



EL MENSAJE CIBERPERIODÍSTICO EN LA ACTUALIDAD INTERNACIONAL. EL CASO DE LA PRIMAVERA ÁRABE

Félix Arias Robles

Universidad Miguel Hernández – flxarias@gmail.com

La presente comunicación presenta algunos de los principales resultados teóricos, metodológicos y analíticos de una investigación sobre la esencia formal del mensaje periodístico publicado en internet. Sus conclusiones se basan en el estudio de los principales parámetros que estos contenidos presentan en función de los rasgos tradicionales del lenguaje y de las variables surgidas en este nuevo soporte. Con el fin de centrarse en una muestra abarcable y representativa, los objetos examinados se enmarcan en la cobertura realizada por cuatro cibermedios, dos plataformas digitales de publicaciones impresas (El País y El Mundo) y dos proyectos nativos (La Información y Periodismo Humano). El estudio se centra en tres de las más trascendentales revoluciones de la Primavera Árabe, con el propósito de analizar unos hechos relevantes y un tratamiento uniforme. Y, para reflejar una visión suficientemente completa y holística sobre la multiplicidad de formatos de difusión, el trabajo incluye textos difundidos a través de los tres mecanismos más comunes: webs clásicas, blogs y redes sociales.

Palabras clave: Ciberperiodismo, mensaje, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, blogs, redes sociales, Primavera Árabe

1. Introducción

El estudio del mensaje periodístico no es una innovación en la bibliografía científica. Ni siquiera, desde hace ya algunos años, lo es en el contexto de internet. Sin embargo, lo que no es tan común, probablemente por la constante evolución de las nuevas tecnologías, es la existencia de estudios que abarquen la multiplicidad de formas y teorías que cohabitan en este entorno. Por eso, y porque resulta evidente que el futuro del periodismo se encuentra en una red cada vez más compleja y competitiva, el estudio de los contenidos constituye uno de los grandes factores para fomentar el conocimiento, la experimentación y la evolución de un producto de calidad que sigue buscando su propia identidad¹.

Partiendo de esta base, la investigación de la que se extrae este trabajo² tiene como misión principal identificar las características externas de los contenidos ciberperiodísticos y, por lo tanto, acercarse parcialmente a esa narrativa y esa retórica ciberperiodística, heredera de la cla-

¹ LÓPEZ GARCÍA, X. (2005): "El ciberperiodismo cultiva sus señas de identidad". En Ámbitos, núm. 13-14. Sevilla, Universidad de Sevilla. Págs. 45-58.

² Esta comunicación incluye una parte de la metodología, el marco teórico y los resultados obtenidos en la investigación realizada para el Trabajo Fin de Máster del Máster en Investigación en Periodismo. Discurso y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, que constituye una de las bases de una tesis doctoral sobre el lenguaje ciberperiodístico, en proceso de elaboración en la Universidad Miguel Hernández de Elche.

sica, pero con potencialidades renovadas. El foco de análisis, por tanto, se dirige hacia las herramientas textuales empleadas en la cobertura realizada sobre lo que se ha bautizado como la Primavera Árabe³ en función de cuestiones como los géneros periodísticos, el volumen de publicación o la utilización de las tres principales características de los contenidos informativos en la red: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Todo este proceso parte de la hipótesis de que el lenguaje ciberperiodístico está desarrollando unos rasgos propios y variables en función de los formatos en los que se difunde, pero que gran parte de su esencia se nutre de los componentes tradicionales de la comunicación escrita, visual y oral. Además, se considera que, aunque han avanzado de forma considerable, a estos contenidos todavía les queda mucho margen de mejora en sus posibilidades expresivas, y que la conjunción de estas nuevas potencialidades con los elementos formales y las capacidades creativas, organizativas y estilísticas constituye la clave para comprender y seguir configurando este mensaje.

2. Metodología

Para alcanzar estas metas y comprobar estas hipótesis, este trabajo se ha basado en el estudio de los contenidos publicados por cuatro cibermedios, a través de sus diversos canales digitales de comunicación, sobre tres de las más importantes revueltas acaecidas a principios de 2011 en el mundo árabe.

La selección de las cuatro publicaciones digitales de información general, dos surgidas de publicaciones impresas (*El País* y *El Mundo*) y dos proyectos nativos (*La Información* y *Periodismo Humano*), responde principalmente a tres criterios: la utilización de la palabra escrita como elemento central de comunicación, para poder emplear un sistema de análisis completo y uniforme; la representación de la variada naturaleza de los medios en internet, y los resultados de popularidad y audiencia. Para obtener éstos últimos, se han tenido en cuenta los datos que proporciona Alexa, un sistema de medición que, aunque no presenta unas cifras precisas, sí incluye a todo el universo de medios digitales⁴, y algunos de los números más relevantes que aportan Twitter y Facebook. De este modo, como se puede comprobar en esta figura, en las versiones digitales de los periódicos se ha tenido en cuenta, sobre todo, la posición de su dominio en la clasificación de Alexa, mientras que en los cibermedios originales, se ha valorado especialmente la utilización de las nuevas herramientas.

FIGURA 1
DATOS DE AUDIENCIA Y PRESENCIA EN REDES SOCIALES EL 14-7-11

	MEDIO	ALEXA (RANKING)	TWITTER	FACEBOOK
Ver- sion digital	<i>El País</i>	11	605.226	86.198
	<i>El Mundo</i>	12	333.147	37.376
	Abc	42	42.105	46.006
	<i>La Vanguardia</i>	50	20.186	-
Medio nativo	<i>Libertad Digital</i>	82		9.340
	<i>El Confidencial</i>	97	17.372	2.908
	<i>La Información</i>	131	174.521	22.972
	<i>Periodismo Humano</i>	768	21.646	40.635

FUENTE: Alexa, Twitter y Facebook

3 PRIEGO MORENO, A. (2011): "La primavera árabe: ¿una cuarta ola de democratización?". En UNISCI Discussion Papers, num. 26. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 75-94.

4 CAMINOS MARCET, J. M.; MARIN MURILLO, F. y ARMENTIA VIZUETE, J. I. (2006): "Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo". En Revista Latina de Comunicación, núm. 61. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna.

La inclusión de los principales formatos por los que actualmente se difunde la información periodística, encabezados por los portales o webs clásicas, los blogs y las redes sociales generalistas, está dirigida a ofrecer una visión lo más completa posible. El análisis comparativo de las distintas manifestaciones de los mensajes, con unas mismas condiciones de partida, constituye una forma de alcanzar sus atributos comunes y, sobre todo, su particular naturaleza y sus matices, mientras que el estudio conjunto de todas estas formas posibilita la configuración de un panorama general sobre el estado de los contenidos ciberperiodísticos.

La elección del periodo de estudio, restringido a las revueltas generadas contra los regímenes de Túnez, Egipto y Libia, se explica por dos razones prácticas. Por un lado, el interés y el consenso ideológico que despertaron estos procesos permiten encontrar un eje temático común sobre el que encontrar convergencias y divergencias formales. Por otro, la seducción experimentada y el carácter global de los hechos y de su cobertura proporcionan una oportunidad para calibrar la aplicación de los nuevos avances de un soporte que, entre sus principales características, incluye la propagación de información diversa y la interconexión. Porque las épocas de conflicto suponen una exacerbación y un reforzamiento de las acciones de los medios, de manera que constituyen una buena oportunidad para esclarecer su forma de actuar, y porque los grandes acontecimientos son un “caldo de cultivo” para la experimentación de nuevas fórmulas de expresión y presentación de la información⁵.

Y, finalmente, la decisión de escoger cuatro jornadas de cada uno de estos procesos revolucionarios se ha tomado después de comprobar que el 14 de enero, el 11 de febrero y el 22 de febrero fueron los días de mayor repercusión política, social y mediática en cada uno de ellos, y de considerar la conveniencia de incluir una jornada anterior y dos posteriores para cada caso. De este modo, se alcanza una cobertura amplia, que incluye también los antecedentes y las consecuencias, y se refleja el periodo de mayor repercusión en estos procesos revolucionarios.

Con todos estos elementos seleccionados, la investigación comprende dos niveles distintos de análisis. El primero, más escueto y genérico, abarca los cibertextos publicados durante los doce días referidos, hasta alcanzar un total de 1.114 piezas periodísticas, y es el que se emplea para esta comunicación. El segundo, en cambio, aunque comparte gran parte de marcos conceptuales sobre el mensaje escrito y digital, presenta unos parámetros más concretos y una estructura más compleja, con el fin de ahondar en los rasgos formales y a los recursos narrativos y retóricos, por lo que parte de una muestra del 5% del universo anterior.

3. El renovado paradigma de la comunicación en red

La función que la información desempeña en la vida de todo ciudadano⁶ siempre ha situado al periodismo como uno de los principales ejes del debate público, y las constantes y profundas transformaciones que está experimentando en el seno de la sociedad de la información han hecho que el interés por su presente y su futuro no deje de crecer⁷. Casi dos décadas después de la creación de los primeros proyectos especializados, la investigación sobre el ciberperiodismo ha ido evolucionando, a pesar de las dificultades que genera su constante evolución, hasta conformar un corpus teórico específico nutrido del análisis teórico y práctico.

5 LÓPEZ GARCÍA, G. (2007): “Las elecciones municipales y autonómicas en los diarios El País y El Mundo”. [en línea] En Infotendencias.com, 17 de mayo de 2007. <http://infotendencias.com/2007/05/17/las-elecciones-autonomicas-y-municipales-en-los-diarios-el-pais-y-el-mundo>

6 KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2003): Los elementos del periodismo. Madrid, Ediciones El País.

7 ESPADA, A. y HERNÁNDEZ BUSTO, E. (Ed.) (2009): El fin de los periódicos. Crisis y retos del periodismo actual. Barcelona, Duomo ediciones.

Hasta hace poco, en este contexto existían todavía grandes cuestiones sin apenas explorar, entre las que destacaba la redacción ciberperiodística⁸. Sin embargo, cuestiones como la necesidad de explotar la renovada creatividad narrativa⁹ o de fomentar una mayor profundidad en sus contenidos han relanzado el estudio de sus características formales, con importantes resultados bibliográficos y científicos.

Esta renovación técnica y teórica ha introducido cambios sustanciales en la concepción clásica de la comunicación¹⁰, especialmente en lo referente a las relaciones entre el mensaje, el emisor, el medio y el receptor. Por eso, aunque la comprensión de este nuevo paradigma requiere abarcar sucintamente todos sus elementos, es necesario hacer referencia, en todos ellos, a su influencia mutua con el texto. Porque, pese a que las nuevas tecnologías han obligado a redefinir las normas de la profesión¹¹, los contenidos siguen siendo el centro sobre el que gravitan los emisores y sus fuentes, los canales por los que transita y sus receptores¹².

3.1. La evolución de la tecnología, del marco y de sus protagonistas

Aunque la evolución tecnológica siempre ha influido considerablemente en la sociedad, desde el surgimiento de internet, gran parte de estos adelantos han llegado de la mano de la comunicación. Y es que la difusión planetaria de este canal ha generado un cambio revolucionario, hasta el extremo de considerar superada la etapa cultural regida por la imprenta, cuya capacidad expresiva contribuyó al ocaso del Antiguo Régimen¹³.

Desde su nacimiento, y especialmente en el último siglo, la prensa es uno de los sectores que más cambios tecnológicos ha experimentado¹⁴. Pero ahora, tras la renovación de los sistemas de composición, diseño y producción, los avances digitales han revolucionado sus modelos de elaboración y distribución hasta transformar la esencia de su labor¹⁵. Por eso, al margen del debate sobre una posible desaparición del papel, este cambio se considera generalmente como una nueva etapa en la evolución cíclica que el periodismo experimenta con el nacimiento de cada medio y la redefinición de los ya existentes.

Entre los profundos movimientos que sacuden al sector, las relaciones entre las empresas informativas, los periodistas y los destinatarios constituyen una de las principales incógnitas. Existe un cierto acuerdo sobre la importancia de que el redactor conozca las nuevas técnicas y las herramientas digitales, aunque sin convertirse en un informático¹⁶, y sobre su acercamiento hacia papeles como la intermediación, la organización de la información o el fomento de la participación a través de productos útiles y cotidianos¹⁷. No obstante, estas transformaciones no

8 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.) (2003a). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel.

9 COLORADO CASTELLARY, A. (2010): "Perspectivas de la cultura digital". En Zer, vol. 15, núm. 28. Leioa, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco. Págs. 103-115.

10 ORIHUELA, J. L. (2003): "De Maguncia a Telépolis: Claves de la enésima revolución mediática y pasaje para la próxima". En Sala de Prensa, vol. 2. Santiago de Chile, Centro Iberoamericano de Periodismo.

11 KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2003): Los elementos del periodismo. Madrid, Ediciones El País.

12 CASALS CARRO, M. J. (2005): Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística. Madrid, Fragua.

13 RUIZ, C. et al. (2010): "Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana". En Comunicación y Sociedad, vol. XXIII, núm. 2. Pamplona, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Págs. 7-39.

14 MESO AYERDI, K. (2006): Introducción al Ciberperiodismo. Breve Acercamiento al Estudio del Periodismo en Internet. Bilbao, Universidad del País Vasco.

15 CASASÚS, J. M. (2001): "Perspectiva ética del periodismo electrónico". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, n.º 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 49-55.

16 TÚÑEZ LÓPEZ, M.; MARTÍNEZ SOLANA, Y. y ABEJÓN MENDOZA, P. (2010): "Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, núm. 16. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 79-94.

17 VARELA, J. (2011): "Periodismo mutante". En Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación, núm. 86. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 107-110.

eximirían al profesional de conservar la esencia teórica y deontológica de la profesión, que propugna una información objetiva y veraz, contrastada, elaborada y explicada en profundidad¹⁸. Y entre tantas exigencias, el mensaje adquiere una relevancia especial, sobre todo si se considera que, ante la fusión de soportes en la red, el contenido se convierte en el factor diferencial y que, frente al aumento de la competencia, los periodistas deben desempeñar su trabajo tan bien que les permita cobrar por ello¹⁹.

Mientras las cifras de audiencia de la red siguen creciendo de forma progresiva, las consecuencias de las transformaciones tecnológicas y teóricas han tenido una especial repercusión en la concepción del receptor de la información, hasta el punto de vislumbrar un giro completo en el papel que antaño se defendía para los públicos²⁰ y una obligada revisión de la concepción del periodismo como cuarto poder²¹. Gran parte de estas transformaciones se han originado en la última década, cuando internet se ha convertido, además de en un gran almacén, en una especie de “macroágora” en la que los internautas pueden compartir sus inquietudes, informaciones y experiencias a través de la denominada Web 2.0²².

En este nuevo escenario, una de las claves ha sido el surgimiento y la consolidación de los blogs y las redes sociales. Los primeros se caracterizan, en su conjunto, por una ausencia de controles que les proporciona una gran libertad y, al mismo tiempo, una fragmentación de sus posibilidades efectivas en innumerables microuniversos limitados²³. Durante algún tiempo, se les consideró una amenaza frente al periodista, pero pronto se vio cómo, aunque incorporaban temas y actuaban como mediadores o altavoces, el proceso comunicativo se estabilizaba a favor de los medios tradicionales²⁴. Por eso, su impulso sirvió de acicate para muchos cibermedios, que encontraron en el blog una nueva forma de aumentar su pluralidad y su interés para el público²⁵.

Las redes sociales, el otro gran fenómeno, han hecho posible una conversación inmediata y horizontal, de “muchos para muchos”, que cuestiona el modelo unidireccional de la comunicación vertical²⁶. En este proceso, a las plataformas generalistas, como Facebook o Twitter, se les han unido las comunidades de práctica, para conformar un nuevo paradigma basado la actitud dialogante y la instauración de “una nueva etapa postmediática” con una atención “segmentada y diluida”²⁷.

18 SÁNCHEZ-CARBADILLO, J. R. (2008): “Perspectivas de la información en Internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica”. En *Zer*, vol. 13, núm. 25. Leioa, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco. Págs. 61-81.

19 GIL, Q. (2004): “Análisis centrípeta de la periodista en red. Nuevos perfiles profesionales”. En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 80-86.

20 REAL RODRÍGUEZ, E.; AGUDIEZ CALVO, P. y PRÍNCIPE HERMOSO, S. (2007): “Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos iguales?”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 189-212.

21 SALVAT MARTINREY, G. y PANIAGUA SANTAMARÍA, P. (2007): “¿Es esto periodismo, ciudadano?”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 227-246.

22 PARRA VALCARCE, D. (2008): “De Internet 0 a Web 3.0.: un reto epistemológico para la comunidad universitaria”. En *Anàlisi*, núm. 36. Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Págs. 65-78.

23 Op. Cit.

24 GARCÍA OROSA, B. y CAPÓN GARCÍA, J. (2004): “Las Bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 10. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 113-128.

25 LARRONDO URETA, A. (2005): “Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones”. En *Revista Latina de Comunicación*, núm. 60. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna.

26 FERNÁNDEZ TOLEDO, P. y OLIVIERA FERREIRA, I. (2009) “Horizontalidad discursiva en comunidades de prácticas digitales”. En *Clac (Círculo de lingüística aplicada a la comunicación)*, núm. 39. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Págs. 35-55.

27 CAMPOS FREIRE, F. (2008): “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales”. En *Revista Latina de Comunicación*, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 287-293.

Ante esta nueva forma de informar, se han puesto de manifiesto inconvenientes, como la falta de legibilidad, la menor portabilidad o las dificultades de acceso y navegación, y una serie de riesgos, como la amenaza a los derechos de propiedad intelectual y a la intimidad²⁸. Pero superados ya gran parte de los vaticinios extremistas, esta realidad ha despertado la necesidad de renovarse y de adaptarse a las nuevas estructuras de pensamiento y lógicas comunicativas²⁹. Pero, sobre todo, esta situación ha vuelto a poner de manifiesto la importancia de mantener y recuperar valores periodísticos como la veracidad, la crítica o la independencia, para alcanzar un compromiso ético. Porque sólo éste, unido a la apuesta por los renovados contenidos informativos de calidad, podrá distinguir al periodismo digital de la comunicación del conjunto de la red³⁰.

3.2. Hacia una redefinición del mensaje ciberperiodístico

Por lo tanto, se puede afirmar que el lenguaje periodístico está desarrollando un nuevo potencial expresivo que instaurará una novedosa retórica abierta a nuevas construcciones discursivas y que continúa siendo el núcleo de la estructura comunicativa³¹. Entre sus nuevas potencialidades, además de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, sus tres rasgos definitorios, destacan conceptos como la actualización, que modifica el concepto de periodicidad, o la instantaneidad, que supera la inmediatez de los medios audiovisuales y adquiere una nueva dimensión por ser acumulativa y no sustitutiva³².

Como consecuencia, la configuración de los géneros ciberperiodísticos ha despertado un importante debate teórico. Concebidos como modelos textuales caracterizados por convenciones estilísticas y retóricas para establecer pactos de lectura entre emisores y receptores³³, estos paradigmas se han visto sometidos, a lo largo de la historia, a diversas transformaciones, y ahora, ante el nuevo entorno comunicativo, la polémica sobre la continuidad, la ruptura, o la renovación de estas taxonomías no ha hecho más que aumentar³⁴.

En el ciberperiodismo, su estudio se basó inicialmente en las clasificaciones clásicas de la prensa, centradas en el estilo y la actitud del periodista. No obstante, algunos trabajos han comenzado a considerar como criterios básicos los principios del hipertexto, que limita el control del periodista sobre el texto y diluye sus límites, hasta alimentar una creciente hibridación³⁵. Estos supuestos han llevado a la formulación de nuevas clasificaciones, que distinguen entre géneros conectados, centrados en localizar a los protagonistas; los documentados, que profundizan en los hechos, y entre los que se podría ubicar a la renovada infografía, y los dialógicos, protagonizados por la participación, y entre los que se encuentran la charla virtual, la encuesta o el foro³⁶.

No obstante, estas transformaciones se manifiestan también en otros géneros como la noticia, beneficiada por la actualización constante y una mejor contextualización³⁷; el reportaje,

28 PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

29 DÍAZ NOSTY, B. (2011): "Vida más allá del papel...". En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 86. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 52-65.

30 CASASUS, J. M. (2001): "Perspectiva ética del periodismo electrónico". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 49-55.

31 CASALS CARRO, M. J. (2005): *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid, Fragua.

32 PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

33 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.) (2003a). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel.

34 RODRÍGUEZ BETANCOURT, M. (2004): "Géneros periodísticos: para arropar su hibridez". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 10. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 319-328.

35 Op. Cit.

36 PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

37 NAVARRO ZAMORA, L. (2009): "Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad". En *Comunicar*, vol. XVII, núm. 33. Huelva, Grupo Comunicar. Págs. 35-43.

que ha emprendido “nuevas rutas expresivas” a través de la información multimedia³⁸, o la crónica, debido al desarrollo de la retransmisión en directo y a su incursión en el blog. En cambio, los escritos que menores mutaciones han experimentado, hasta la fecha, son los de opinión, que teóricamente deberían dejar de ser géneros de autor con razonamientos lineales y acercarse a un diálogo colectivo³⁹.

En cualquier caso, como se apuntaba anteriormente, se considera que la hipertextualidad constituye la base del cambio que ha experimentado la presentación y la lectura de información digital⁴⁰. Definida como “un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de información en unidades discretas (nodos), y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces)”⁴¹, su análisis ha despertado el interés de campos como literatura, la documentación y el periodismo⁴².

La consecuencia más inmediata de su utilización es la ruptura de la secuencialidad o linealidad del texto, que ha supuesto una renovación en la teoría de la comunicación. Por eso, en el ámbito del periodismo, las reflexiones se han dirigido hacia la modificación de la estructura del mensaje y a su repercusión en el emisor y el receptor. La mayor parte de los análisis coinciden en ensalzar la fragmentación como el rasgo principal de la nueva información, en la que el contenido se compone de un texto matriz que recoge los elementos esenciales y articula otros textos que lo circundan⁴³.

De esta forma, el hipertexto alcanza una tercera dimensión, la profundidad⁴⁴, que permite distribuir la información por capas o niveles superpuestos. El mensaje se distribuye así mediante una nueva pirámide caracterizada por la bifurcación de posibles caminos⁴⁵, que da lugar a una amplia gama de tipologías estructurales. En ocasiones, esta nueva “condición rizomática” produce en el usuario cierta sensación de extravío⁴⁶, y aquí es donde entra en juego el renovado papel del emisor, que debe ser capaz de estructurar y jerarquizar la información y de buscar un equilibrio entre las fuerzas de expansión y contracción de los enlaces⁴⁷. Pero esta nueva potencialidad otorga un nuevo poder al receptor, que además de poder modificar y reenviar los mensajes que recibe, como en antigua tradición oral, es capaz de escoger su propia lectura⁴⁸, aunque ahora mediante enlaces.

Por eso, se ha reconocido que gran parte de estos avances teóricos se pueden adaptar a los elementos clásicos de la retórica aristotélica. En la inventio, algunos argumentos, como el de autoridad, podrían alcanzar nuevos horizontes con los enlaces externos a las fuentes, que susti-

38 MARRERO SANTANA, L. (2008): “El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido”. En *Revista Latina de Comunicación*, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 348-367.

39 LARRONDO URETA, A. (2009): *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

40 PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

41 ORIHUELA, J. L. (2002): “Nuevos paradigmas de la comunicación”. En *Chasqui*, núm. 77. Quito, CIESPAL.

42 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2003b). “Hipertexto periodístico: teoría y modelos”. En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.): *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel. Págs. 81-140.

43 MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (2001): “El mensaje periodístico en la prensa digital”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 19-32.

44 PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

45 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.) (2003a). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel.

46 ALAYÓN GÓMEZ, J. (2004): “Retórica y discurso hipertextual: del trovador oral al trovador hipermedial”. En *II Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad*. Barcelona, CiberSociedad.

47 RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, A. (2004): “Necesidades de formación y experimentación”. En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 75-86.

48 LARRONDO URETA, A. (2009): *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

tuyen a las citas textuales⁴⁹. En la dispositio, la ductilidad estructural del hipertexto permite organizar los textos de múltiples maneras, hasta conformar una narración fragmentada, pero coordinada, que después pueda reconstruir el lector⁵⁰. Y en la elocutio, se puede destacar la ampliación de diversas figuras retóricas como la bifurcación o la analepsis, más conocida como flasback⁵¹.

Pero, sobre todo, estas cuestiones revelan que se están produciendo avances en la conformación de un lenguaje más complejo y más abierto a la interpretación del lector, sobre el que hay que seguir investigando para encontrar las reglas que, en lugar de coartar sus posibilidades expresivas, hagan posible una verdadera comunicación⁵².

No obstante, a pesar de estas ideaciones, los análisis prácticos muestran que todavía queda mucho camino por recorrer. Principalmente, se observa un escaso uso de las posibilidades expresivas del hipertexto en el aspecto narrativo, una excesiva yuxtaposición de contenidos y una falta de criterio y planificación⁵³. Sólo formatos como los blogs y géneros como el reportaje, a través de los elementos documentales y estructurales⁵⁴ parecen estar aprovechando sus nuevas potencialidades.

Además del hipertexto, después de que el avance tecnológico favoreciese la difusión de imágenes, el lenguaje audiovisual se ha integrado, al menos en teoría, con el escrito, acercando la posibilidad de alcanzar la esperada multimedialidad. Definida como la integración, en un mismo soporte discurso, de texto, imágenes fijas o en movimiento y nuevos lenguajes de programación web⁵⁵, esta característica debería evitar las redundancias y fomentar la complementariedad, pero, de nuevo, las observaciones prácticas demuestran que los cibermedios todavía utilizan los elementos audiovisuales de forma yuxtapuesta⁵⁶, y que hasta en soportes como los blogs, el texto predomina frente a los recursos gráficos y sonoros⁵⁷.

Por último, la interactividad es, para algunos, la principal característica de la comunicación en la red⁵⁸. Concebida como la capacidad del receptor para escoger sus propios itinerarios, emitir opiniones, y agregar o quitar información⁵⁹, la interactividad supera otros conceptos, como la personalización o la interactividad, que coinciden con sus niveles más elementales y con los que ha menudo ha sido confundida. Aunque existen varias propuestas, sus manifestaciones se pueden resumir en la capacidad selectiva o informacional, asimilable a una navegación hipertextual;

49 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2003b). "Hipertexto periodístico: teoría y modelos". En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.): Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel. Págs. 81-140.

50 LARRONDO URETA, A. (2005b): "Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada". En Ámbitos, núm. 13-14. Sevilla, Universidad de Sevilla. Págs. 155-175.

51 PALACIOS, M. y DÍAZ NOCI, J. (2007): Ciberperiodismo. Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

52 DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2003b). "Hipertexto periodístico: teoría y modelos". En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.): Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel. Págs. 81-140.

53 SALAVERRÍA ALIAGA, R. (1999): "De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital". En Novatica, núm. 142. Barcelona, Asociación de de Técnicos de Informática. Págs. 12-15.

54 MARRERO SANTANA, L. (2008): "El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido". En Revista Latina de Comunicación, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 348-367.

55 LARRONDO URETA, A. (2009): Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

56 MARTÍN BERNAL, Obdulio (2004): "Periodismo en la Red. La dudosa fortuna de navegar sin rumbo". En Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 46-52.

57 SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2008): "El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general". En Actas y Memoria Final del Congreso Internacional Fundacional AE-IC. Investigar la Comunicación. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.

58 LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, J. y GAGO MARIÑO, M.: (2001): "¿Llegó la hora del lecto-periodista? Análisis de la utilización de enlaces externos en "Gaceta de Galicia". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 109-117.

59 ZALCBERG, A. (2001): "El ciberperiodismo". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 167-184.

la participativa, en la que el receptor ofrece su punto de vista; la creativa, en la que se conforman nuevos referentes a partir de los gustos del usuario, y la interactiva, que supone la creación de canales simétricos, hasta crear transformar los mensajes cerrados en productos abiertos⁶⁰.

En mayor o menor grado, nadie discute que las consecuencias de este fenómeno afectan al receptor, que adquiere un mayor protagonismo. Pero también obliga al emisor a renovar su identidad, a seguir seleccionando, organizando y difundiendo sus productos en la red, pero también a abrirse a la colaboración con el receptor⁶¹, y a desarrollar la capacidad de recibir críticas inmediatas y directas sobre sus creaciones⁶². Por ahora, esta nueva potencialidad se manifiesta principalmente por medio de los sistemas de valoración, las encuestas, las redes sociales y de los comentarios⁶³.

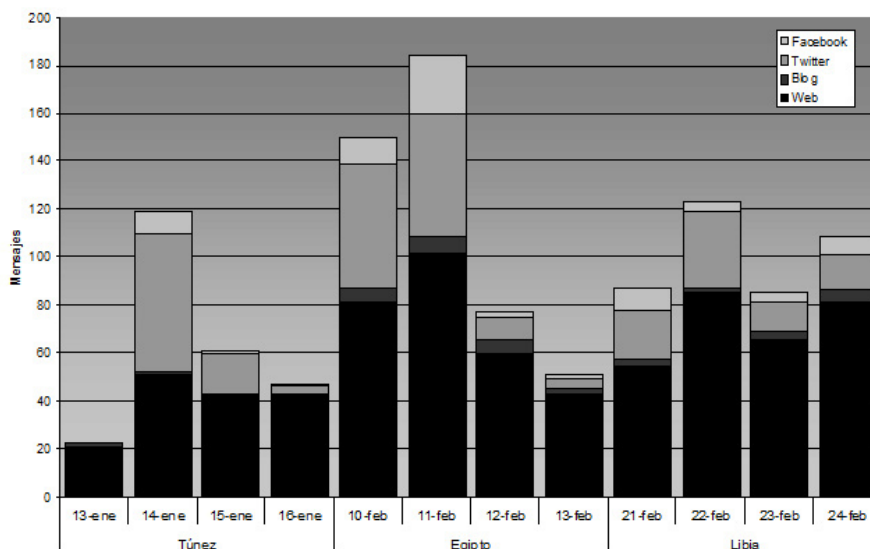
4. Resultados

Partiendo de estos supuestos teóricos, y aplicando la metodología antes detallada, a continuación se muestran algunos de los resultados obtenidos en esta investigación.

4.1. Cobertura

La primera cuestión abordada es el comportamiento general de los medios analizados, diferenciando el uso de los diferentes formatos, en el tratamiento los hechos ocurridos durante las revueltas en los países árabes.

FIGURA 2
COBERTURA GENERAL



FUENTE: elaboración propia

60 MARRERO SANTANA, L. (2008): "El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido". En Revista Latina de Comunicación, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 348-367.

61 CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2009): "Comunicación interactiva en los cibermedios". En Comunicar, vol. XVII, núm. 33. Huelva, Grupo Comunicar. Págs. 15-24.

62 PRIETO AMPUDIA, J. M. (2006): "Influencia de Internet en el periodismo económico en España". En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, núm. 12. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 413-430.

63 MOLINA, P. (2008): "Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia". En Análisi. Quaderns de comunicació i cultura, núm. 36. Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Págs. 175-182.

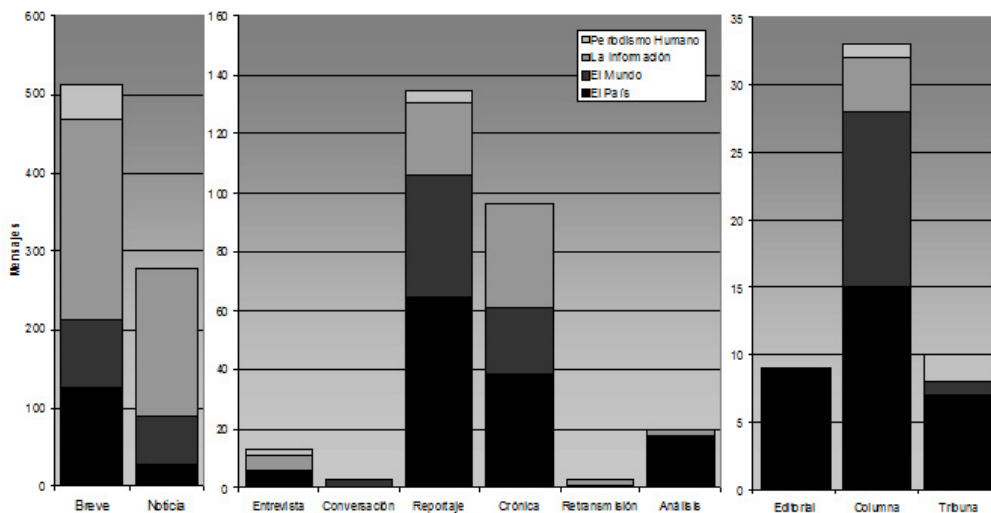
En general, se puede observar cómo el movimiento ciudadano de Egipto fue el que mayor interés despertó en los cuatro cibermedios analizados, especialmente los días 10 y 11 de febrero, en los que el derrocamiento de Hosni Mubarak llegó a motivar la difusión de hasta 150 y 184 textos periodísticos. Resulta interesante también resaltar las curvas que esta cobertura dibuja en cada proceso, marcado por un inicio más o menos intenso, un punto álgido de gran atención y un progresivo descenso. Sólo el caso de Libia presenta un interés más uniforme a lo largo del tiempo, por la naturaleza de un desarrollo más complejo.

Este comportamiento cíclico se aprecia todavía con mayor claridad en una red social como Twitter, en la que la variación de su uso puede descender hasta en 81% en un solo día, como ocurre del 11 al 12 de febrero, mientras que es mucho menos relevante en los textos publicados en los blogs, en los que en este mismo periodo se mantiene totalmente estable con 6 piezas diarias. Esta circunstancia vendría a probar que las características formales de estas últimas herramientas permiten un tratamiento más reflexivo y constante el tratamiento inmediato y fugaz, al contrario que las primeras, que se basan en la inmediatez y la fugacidad. E incidiendo en las peculiaridades de las redes sociales, destaca la considerable utilización de Twitter, con un total de 275 mensajes difundidos, muy por encima de Facebook, probablemente menos adaptado a sus necesidades, con sólo 75 textos, aunque todavía por debajo de la web clásica, que todavía representa más del 65% de contenidos y a la que sólo supera el 14 de enero.

4.2. Géneros

Durante estos días, como en todos los soportes periodísticos, los medios fueron variando la forma de trasladar al usuario la realidad a través los géneros periodísticos.

FIGURA 3
UTILIZACIÓN DE LOS GÉNEROS INFORMATIVOS, INTERPRETATIVOS Y ARGUMENTATIVOS



FUENTE: elaboración propia

Si se tienen en cuenta las diferentes escalas que presentan los gráficos de esta figura, resulta innegable que el breve es la forma más empleada para cubrir estas revueltas, principalmente por el peso que poseen las 350 piezas difundidas por las redes sociales, en las que la información se transmite con pocas palabras. A una distancia considerable le sigue la noticia, que cobra una

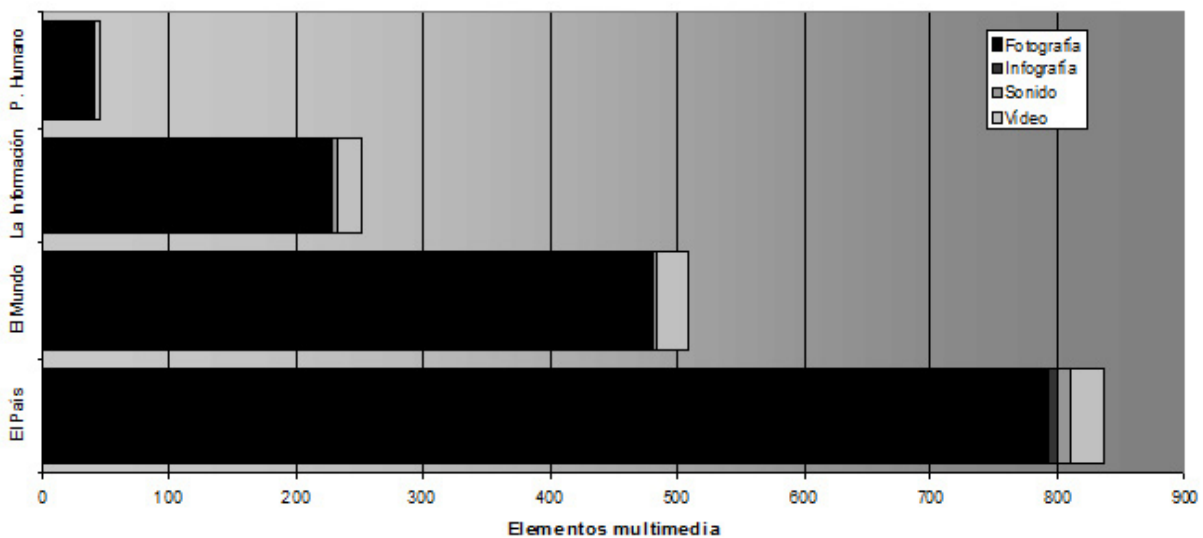
especial relevancia durante el día previo a los puntos álgidos de cada revuelta, cuando los hechos se publican sin que la atención mediática acabe de ocuparse de su tratamiento en profundidad.

Entre los géneros interpretativos, resalta la hegemonía de dos de los grandes géneros del periodismo escrito: la crónica, que se utiliza fundamentalmente para narrar con mayor riqueza y profundidad los sucesos más importantes, y el reportaje, que abunda en los días posteriores a los grandes movimientos sociales con el fin de explicar y mostrar sus múltiples aristas. Por el contrario, es reseñable el escaso uso de la entrevista, que apenas supera el 1% del total, y sobre todo de dos de las principales aportaciones formales de la red, la conversación o entrevista online realizada por los usuarios, y la retransmisión en directo, que sólo se utilizan en 3 ocasiones cada una. Y en cuanto a los argumentativos, que apenas alcanzan el medio centenar, el protagonismo es para la columna, que constituye el único modelo presente en los cuatro medios analizados.

4.3. Multimedialidad

Aunque la multimedialidad es uno de los rasgos teóricamente más extendidos y defendidos, probablemente por las características propias de los acontecimientos representados, se puede comprobar cómo esta fusión de lenguajes presenta numerosos matices.

FIGURA 7
UTILIZACIÓN POR MEDIOS DE FOTOGRAFÍAS, INFOGRAFÍAS, SONIDOS Y VÍDEOS



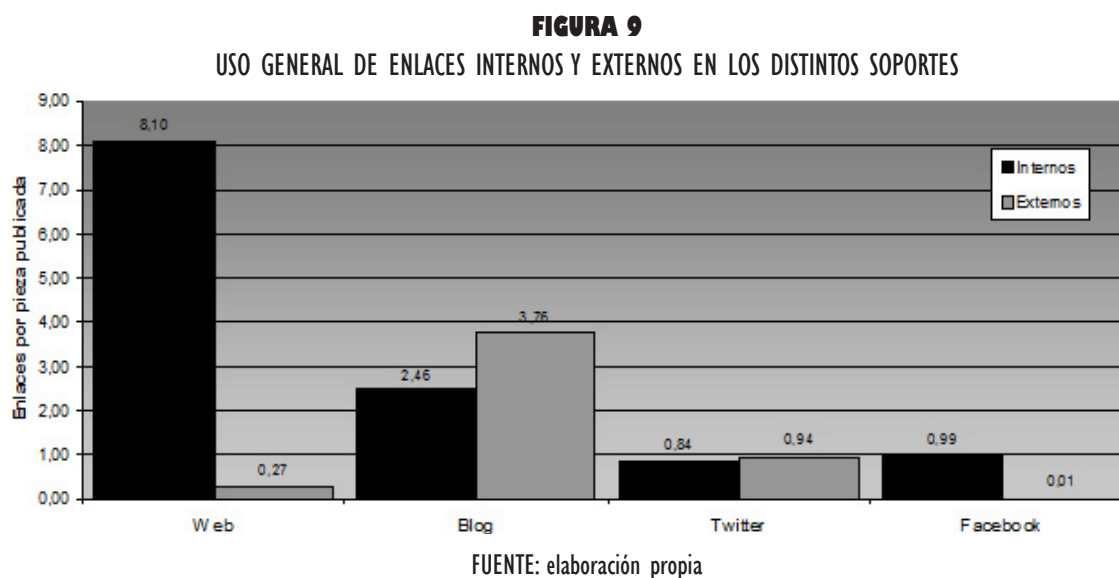
FUENTE: elaboración propia

Como se puede observar, la fotografía constituye, con diferencia, el complemento paratextual más importante y, en gran parte de los casos analizados, el único que acompaña al texto escrito. Este hecho es más evidente en El Mundo y El País, las dos publicaciones que tienen su origen en la prensa, donde conforma un 95% de media de todos los elementos multimedia, pero se manifiesta también claramente en los dos cibermedios nativos, donde suponen un 86% del total. El segundo recurso en importancia es el vídeo, que en medios como Periodismo Humano y La Información alcanza hasta un 9% y un 7% del total respectivamente, mientras que en otros como El País apenas supera el 3%. Sin embargo, más clara todavía es la escasez de infografías y, sobre todo, de sonidos que, en su conjunto, constituyen un 1,6% y un 0,8% respectivamente del total de recursos audiovisuales.

A esta realidad contribuye la ausencia de estos tres últimos elementos en soportes como las redes sociales, pero también es posible explicarlo por la falta de práctica profesional y las limitaciones técnicas de las que adolecen.

4.4. Hipertextualidad

El otro rasgo clave del nuevo lenguaje cibernético, a simple vista, sí parece haberse extendido en mayor grado entre los medios analizados.



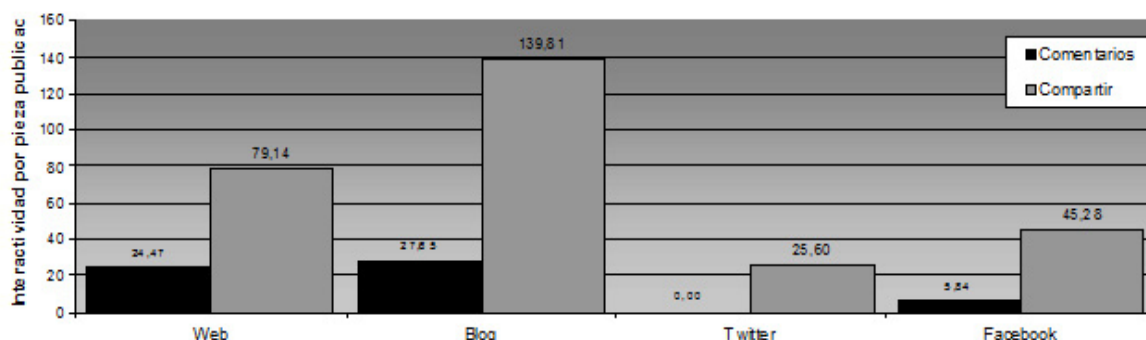
Con una media general de 6,18 hiperenlaces por cada mensaje publicado, se puede considerar que, como anuncian diversas teorías, la mayor parte de los contenidos ciberperiodísticos se encuentran efectivamente interrelacionados. Sin embargo, hay que precisar que, como se intuye a través esta figura, la mayor parte de estas conexiones se producen dentro de los propios medios, entre sus múltiples productos. En concreto, estos enlaces internos suponen más de un 91% del total, y ejercen un dominio casi absoluto en los mensajes publicados en las webs y, sobre todo, en Facebook. Esto indica, por lo general, que el usuario puede tener a su disposición diversas posibilidades para complementar su lectura, pero normalmente dentro de un entorno y una visión común, y que esa red social se usa fundamentalmente como una forma de atraer al público o para otras funciones como el diálogo.

En el lado contrario, los vínculos externos superan a los que se dirigen al propio ente emisor en Twitter, a causa de la generalización del uso de etiquetas, sobre todo en los blogs. Este último hecho vuelve a poner de manifiesto que este nuevo formato, incluso dentro de los cibermedios, parece erigirse en el máximo exponente de las nuevas potencialidades comunicativas de internet y, gracias al uso de este tipo de hipertextualidad, por su capacidad para abrirse al exterior, en una ventana independiente capaz de albergar un mayor número de voces.

4.5. Interactividad

Por último hay que prestar atención a la capacidad para interactuar que proporcionan los mensajes digitales, en función de dos parámetros principales: los comentarios de los usuarios que se publican junto al texto principal y el número de veces que estos receptores utilizan sus propios perfiles en las redes sociales para compartir aquello que les interesa a través de unos botones que, junto a cada texto, proporcionan los soportes originales de la información.

FIGURA 11
COMENTARIOS Y MENSAJES COMPARTIDOS EN LAS REDES SOCIALES EN FUNCIÓN DEL SOPORTE



FUENTE: elaboración propia

A través de esta figura, se puede ver cómo, en contra de lo que podría parecer en un principio, el grado de interactividad, al menos en cada mensaje publicado, es notablemente inferior en Facebook y, sobre todo, en Twitter, donde no es posible realizar comentarios. Por el contrario, resalta de nuevo el carácter más abierto y participativo de los blogs, que logran reunir casi una treintena de comentarios por cada publicación, superando ligeramente a los textos de las webs, y casi duplicando a éstas en el número de usuario que las difunden a través de las redes sociales.

5. Bibliografía

- ALAYÓN GÓMEZ, J. (2004): "Retórica y discurso hipertextual: del trovador oral al trovador hipermedial". En II Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad. Barcelona, Cibernsiedad.
- CAMINOS MARCET, J. M.; MARIN MURILLO, F. y ARMENTIA VIZUETE, J. I. (2006): "Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo". En Revista Latina de Comunicación, núm. 61. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna.
- CAMPOS FREIRE, F. (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales". En Revista Latina de Comunicación, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 287-293.
- CASALS CARRO, M. J. (2005): Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística. Madrid, Fragua.
- CASASUS, J. M. (2001): "Perspectiva ética del periodismo electrónico. En Estudios sobre el Mensaje Periodístico, n.º 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 49-55.
- COLORADO CASTELLARY, A. (2010): "Perspectivas de la cultura digital". En Zer, vol. 15, núm. 28. Leioa, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco. Págs. 103-115.
- DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.) (2003a). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel.
- DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2003b). "Hipertexto periodístico: teoría y modelos". En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coord.): Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Ariel. Págs. 81-140.
- DÍAZ NOSTY, B. (2011): "Vida más allá del papel...". En Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación, núm. 86. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 52-65.

- ESPADA, A. y HERNÁNDEZ BUSTO, E. (Ed.) (2009): *El fin de los periódicos. Crisis y retos del periodismo actual*. Barcelona, Duomo ediciones.
- FERNÁNDEZ TOLEDO, P. y OLIVIERA FERREIRA, I. (2009) "Horizontalidad discursiva en comunidades de prácticas digitales". En *Clac (Círculo de lingüística aplicada a la comunicación)*, núm. 39. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Págs. 35-55.
- GARCÍA OROSA, B. y CAPÓN GARCÍA, J. (2004): "Las Bitácoras o weblogs y la lógica del campo informativo. Un análisis comparativo con la agenda mediática tradicional". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 10. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 113-128.
- GIL, Q. (2004): "Análisis centripeto de la periodista en red. Nuevos perfiles profesionales". En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 80-86.
- LARRONDO URETA, A. (2005a): "Presencia del formato weblog en los cibermedios: una aproximación a sus usos y funciones". En *Revista Latina de Comunicación*, núm. 60. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna.
- LARRONDO URETA, A. (2005b): "Estructura discursiva de la noticia hipertextual: el valor de la información relacionada y documentada". En *Ámbitos*, núm. 13-14. Sevilla, Universidad de Sevilla. Págs. 155-175.
- LARRONDO URETA, A. (2009): *Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2007): "Las elecciones municipales y autonómicas en los diarios El País y El Mundo". [en línea] En *Infotendencias.com*, 17 de mayo de 2007. <http://infotendencias.com/2007/05/17/las-elecciones-autonomicas-y-municipales-en-los-diarios-el-pais-y-el-mundo>.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2003): "Retórica del hipertexto periodístico". En DÍAZ NOCI, J. y SALAVERRÍA ALIAGA, R. (Coords.): *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel. Págs. 385-424.
- LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, J. y GAGO MARIÑO, M.: (2001): "¿Llegó la hora del lecto-periodista? Análisis de la utilización de enlaces externos en "Gaceta de Galicia". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 109-117.
- KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2003): *Los elementos del periodismo*. Madrid, Ediciones El País.
- MARRERO SANTANA, L. (2008): "El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido". En *Revista Latina de Comunicación*, núm. 63. La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna. Págs. 348-367.
- MARTÍN BERNAL, Obdulio (2004): "Periodismo en la Red. La dudosa fortuna de navegar sin rumbo". En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 46-52.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (2001): "El mensaje periodístico en la prensa digital". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 19-32.
- MESO AYERDI, K. (2006): *Introducción al Ciberperiodismo. Breve Acercamiento al Estudio del Periodismo en Internet*. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- NAVARRO ZAMORA, L. (2009): "Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad". En *Comunicar*, vol. XVII, núm. 33. Huelva, Grupo Comunicar. Págs. 35-43.
- ORIHUELA, J. L. (2002): "Nuevos paradigmas de la comunicación". En *Chasqui*, núm. 77. Quito, CIESPAL.

- ORIHUELA, J. L. (2003): "De Maguncia a Telépolis: Claves de la enésima revolución mediática y pasaje para la próxima". En Sala de Prensa, vol. 2. Santiago de Chile, Centro Iberoamericano de Periodismo.
- PALACIOS, M. y DÍAZ NOCI, J. (2007): *Ciberperiodismo. Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.
- PRIEGO MORENO, A. (2011): "La primavera árabe: ¿una cuarta ola de democratización?". En UNISCI Discussion Papers, num. 26, mayo. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 75-94.
- REAL RODRÍGUEZ, E.; AGUDIEZ CALVO, P. y PRÍNCIPE HERMOSO, S. (2007): "Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos iguales?". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 189-212.
- RODRÍGUEZ BETANCOURT, M. (2004): "Géneros periodísticos: para arropar su hibridez". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 10. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 319-328.
- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, A. (2004): "Necesidades de formación y experimentación". En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 59. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 75-86.
- RUIZ, C. et al. (2010): "Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana". En *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, núm. 2. Pamplona, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Págs. 7-39.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. (1999): "De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital". En *Novatica*, núm. 142. Barcelona, Asociación de de Técnicos de Informática. Págs. 12-15.
- SALAVERRÍA ALIAGA, R. (2008): "El estilo del blog periodístico: usos redaccionales en diez bitácoras españolas de información general". En *Actas y Memoria Final del Congreso Internacional Fundacional AE-IC. Investigar la Comunicación*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.
- SALVAT MARTINREY, G. y PANIAGUA SANTAMARÍA, P. (2007): "¿Es esto periodismo, ciudadano?". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 13. Madrid. Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 227-246.
- SÁNCHEZ-CARBADILLO, J. R. (2008): "Perspectivas de la información en Internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica". En *Zer*, vol. 13, núm. 25. Leioa, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco. Págs. 61-81.
- TÚÑEZ, M.; MARTÍNEZ SOLANA, Y. y ABEJÓN MENDOZA, P. (2010): "Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 16. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 79-94.
- VARELA, J. (2011): "Periodismo mutante". En *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 86. Madrid, Fundación Telefónica. Págs. 107-110.
- ZALCBERG, A. (2001): "El ciberperiodismo". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense. Págs. 167-184.