecimiento de las proporciones de los atentados a las torres gemelas del 11 de septiembre de 2004 (Salaverría, 2004).

También existen otras iniciativas, al margen de los diarios establecidos, a tener en cuenta. Si en la primera época el *digizine*, el *fanzine* digital era el medio estrella de ese periodismo alternativo, ya al filo del nuevo milenio el medio ágil, alternativo, participativo por excelencia será la *bitácora* (también llamada *weblog* o *blog*).

Los confidentiales, que eran hasta la llegada de Internet productos minoritarios, caros, con una clientela limitada y selecta, se lanzaron al mercado abierto de la Red con un periodismo hecho de noticias confirmadas y rumores. En Cataluña, el ayuntamiento de Barcelona recuperó la cabecera decana de España, *El Diari de Barcelona*, y la convirtió en un medio sólo para Internet con información sobre la ciudad, con una audiencia modesta, sólo unas 30 000 visitas a finales de 2004. Un modelo similar es el de *La malla*, dependiente de la Diputación de Barcelona.

Existen, por otro lado, medios de comunicación en red que parten de una previa estructura de medios locales. Una de las pioneras, que ha resistido durante una década los embates de un

mercado muy cambiante, es *Vilaweb*. Más que un medio, es una red de medios de comunicación, sobre todo locales, en lengua catalana, por lo que se extiende a todo el dominio lingüístico: Cataluña, Valencia, Baleares, Andorra e incluso la ciudad sarda de Alguer. Algunos medios locales establecidos, como *El Punt*, ofrecen sus contenidos en forma electrónica a través de *Vilaweb*, una iniciativa de 1995 debida al periodista valenciano Vicent Partal. Cabe recordar que *El Punt* es un modelo de prensa diaria local, que en 2004 se lanzó a una edición en Barcelona y de cuya mano se ha lanzado también en ese año un diario deportivo en catalán, *El Nou*. Sus contenidos se ofrecen también en *Vilaweb*, un interesante modelo de integración de sinergias informativas que aprovecha las potencialidades de Internet y que cuenta con una nutrida red de colaboradores en muy diversos lugares. Por citar otro modelo potenciado por Internet, de la unión de varias revistas locales de una comarca guipuzcoana nació *Goiena.net*, medio personalizable y que permite incluso colaborar a los lectores en régimen de autoría. Y, en Galicia, es justo destacar a *Vieiros*.

3.2.3 Primera crisis: los retos del modelo multimedia

Alrededor de 2002 comenzaría una nueva etapa (Parra, Álvarez, 2004: 59) caracterizada por el salto de algunos medios al pago por contenidos. Entre 2000 y 2002 también se produjo no sólo un cambio de diseño en muchos medios digitales (y un paso decidido hacia la actualización más o menos constante de información), sino también un cambio en la estrategia empresarial. Hubo relevos en la dirección de la mayoría de los diarios digitales.

Conocer la audiencia de los medios españoles en Internet es un empeño difícil. No sólo porque existe discrepancia en la metodología a utilizar para medir el número de lectores, páginas vistas o visitas realizadas al día, sino porque muchos medios españoles no se someten a la voluntaria medición de la OJD. No obstante, con los datos de que disponemos se puede trazar una historia de las tendencias y de la evolución de la audiencia de me-

dios digitales en Internet. Si en 1999 el liderazgo de las ediciones digitales correspondía a *El País Digital* (y ello a pesar de ser una edición tardía con respecto al resto de los diarios de difusión nacional), que doblaba en visitas diarias a *El Mundo* (90 768 frente a 46 836), con la estrategia del pago por contenidos de *El País* la primacía corresponde ahora a *El Mundo*, con casi 28 millones de visitas en el mes de noviembre de 2004. En dos años, el crecimiento ha sido espectacular, desde los 19 millones de visitas de enero de 2003 hasta esos 28 millones de finales de 2004. Le seguían, de entre los medios de información general, *Libertad Digital* –un medio, recordemos, que nunca ha tenido versión impresa, y que es originario de la Web, por lo tanto–, con 3 679 000 visitas, y *Abc*, con 3 555 000 visitas en noviembre de 2004. Le seguían, lo cual es significativo, un confidencial: *Confidencial Digital*, con más de 1 200 000 visitas a finales de 2004. Sin embargo, después de *El Mundo.es* los diarios más visitados en Internet no son de información general, sino deportivos, claro reflejo de lo que ocurre igualmente en la prensa impresa: *Marca* tuvo, a finales de 2004, más de 20 millones de visitas, mientras que *As*, su principal competidor, tiene la mitad: 10 359 000 visitas en el mismo periodo.

Lejos, en todo caso, de las visitas de algunas entidades bancarias: en el mismo período, y según siempre la OJD, La Caixa tuvo 12 800 000 visitas. No en vano, las entidades financieras han sido siempre muy conscientes del poder de tener una red telemática a su servicio, y antes de la WWW: cualquier usuario de cajeros automáticos sabe hasta qué punto esas redes bancarias son eficaces.

4 CONCLUSIONES

1. Es posible, y conveniente, acometer la tarea de realizar un análisis historiográfico de los nuevos medios digitales, de los lenguajes, las empresas, los profesionales y, en definitiva, todos los aspectos que arrojen luz sobre una visión social –y cultural– de esa nueva manera de transmisión del conocimiento.

2. La transdisciplinariedad es necesaria también en este campo. Las herramientas de la sociología (cuantitativas o cualitativas), de la lingüística y la filología en sus diferentes ramas, del derecho y de la antropología nos ayudarán a comprender un fenómeno y un sistema comunicativo aún más complejo si cabe (por global, por romper las barreras geográficas y temporales, por renovar la manera en que se vehicula y se decodifica la información), del que es preciso dar una visión no fragmentaria sino poliédrica.

3. El positivismo propio de la fase heurística –sin descuidar, por supuesto, una interpretación tan completa como nos sea posible– no debe rechazarse. La recogida y puesta a disposición de todo tipo de datos, en un fenómeno todavía reciente, es una tarea indispensable para nuestra propia labor y para la de los historiadores que nos sucedan. Una labor hemerográfica seria y exhaustiva es una tarea básica. Catálogos, archivos digitales, bases de datos con criterios unificados se hacen indispensables, con todas las ventajas y los problemas que la digitalización trae consigo.

4. Puede ya ensayarse una historia del periodismo en Internet con una periodización propia, aunque no definitiva, naturalmente revisable, que intente ya trazar tendencias, rasgos definitivos y características que expliquen suficientemente la génesis y el desarrollo de esta nueva forma de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Almiron, Núria (2001). *De Vannovar Bush a la www. Una genealogía de la humanització de les tecnologies de la informació: els pares de la interfície humana*. València: Eliseu Climent.
- Aneiros Díaz, Rosa; López García, Xosé (2005). «Investigar a historia da comunicación. A interdisciplinabilidade necesaria: achegamento ao estudo do protoxornalismo galego». En: López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé; Villanueva Rey, Xosé (eds.). *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 101-118.
- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.
- Barrera, Carlos (coord.) (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Berners-Lee, Tim (2000). *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI.
- Birkerts, Sven (1999). *Elegía a Gutenberg. El futuro de la lectura en la era electrónica*. Madrid: Alianza.
- Briggs, Asa; Burke, Peter (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Burke, Peter (1992). *History and social theory*. Cambridge: Polity Press.
- Burke, Peter (2002). *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot*. Barcelona: Paidós.
- Cabrera, María Ángeles (2004). «Periodismo digital y nuevas tecnologías». En: Barrera, Carlos (coord.) (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel, 2004.

- Castells Oliván, Manuel (2002). «Un nuevo medio de comunicación: Internet». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 5-21.
- Cavallo, Guglielmo; Chartier, Roger (dir.) (1998). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Codina, Lluís (2000). «Digitalització d'hemeroteques». *Treballs de Comunicació*, vol. 13-14. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 197-202.
- Codina, Lluís (2001). «Hemeroteques digitals: experiències». *Treballs de Comunicació*, vol. 16. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 75-83.
- Darnton, Robert (1999). «La nueva era del libro». *Letra Internacional*, n.º 62, mayo-junio. Madrid: ARCE, p. 21-26.
- Deegan, Marilyn; Steinvel, Emil; King, Edmund (2002). «Digitizing historic newspapers: progress and projects.» En: rlg DigiNews, vol. 6, n.º 4 < <http://www.rlg.org/preserv/digi-news/index.html>>.
- Díaz Noci, Javier (1994). «El nuevo periódico electrónico. Redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia». En *IX Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, La Revolución de las audiencias*, organizadas por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, Pamplona, 10 y 11 de noviembre de 1994.
- Díaz Noci, Javier (1999a). Digital publishing: Electronic books, journals and newspapers on the Internet. Workshop on Digital Publishing and Education, Department for Continuing Education, University of Oxford, 14th May, 1999. <<http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C18.pdf>>
- Díaz Noci, Javier (1999b). «La edición electrónica en Internet. Libros, revistas académicas y periódicos digitales». *Euskonews & Media*. N.º 33, mayo. San Sebastián = Donostia: Sociedad

- de Estudios Vascos = Eusko Ikaskuntza, 1999. (ISSN 1139-3629. Accesible en Internet, en <http://www.euskonews.com> y en el CD-ROM Euskonews & Media, 98-99, 1-44).
- Díaz Noci, Javier (1999c). «La biblioteca virtual, ¿de la biblioteca de Alejandría a la biblioteca de Babel? Producción, transmisión y almacenamiento de la información en la era digital». *Bidebarrieta. Anuario de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*, V-1999. Bilbao: Bidebarrieta Kulturgunea, 1999, p. 123-136 <<http://www.ehu.es/diaz-noci/Arts/a23.pdf>>.
- Díaz Noci, Javier (2005). «Periodismo en Internet: Investigar los nuevos medios». En: López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé; Villanueva Rey, Xosé (eds.). *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 74-100.
- Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Díez, Mercè (2003). «Reflexions a l'entorn d'una vella tecnologia: el videotext». *Treballs de Comunicació*, vol. 18. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 2003, p. 55-64.
- Domingo, David (2004). *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Barcelona: Diputació de Barcelona; Col.legi de Periodistas de Catalunya.
- Estévez, Jaime (2002). *Periodismo en la Red*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Fernández, Amelia (2002). «Los nuevos lectores». *Tonos Digital. Revista electrónica de estudios filológicos*, 4, noviembre <<http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/Ameliafernandez.htm>>.
- Fortuny, Jordi (dir.) (2003). *Guia de mitjans de comunicació en català*. Barcelona: APPEC.

- García Gutiérrez, Antonio (2002). *La memoria subrogada. Mediación, cultura y conciencia en la red digital*. Granada: Universidad de Granada.
- Garton Ash, Timothy (2000). *Historia del presente*. Barcelona: Tusquets.
- Gómez Mompарт, Josep Lluís (coord.) (1996). *Metodologías para la historia de la comunicación social*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gómez Mompарт, Josep Lluís; Marín Otto, Enric (eds.) (1999). *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis.
- Gracia Cárcamo, Juan (2005). «Medios y formas de comunicación en el Bilbao contemporáneo (siglos XIX-XX). Reflexiones desde la historia sociocultural». *Medios y empresas de comunicación. Bidebarrieta. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, p. 29-86.
- Guillamet, Jaume (2002). «Factors de progrés i de retard en la evolució del periodisme. El cas d'Espanya en un context d'història comparada». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 121-136.
- Guillamet, Jaume (2003). *Història del periodisme. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Higgs, Edward (ed.) (1998). *History and electronic artefacts*. Oxford: Clarendon Press.
- Hunt, Lynn (ed.). (1989). *The new cultural history*. Berkeley: University of California Press.
- Lange, André (2001). «The history of television through the Internet: A few notes on the project www.histv.net». En: Roberts, Graham; Taylor, Philip M. (eds.): *The historian, television and television history*. Luton: University of Luton Press.

- Limia, Moisés *et al.* (2005). «Medios digitales de Galicia ¿versiones de los diarios impresos o cibermedios?». *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 616-636.
- López Poza, Sagrario (2003). «Una base de datos en Internet con información bibliográfica y archivo digital de imágenes de relaciones de sucesos españolas». En: Paba, Antonia (ed.). *Encuentro de civilizaciones (1500-1750). Informar, narrar, celebrar. Actas del Tercer Coloquio Internacional sobre relaciones de sucesos, Cagliari, 5-8 de septiembre de 2001*. Alcalá de Henares; Cagliari: Universidad de Alcalá; Università degli Studi di Cagliari, p. 21-32.
- Meso, Koldo (2004). «Los diarios electrónicos de provincias: el caso vasco». *Mediatika*, n.º 10. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, p. 135-195.
- Meso, Koldo (2005). «De Bilbao al ciberespacio. Evolución de los medios de comunicación bilbaínos en Internet». *Medios y empresas de comunicación. Bidebarrieta. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, 2005, p. 29-86.
- Meso, Koldo; Cantalapiedra González, María José (2004). «Presencia de los medios de comunicación vascos en Internet». *Mediatika*, n.º 10. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, p. 9-76.
- Montero Díaz, Julio; Rueda, J. C. (2001). *Introducción a la historia de la comunicación social*. Ariel: Barcelona.
- Mühlberger, Günter (1999). «Digitisation of newspaper clippings: The laurin project.» En: rlg DigiNews, vol. 3, n.º 6, 1999 <<http://www.rlg.org/preserv/diginews/index.html>>.
- Parra Valcarce, David; Álvarez Marcos, José (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

- Porrini, Glòria (2003). «Les col·leccions de premsa i el seu ús en investigació». *Treballs de Comunicació*, vol. 18. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 183-191.
- Ribes i Guàrdia, Xavier (2002). «Evolució de la producció multimedia a la Xarxa: del model editorial al model interactiu». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 49-59.
- Salaverría, Ramón (2004). «An immature medium. Strengths and weaknesses of online newspapers on September 11». *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67 (1). London: Sage, 69-86.
- Salaverría, Ramón; Cores, Rafael; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo; Larrondo, Ainara (2004). «Evaluación de los cibermedios en las comunidades vasca y Navarra». *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, n.º 1. Navarra: Universidad de Navarra, p. 161-189.
- Smith, Anthony (1980). *Goodbye Gutenberg. The Newspaper Revolution of the 1980s*, Oxford-New York: Oxford University Press, 1980 (Traducción castellana (1983): *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona: Gustavo Gili).
- Stevens, Michael E.; Burg, Steven B. (1997). *Editing historical documents. A handbook of practice*. London: Altamira.
- Townsend, Sean; Chappell, Cressida; Struijvé, Oscar (1999). *Digitising history. A guide to creating digital resources from historical documents*. Oxford: Oxbow Books.
- Vidal Beneyto, José (dir.) (2002). *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Madrid: Taurus.
- Wolton, Dominique (2000). *Internet, ¿y después?* Barcelona: Gedisa.