

Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet

Dr. JOSÉ MANUEL DE PABLOS COELLO
jpablos@ull.es
Catedrático de Periodismo
Universidad de La Laguna (Tenerife)

RESUMEN

Internet llega a una velocidad tal que grandes sectores de la sociedad no llegan a asimilar con precisión todo su significado y se limitan a ver el fenómeno comunicativo en funcionamiento. El primero de los aspectos que se encuentra el estudioso es la marea de confusiones en torno al mismo vocablo, Internet. En muchas ocasiones, la mera red interconectada se presenta como si se tratara de un medio de comunicación y no un ámbito o recurso para la comunicación, que son dos cuestiones diferentes, ya que Internet *per se* no significa mensaje, sino posibilidad de que a éstos se acceda. El autor reflexiona sobre la necesidad de aclarar conceptos muy básicos del entorno telemático y de aclarar la terminología al uso sobre Internet, incluso en ambientes académicos.

PALABRAS CLAVE: Internet, Terminología, Telemática, Red interconectada, Periodismo digital.

ABSTRACT

THE NECESSITY TO CLARIFY CONCEPTS AND THE TERMINOLOGY OF INTERNET

Internet arrives so fast that large sectors of society do not fully assimilate all its meaning and just see the communicative phenomenon at work. The first problem the investigator encounters is the confusion surrounding the word itself, Internet. In many occasions, the interconnected net is presented as a mass media, rather than an environment

or a resource for communication. These are different things, since Internet itself does not mean “message”, but the possibility to access them. The author reflects about the necessity to clarify basic concepts of the telematics environment and also Internet related terminology, both at low and academic levels.

KEY WORDS: Internet, Terminology, Telematic, Interconnected Net, Digital Journalism.

Es muy probable que uno de los defectos de la sociedad finisecular –sin relación alguna con la teoría de la sociedad de la información– sea el del mimetismo. Lo malo del mimetismo, con ser malo intrínsecamente, es que el ser mimético es una persona que generalmente no hace uso de la capacidad de reflexionar, de pensar las cosas un poco antes de aceptarlas, o no lo hace con la frecuencia que es de esperar en animales racionales. Tal vez por esa causa vivimos en un ambiente donde los tópicos nos asaltan, como una clara manifestación de la insensatez de algunas decisiones y de mucho discurso.

En el ambiente de Internet todo esto se refleja de manera muy clara, tanto que es preocupante. En realidad, este fenómeno del mimetismo, de repetir lo que otro ha dicho sin pararse a pensar si se trata de una incorrección o es acertado, se ve con frecuencia en el mundillo de la comunicación.

No otra cosa que un seguir la ruta del mimetismo es el empleo de expresiones como “prensa impresa”, como si toda la prensa no fuera impresa, como si pudiera haber algún tipo de prensa que no lo fuera. En esa línea de expresiones tan llenas de incorrección por redundantes encontramos también “prensa escrita”, como si igualmente hubiera algún tipo de prensa que no lo fuera; o bien se puede escuchar o leer cuando se habla de infografía la expresión “gráficos creados por ordenador”, como si verdaderamente fuera preciso que todo gráfico tuviera que ser originado en una pantalla o como si fuera realmente de interés ese añadido. A nadie, por el contrario, se la ocurre cuando habla del texto periodístico señalar la expresión “texto creado por ordenador”, porque sería una expresión tan vana como la referida a gráficos. Lo importante sigue siendo el contenido y no los procedimientos.

Ahora, con la fulgurante llegada de Internet, la ceremonia confusa de los tópicos la volvemos a encontrar en el discurso referido a la Red. Para empezar y en lo que más nos afecta, nos hablan de “periodismo electrónico” para referirse al servicio de noticias escritas y con el complemento de material gráfico. En países hispanos como Argentina son más precisos y al periodismo impreso lo llaman “periodismo gráfico”, porque todo su material es gráfico: la tipografía de los textos, la fotografía o la infografía, lo mismo que los elementos publicitarios y el

resto de unidades compositivas de toda plana, como chistes, caricaturas, etc. todo es grafía, de ahí la correcta denominación de llamarlo “periodismo gráfico”. En nuestro entorno, si uno habla de periodismo gráfico, por error se entiende periodismo fotográfico. O sea, otro ejemplo más del mimetismo malo aplicado al mundo de la comunicación social.

LA CORRECTA EXPRESIÓN “PERIODISMO TELEMÁTICO”

En el tiempo todavía auroral del periodismo telemático¹ –expresión más correcta que /periodismo electrónico/– a nadie se le ocurre hablar de /radio electrónica/ ni de /televisión electrónica/. Parece que hay un consenso en aceptar que la radio y la televisión son electrónicas desde su mismo nacimiento, que son dos ambientes mediáticos típicamente electrónicos y por ello en el tiempo de lo digital se habla más de radio digital o televisión digital. Como el periodismo impreso no es históricamente un entorno electrónico como lo son la radio y la televisión y como la electrónica² llegó mucho más tarde a la prensa, de ahí arranca el error del que advertimos aquí.

Hoy, el periodismo clásico ya es plenamente electrónico en la fase crítica de la preimpresión, lo que sucede es que en el momento de disponerse del periódico prototipo, cuando el material gráfico ya está dispuesto para su salida al encuentro con los lectores, se presenta una tremenda fractura tecnológica y se efectúa un violento retroceso de cinco siglos atrás, para regresar a la tecnología medieval de la impresión sobre láminas de papel³. O sea, un producto digital todavía en la fase de ejemplar inédito, lleno de posibilidades de ponerse en línea⁴ y erigirse en buen ejemplo de las altas prestaciones de la telemática al servicio de la comunicación social, se reduce a seguir siendo una manifestación analógica, en soporte igualmente medieval, todo ello sin conexión alguna con los parámetros de la sociedad de la información y sin relación con la informática. Esto es, una lástima, un error desde el punto de vista de las nuevas tecnologías: se saca a la calle un producto analógico elaborado o editado con nuevas tecnologías y después se copia con viejas tecnologías, por muy nue-

¹ Telemática fue neologismo propuesto en 1977 por el profesor español Luis Arroyo, como recuerda el mismo autor en su libro *Del bit a la telemática* (1987, p. 200).

² La electrónica es un concepto del siglo XVIII y la prensa viene desde Gutenberg, de mediados del XV.

³ Para subrayar más esta incoherencia, Negroponte dice que la impresión analógica se hace en láminas de árboles muertos.

⁴ Decimos /en línea/ al modo del inglés /on line/, que es /on line/, pero aplicado a telecomunicaciones.

vas que sean las rotativas, que son viejas tecnologías nuevas, pero viejas siempre a la postre⁵.

Si la expresión /periódico electrónico/ no es técnicamente válida, de acuerdo con lo que hemos dicho, ¿cómo hallamos la expresión más acurada? Partimos de la realidad de que cuando se habla de /periodismo electrónico/ sabemos de qué nos están hablando, a pesar de la incorrección, pero no por eso hemos de aceptar el error y no tratar al menos de señalarlo. Sucede lo mismo cada año en vísperas de la entrega de los Óscar: muchos diarios hablan de películas /nominadas/, cuando muchos sabemos que no son tal cosa sino /seleccionadas/ o /candidatas/, que /nominar/ en castellano se emplea para otro fin, por ejemplo, para ponerle nombre a una calle o el título a una película⁶. También sabemos que hay voces que significan algo más allá de su primer significado, a modo de tropos. Cuando la policía peina un monte sabemos que no lo hace con un peine y que cuando de un futbolista se dice que robó un balón no significa que sea un ladrón. Pero la expresión /periodismo electrónico/ no parece que sea ninguna de las variedades de tropo, sino una muestra simple de mimetismo: alguien la usó una vez y muchos van detrás y aceptan la locución trivial, sin reflexión.

Hay que advertir que voces como /periódico/ y /diario/, ya no digo /rotativo/ o /cotidiano/, pierden toda su validez cuando se desean aplicar a servicios digitales o telemáticos. Otra cuestión es que a pesar de ser paradigmas del mundo analógico se empleen en el discurso digital. Serán una incoherencia y el tiempo y la extensión de la cultura tecnológica se ocuparán de resolver el caso: cuando apareció la radio, a quien hablaba ante un micrófono en una emisora lo llamaban /speaker/, porque la nueva tecnología venía del mundo anglosajón y no existía la pertinente voz castellana para distinguir aquel oficio nuevo. Hoy ya nadie usa el término inglés y ese empleo tiene una atinada voz en español. Sucedió lo mismo con /pick up/ cuando llegaron a España los primeros tocadiscos caseros, y antes había sucedido con la arribada del británico fútbol: el defensa era llamado /for-

⁵ Conviene tener muy clara la diferencia entre nuevas tecnologías y viejas tecnologías nuevas: mientras las primeras son aceptables, las segundas son el error de mantener una vieja tecnología, pero modernizada, o sea, mantenerse en lo antiguo aunque maquillado, que es diferente a lo nuevo sin más.

⁶ En el suplemento del diario madrileño *El País* dedicado a cine, TV y vídeo del 21 de marzo de 1999 (*El Espectador* / Revista de cine y televisión, número 26), a lo largo de 14 páginas se ofrece una magnífica información de todo lo referido al entonces cercano acontecimiento cinematográfico, con un extraño respeto por el castellano: en las 75 referencias existentes, siempre escriben /candidato/, /seleccionada/, /candidaturas/, en lugar de 'nominado', 'nominada', 'nominaciones', o sea, han traducido la voz inglesa por el término correcto del español. En sólo dos ocasiones encontramos el inglés 'nominado'.

ward/ y /referee/ al árbitro. Todavía en fútbol permanecen voces originales, como el propio nombre del juego, el córner y el penalty, que en algunos lugares llaman /pénal/, sin más.

De acuerdo que las palabras sirven para comunicarnos y nos entendemos lo mismo con el empleo de unas y otras, las voces adecuadas y las inadecuadas, pero también parece cierto que hemos de tender a aplicar los términos correctos frente a los que no lo son tanto.

EL “PERIÓDICO” SE HACE RADIO ESCRITA

La voz /periódico/ es probable que se siga empleando, aunque no se refiera a un ejemplar impreso en papel, pero estaremos ante una clara incorrección. En telemática, el periódico como servicio informativo que aparece periódicamente deja de tener sentido. La mera idea de diario va en contra de cualquier principio telemático, cuando la tecnología web y la existencia de servidores remotos en red posibilitan que el “periódico” (entre comillas sería menos incorrecto) se haga radio escrita, esto es, con actualizaciones tan pronto se tiene dispuesta una nueva noticia.

La nueva llega a la redacción por el medio que sea y una vez preparada para su lectura queda lista para su puesta en línea: en la web, todas las noticias periódicas son últimas noticias, noticias frescas, nada viejas, como sucede con todas las otras de un diario analógico, excepto si se trata del producto de eso tan escaso que es el periodismo de investigación o una noticia exclusiva, que no da ningún otro medio, ni en radio ni televisión. Pero ésta no es la tónica, lo más frecuente es que se trate de noticias ya viejas, conocidas por muchos radioyentes o telespectadores, esto es, nuevas que no son tales, noticias sí no muertas, sí moribundas en la mayoría de las ocasiones y siempre viejas.

En la radio escrita que es el “periódico” telemático o *periótico* deja de tener razón de ser el concepto “última noticia” o “noticia de última hora”, porque todas lo son: cuando llegan a la redacción o se dispone de ellas, se preparan y se emiten a la Red. Esta expresión /emitir/ ha sido hasta ahora ajena al periodismo impreso: sus empresas han sido “editoras” y ahora van a ser “emisoras”, como las de radio y televisión.

Concluimos este apartado recordando la propuesta de nueva voz que data de principios de los 90 (De Pablos Coello, 1992a: 543-555), cuando para referirnos al periodismo de la era telemática o *periódico telemático* proponíamos la voz */periótico/* y */periótica/* a la *periodística telemática*, como hoy ya sucede con los servicios de noticias periodísticas que encontramos en la web.

“LA RED INTERNET” O LA REDUNDANCIA

Retomemos el hilo de los tópicos. Es una expresión redundante e innecesaria hablar de /la red Internet/, porque la /net/ de la nueva palabra ya significa precisamente /red/, de forma que podríamos estar ante un nuevo cliché en el castellano. Lo mismo sucede cuando alguien habla de /el web/ o dice /el Internet/, en vez de usar el artículo /la/. Peor, no obstante, es el tópico que habla de /la página web/: “La Casa Blanca inaugura su página web”⁷. Bastante pobre sería esa información de la presidencia de Estados Unidos si sólo tuviera una página y no se tratara de una agrupación de ellas, o sea, un sitio, un sitio web.

Pero alguien acuñó un día la expresión /página web/ para referirse a una agrupación de páginas web interconectadas o al menos conectadas con la página de cabecera o de bienvenida y varios miles sin pensar ni reflexionar lo que repetían se lanzan al abordaje del significado de qué es realmente un sitio web, escrito como un todo único, *sitioweb*, lo mismo que *páginaweb*.

Un periódico es, como un sitio web, una agrupación de páginas ordenadas y llenas de mensajes, de contenido. Muy pobre sería un diario si estuviera integrado por una sola página. Hasta las desaparecidas hojas del lunes indicaban dos páginas en su propio nombre.

INTERNET NO ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

Si hemos hablado de varios tópicos e incorrecciones en la terminología al uso en el ambiente de Internet, nos parece que el detalle de mayor interés es aclarar algunos conceptos y tratar de dejar claro que Internet no es un medio de comunicación social, pero a la vez intentaremos dilucidar dónde se asienta el nuevo medio, dónde lo podemos encontrar.

Basado en el efecto de la polisemia, Internet es un medio de comunicación, lo mismo que una carretera, un barco o un avión. Pero sabemos que eso no implica que sea un medio periodístico de información, que viene a ser el medio de nuestro estudio. Podemos apreciar que el medio de comunicación de masas de nuestro interés es el que tiene carácter periodístico, o sea, es de información general o especializada, pero siempre dirigido a un amplio núcleo posible de lectores. No digo “al más amplio”, porque ese fin podría chocar frontalmente con la cuenta de gastos de la empresa, de forma que puede que ese medio tenga un tope por encima del cual sea un peligro tirar más ejemplares. Casos hay de diarios o revis-

⁷ Titular tomado de la prensa.

tas que cerraron por el gran éxito de ventas de ejemplares: *Life* puede ser el mayor de estos ejemplos.

Un boletín oficial de un estado o comunidad es un sistema de comunicación, sí, pero antes es un servicio informativo oficial, lo que le resta entidad periodística, aunque pueda albergar textos de interés para los periodistas, pero no es lo sustancial, como ha de serlo en el diario.

Hay todavía otra característica más que cumple o ha de cumplir el medio periodístico para ser tal, para contemplarse en el concepto de *mass media*: ha de llevar mensajes y disponer de un título o cabecera, estar nominado, porque no existe medio alguno denominado “prensa”, “radio”, “televisión” ni “Internet”. Estos son medios con el apoyo de la polisemia, pero no en sentido periodístico. Son ambientes o entornos sobre los que asentar o disponer de medios. Estos, repito, han de portar mensajes y disponer de título o cabecera diferenciadora.

Cuando empieza a funcionar la rotativa de un periódico y surgen los primeros ejemplares, en blanco o entintados –en los dos casos, inútiles para salir al mercado: sin valor informativo, por tanto–, esos papeles todavía no son el medio, porque no llevan mensaje: el medio sigue siendo el mensaje, el medio requiere del mensaje para ser tal. Un inglés diría que son /papers/, pero no /newspapers/. En todo caso, el medio, para serlo, igualmente ha de estar nominado con una etiqueta diferente a las cabeceras de los demás: *El País*, *La Opinión*, *La Crónica*, *La Estrella Digital*, *Libertad Digital*, *El País Digital*.

Según lo anterior, el medio digital o de conexión telemática, esto es, el *mass media* aparecido al calor del fenómeno Internet, ha de portar una cabecera identificatoria, sea su mensaje emitido en forma de texto, de voz o porte otros recursos, para dar lugar a la práctica del multimedia. Si el medio es el mensaje y si un soporte sin mensaje no es un medio sino papel, en el caso del impreso periodístico, podemos ver cómo la industria periodística siempre trata de realizar o disponer de un prototipo de ejemplar, o sea, de crear un banco de datos con las noticias de una edición determinada.

En el lance del periódico, el ejemplar no es otra cosa que una copia impresa del banco de datos, de noticias y demás elementos, que forman el número de un día determinado. El medio será, entonces, ese banco de datos bajo una cabecera y una vez quede expuesto al público lector. Sin banco de datos, sin cabecera o sin exposición al público no hay medio de comunicación social; estos tres son algunos de los condicionamientos precisos para que ese producto sea considerado una muestra de *mass media*, un medio.

En el periódico analógico, esas tres condiciones se acaban de lograr en la rotativa, cuando salen los primeros ejemplares. En el entorno digital, sucede algo

semejante, pero sin impresión. Por el contrario, el banco de datos, con su cabecera, tratado el contenido con la tecnología web –lo que llamamos un sitio web– empezará a tener condición de *mass media* cuando haya posibilidad de encuentro con los lectores. El sitio web emitido hacia un servidor remoto abierto a la Red respeta las condiciones primeras para que un banco de datos adquiriera carácter mediático, sea un medio periodístico.

INTERNET, COMO VÍA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

¿Y cuál es el papel de Internet en todo esto? Hasta aquí no hemos tenido siquiera necesidad de hacer uso del concepto red interconectada.

Cuando se realiza un impreso periódico, éste ha de distribuirse materialmente por sus puntos de venta, para que los lectores tengan acceso al banco de datos, de noticias impresas o periódico. Esta fase no existe en el campo telemático, pues al colocar el sitio web –o sea, el nuevo medio, sea escrito, sonoro, mixto o como quiera que se presenten sus datos– en un servidor remoto abierto en línea o en red las 24 horas del día los siete días de la semana, serán los lectores quienes accedan virtualmente al sitio, de igual manera a como hacían los primeros lectores de los primeros impresos: se acercaban a la imprenta para retirar personalmente sus ejemplares. Si aquellos primeros compradores visitaban la imprenta para acceder a la información, lo mismo hacen ahora los cibernautas, visitan el sitio web para conseguir una copia-reflejo o virtual de la información ofrecida, para *accesar* al nuevo medio. En los dos casos, los antiguos lectores y los *telectores*⁸ de hoy precisan de un cauce o vía de comunicación para lograr sus propósitos: la malla urbana en el ejemplo del antiguo periódico y la red interconectada en el caso del cibernauta que accede al nuevo medio de información depositado en un sitio web. En ambos casos, se trata de una trama o malla de vías de comunicación desde el lugar donde está el lector hasta el lugar donde se encuentra el banco de datos informativos: las nuevas tecnologías modernizan el proceso y mantienen el producto. Lo que se sigue ofreciendo es información.

Según lo visto hasta aquí, tenemos que Internet es medio de comunicación en el sentido de cauce o vía de acceso, según la acepción 30.^a de la Academia⁹: *Lo que puede servir para determinado fin: medios de transporte, de comunicación*

⁸ Cuando apareció la radio hubo que llamar de alguna manera a sus usuarios, y surgió la voz */radioyente/*; cuando apareció la televisión pasó otro tanto y se creó la voz */telespectador/*. Por la misma vía se sugiere el neologismo */telector/*, para los cibernautas lectores o telelectores, los que leen a distancia.

⁹ DRAE 21.º de 1992.

(como son medios el tren y el barco; la sala de cine o el quiosco de revistas), pero no será medio en el sentido de la expresión “medio de comunicación”, que en el entender académico es “órgano destinado a la información pública”. Breve definición donde se enmarca el *mass media* de nuestro interés y estudio. A partir de estas reflexiones parece quedar aclarado que Internet no es el nuevo medio de comunicación nacido al amparo de la teleinformática, sino la vía o cauce hacia los nuevos medios depositados en los servidores remotos como sitios web, que son los medios nuevos. Y son los servidores remotos conectados a la Red los nuevos soportes de la información, como durante tantos siglos lo fue el papel para el impreso.

Entender lo contrario, peor, decirlo y escribirlo a través de retóricas figuras semánticas, es sumar más confusión a la última tecnología de la información con la que se cerró en diciembre de 2000 brillantemente un siglo: última tecnología que propicia la aparición de un nuevo tipo de medio de comunicación con su propia cabecera identificatoria, depositado en un sitio web, donde se posibilita el nuevo medio que se establezca, en forma de páginas web conectadas.

Es igualmente de lamentar que el benemérito creador de la tecnología web, la que posibilita los *mass media* telemáticos (no sólo la comunicación personal o individual), Timothy Bernes-Lee, sea menos conocido que personajes como Gates. Mientras el primero donó a la humanidad su invento y con ello despreció la riqueza, el segundo es uno de los hombres más ricos del mundo y su nombre aparece en prensa con una inusitada frecuencia. Si lo prefieren, ésta es una muestra más del poco rigor de una prensa más proclive al morbo y al escándalo de las sucesivas comparecencias jurídicas de Gates que a mostrar a sus lectores el trabajo silencioso y benefactor de científicos beneméritos como Tim Bernes-Lee o su colaborador Robert Cailleau.

En conclusión, advertimos un uso inadecuado del neologismo Internet como /medio de comunicación/, frente al concepto correcto de /vía de acceso/ a los bancos de datos depositados en los servidores remotos conectados a la red de redes, que es donde se propicia la existencia de nuevos medios de información con perfil periodístico. El medio de comunicación, en el sentido de medio informativo, periodístico en algunos casos, como primera providencia ha de estar nominado, tener un título de cabecera. Y, naturalmente, albergar mensajes preparados para su difusión. Vemos cómo Internet es, en todo caso, un nombre genérico y no el título de una cabecera.

Es al amparo de la tecnología web donde encontramos servicios informativos sin periodicidad marcada por la tecnología, donde vamos a hallar entidades con una cabecera determinada y muy localizable; o sea, es al cobijo de la web donde únicamente dispondremos de medios de comunicación – en forma del sitio

web— en el sentido de *mass media*, medios que ya han superado las limitaciones de espacio y tiempo del periódico clásico. Es en la web donde podemos disponer, si lo prefieren, del *periódico* o “periódico” continuo (periódico, entre comillas) establecido en un sitio web, con Internet como precisa herramienta vicaria para acceder al entorno multimedia de tanta actualidad, todavía emergente y de tanto futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ MARCOS, José (2000): “El medio de los diez mil nombres”. Revista *Ámbitos*, n.º 3-4. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier, y MESO, Koldo (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Ariel.
- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio; ELEXGARAY ARIAS, Jon, y PÉREZ, Juan Carlos (1999): *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio; CAMINOS MARCET, José María; ELEXGARAY ARIAS, Jon; MARTÍN MURILLO, Flora, y MERCHÁN MOTA, Iker (2000): *El diario digital*. Barcelona, Bosch.
- BERNES-LEE, Tim (2000): *Tejiendo la red*. Madrid, Siglo XXI.
- CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles (2000): “Retos en el diseño de periódicos en Internet”. Revista *Latina de Comunicación Social*, n.º 25, enero: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/149malaga.html>
- CANGA LAREQUI, Jesús (1988): *La prensa y las nuevas tecnologías*. Bilbao, Deusto.
- y otros (1999): “¿Quién tema al periódico digital” Revista *Latina de Comunicación Social* 17, mayo: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999hmy/89pvasco.htm>
- CASTELL, Manuel (1997): *La era de la información*. 3 vol. Madrid, Alianza.
- DE PABLOS COELLO, José Manuel: *La Red es nuestra*. Barcelona: Paidós Ibérica (en prensa).
- (1992a): “Esbozo de la teoría de la *periódica* / El periódico en la era telemática”. En *El nuevo mapa informativo europeo*, Pamplona, Editorial de la Universidad de Navarra (Actas de las Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información de 1991).

- (1992b): “El periódico informatizado”. En *Estudios sobre tecnologías de la información*, n.º 2. Madrid, Dykinson (pp. 69-135).
- (1993): *Del plomo a la luz / El nuevo periódico*. La Laguna, Centro de la Cultura.
- ECHEVARRÍA, Mirta (1999): “Periodismo electrónico: proceso de producción y estrategia discursiva”. *Latina de Comunicación Social*, n.º 21, septiembre: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/41mirta.htm>
- GRAUPERA, Marta (1999): “Hipertexto y edición en la “cultura digital” (Apuntes en torno a la convergencia comunicativa). *Latina de Comunicación Social*, n.º 19, julio: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/71gra1.htm>
- LUZÓN FERNÁNDEZ, Virginia (2000): “Periodismo digital: de McLuhan a Negroponte”. *Latina de Comunicación Social*, n.º 34, octubre: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/49s6luzon.htm>
- MARTÍN AGUADO, José A., y ARMENTIA VIZUETE, José I. (1995): *Tecnología de la información escrita*. Madrid, Síntesis.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1981): *La información en una sociedad industrial*. Madrid, Tecnos.
- (1998): *El ocaso del periodismo*. Barcelona, Cims.
- NEGROPONTE, Nicholas (1996): *El mundo digital*. Barcelona, Ediciones B.
- NORA, Simo, y MINC, Alain (1978): *La informatización de la sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica.
- PISCITELLI, Alejandro (1996): *Cibercultura en la era de las máquinas inteligentes*. Barcelona, Paidós.
- RAMONET, Ignacio (comp.) (1998): *Internet, el mundo que llega: nuevos caminos de la comunicación*. Madrid, Alianza.
- TREJO DELARBRE, Raúl (1992): *La sociedad ausente / Comunicación, democracia y modernidad*. México, Cal y Arena.
- (1996): *La nueva alfombra mágica: usos y mitos de Internet, la red de redes*, Madrid, Fundesco.
- TURKLE, Sherry (1997): *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona, Paidós.
- VV.AA.: *¡Ciudadanos, a la Red!* Susana Finkelievich (comp.). Buenos Aires, Ciccus - La Crujía.

(PONENCIA, n.º 4, 17 de noviembre de 2000)