

Planificación, estructura y flujos de trabajo en la producción ciberperiodística

Carmen María Prieto
carmenmaria72@yahoo.com

Resumen

En el presente trabajo se propone un modelo de producción de contenidos para cibermedios según las condiciones tecnológicas y laborales en los que éstos se desarrollan. Los aspectos estudiados consistieron en determinar las características del cibermedio, los procesos de producción del contenido desde una sala de redacción impresa que sirve de insumo al cibermedio, los flujos de trabajo del equipo multidisciplinario (periodistas, diseñadores, técnicos), los perfiles de los profesionales que laboran en él, el modelo de diseño aplicado y el uso del sistema editorial que permite administrar la producción, edición y publicación de los contenidos. De allí que se contemple una nueva estructura de funcionamiento, escalar en los niveles de hipertextualidad según la naturaleza del contenido informativo, los modelos de flujo de trabajo de acuerdo al rol que se ejerza en el cibermedio, para así administrar con pertinencia el potencial interactivo del medio.

Palabras clave: cibermedios, modelo de producción de contenidos, flujos de trabajo, niveles de hipertextualidad, modelo de diseño.

Introducción

Desde que el ciberperiodismo le dio un giro a la profesión periodística, muchos han sido los caminos transitados para la obtención, procesamiento y difusión de los contenidos. Las salas de redacción ciberperiodísticas se han convertido prácticamente en laboratorios de ensayo y error hacia la búsqueda de mecanismos ideales para la optimización de los procesos.

No han faltado en este escenario fórmulas y estrategias para perfilar el “deber ser” tomando en cuenta fundamentalmente la plataforma multimedial con la que se soporta el ciberperiodismo. Sin

embargo, la importación de estos modelos en los cibermedios de provincia en Venezuela, no ha significado un producto que responda a contenidos completos que integren los elementos de la estructura digital: hipertexto, interactividad y multimedialidad.

Si el éxito de los contenidos digitales en un cibermedio se soportan bajo la integración de estos tres aspectos, sea cual sea el género ciberperiodístico seleccionado - informativo, interpretativo, dialógico, argumentativo e infográfico (Díaz Noci y Salaverría, 2003) - cabría la pregunta: ¿Por qué es tan difícil ver esta integración expresada en las pantallas de los cibermedios? Definitivamente la respuesta hay que encontrarla dentro de las mismas salas de redacción virtuales.

Y es que abarcar este complejo territorio, con equipos de trabajo que no superan las diez personas, y frente al sustancioso volumen de información con el que se cuenta, -aunado a la muy limitada inversión en adquisición tecnológica por parte de la empresa periodística-, dificulta el camino al ciberperiodista, quien a fin de cuenta debe sortear todas estas barreras (Prieto y Farías, 2007)

Precisamente, el objetivo del presente trabajo se centra en proponer un modelo de producción de contenidos para los cibermedios tomando en cuenta la planificación, estructura y flujos de trabajo dentro de estos espacios (Prieto y Farías, 2009). La investigación parte de los procesos sistematizados que durante ocho años se experimentaron en el departamento web que lleva a cabo la puesta en alta de un medio de comunicación cibernético (Panorama Digital) proveniente de la plataforma impresa.

Para llegar a la propuesta se tomaron como bases de los estudios llevados por Prieto y Farías (2007) que daban cuenta de: las características del cibermedio Panorama Digital, los procesos de producción del contenido desde la sala de redacción impresa que

sirve de insumo al cibermedio, los flujos de trabajo del equipo multidisciplinario (periodistas, diseñadores, técnicos), los perfiles de los profesionales que laboran en el cibermedio, el modelo de diseño aplicado, la capacidad tecnológica y el uso del sistema editorial que permite administrar la producción, edición y publicación de los contenidos.

A través de la sistematización de estos elementos se logró establecer en el caso específico del cibermedio estudiado: El desarrollo de la naturaleza de los cibermedios a partir de la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, características hasta ahora poco consolidadas que definen su tipo de diseño; El aprovechamiento del sistema editorial como tecnología que administra los procesos de las versiones impresas y digitales; Los procesos en las labores periodísticas de la producción de contenido para el cibermedio que define los flujos de trabajo; La conformación de un perfil del ciberperiodista.

El estudio de los aspectos señalados permitió el planteamiento del modelo basado en la Planificación, Estructura y Flujos de Trabajo para la producción ciberperiodística, tomando como principal referencia los estudios de Prieto y Farías (2007, 2009) y los fundamentos de Díaz Noci y Salaverría (2003), que dan cuenta de los principios que deben regir a la hora de asumir el manejo de contenidos periodísticos. Al final se desarrolla el perfil del ciberperiodista enfocado hacia su papel como gestor de contenidos dentro de un esquema horizontal y multidisciplinario.

Planificar y estructurar los contenidos

Lo primero que hace un ciberperiodista es buscar la información, bien porque la precisa de la fuente (directa o indirectamente) o bien porque el monitoreo del escenario noticioso le permite ir configurando hacia dónde apunta su objetivo informativo.

Luego viene el procesamiento de lo que obtuvo en su búsqueda y finalmente la "puesta en alta" o divulgación de los contenidos.

Es de destacar que entre principio y fin del proceso se conjugan una serie de elementos que no son aplicables a todas las informaciones. De ello depende una planificación que ejecuta el ciberperiodista cuyo norte se lo imprime la naturaleza del contenido que desea ofrecer a sus lectores.

Indiscutiblemente las tres características básicas del lenguaje ciberperiodístico están relacionadas con: la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad.

Más que ahondar en la conceptualización de cada una de ellas, interesan los desarrollos que puedan tener dentro del contexto venezolano. El acelerado ritmo que la industria virtual le ha inyectado a estas tres características las ha incluso redimensionado, lo importante es entonces explotarlas, manejarlas y aplicarlas potenciando para ello una capacidad de respuesta.

Mucho se ha hablado de cómo los medios digitales han de tener contenidos hipertextuales profundos, analíticos, pero además interactivos y con proyectos multimediales, pero con equipos limitados de trabajo, difícilmente este deber ser puede llegar a su efectiva aplicación.

De forma tal que esta propuesta se centra en aprovechar esta lógica condición del cibermedio en términos de uso y contexto.

En este sentido se abordan estos tres aspectos que permiten delinear las pautas para una planificación y estructura de contenidos periodísticos en un cibermedio, y llegar así a una toma de decisiones.

Interactividad: Es la posibilidad que se le ofrece al usuario de intercambiar comunicación con cada uno de los miembros del equipo que participa en la producción de contenidos o con el sistema: buscadores, buzón de mensajes, foros, chat, encuestas, sondeos de opinión; blogs, wikis, RSS, postcasting, por mencionar sólo algunas

que pudieran ser enriquecidas y/o sustituidas en los años venideros con el avance tecnológico (Ver Gráfico 1)

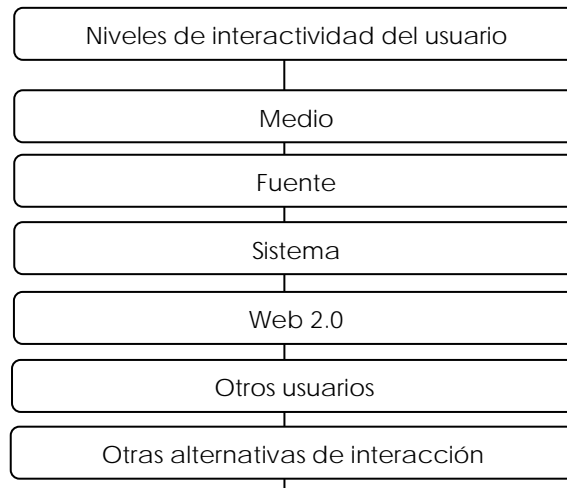


Gráfico 1: Carácter interactivo del cibermedio

Una de las mayores riquezas que ofrece el carácter interactivo en un cibermedio es la participación que le otorga al usuario, sin que esto implique que la controle absolutamente. Del lado del cibermedio se asume la fortaleza de concederle al informado las múltiples vertientes en el desarrollo de los contenidos.

Hipertextualidad: El relato cyberperiodístico concentra su mayor fuerza en la medida que va afinando la estructura informativa a partir de la cadena de nodos. Muchos estudiosos del campo insisten en la necesidad de incorporarle a los textos noticiosos esta característica; no obstante, tras pocos años de evolución en los cibermedios, varias investigaciones (Oblak, 2005; Salaverría, 2005; Van der Wurff, 2005) llevadas en España han registrado un precario aprovechamiento de esta posibilidad expresiva.

La experiencia ha demostrado que no todas las informaciones al momento de lanzarlas al ciberespacio son susceptibles de adicionarles una variedad de contenidos enlazados. Se requiere saber diferenciar cuándo una información está lista para ofrecerle al usuario la libertad de recorrerla profundizando así su conocimiento.

A la rutina del quehacer periodístico: recopilación, documentación, procesamiento, diseño, contrastación, habría que agregarle la planificación como factor clave en este engranaje. Si bien una noticia le impone velocidad a la difusión, esto limita a su vez una inmediata transmisión de contenido hipertextual. Pero el mismo, puede irse enriqueciendo en la medida que el equipo del cibermedio ejecute su planificación. De manera que diferenciamos noticias con posibilidades de expansión hipertextual, y contenidos que desde su inicio ya son planificados aprovechando valiosas herramientas virtuales.

En este sentido se distinguen tres niveles de Hipertextualidad.

Una **Hipertextualidad Natural**: la cual responde a la naturaleza del evento noticioso, se toman los elementos inmediatos que se tengan a la mano. Muy frecuentemente, lo que en el mundo del periodismo se conoce como noticias de última hora, que requieren informar al público de forma inmediata, limitan las posibilidades de expansión del contenido. Es importante entonces trabajar de forma conjunta con reporteros de la sala de redacción, y acudir a los documentos de archivo si están relacionadas con el suceso. La intranet de la organización, integrada con el sistema editorial, es fundamental para salirle al paso al conjunto de enlaces que se le ofrecen al usuario.

Una **Hipertextualidad dinámica**, es decir, contenidos que van creciendo en la medida que se integran todos los componentes permitiendo ganar profundidad al texto y tejer a voluntad un árbol de informaciones por la cual puede el lector transitar según su propio criterio. Desde este momento la planificación, la organización, saber qué tipos de recursos se necesitan y la continuidad abre el camino a estructuras más completas.

Y por último en la **Hipertextualidad Planificada** convergen los niveles anteriores. Se puede dar bien porque el contenido ha ido creciendo a partir de un hecho noticioso, o porque "en frío" se ha

realizado toda una planificación de los contenidos. Este nivel de hipertextualidad puede incluir reportajes multimedia, infografías digitales, y cualquier género periodístico que además ofrezca interacción con los destinatarios, es decir, un documento completo donde converjan las tres características propias de un cibermedio. (Ver Gráfico 2)

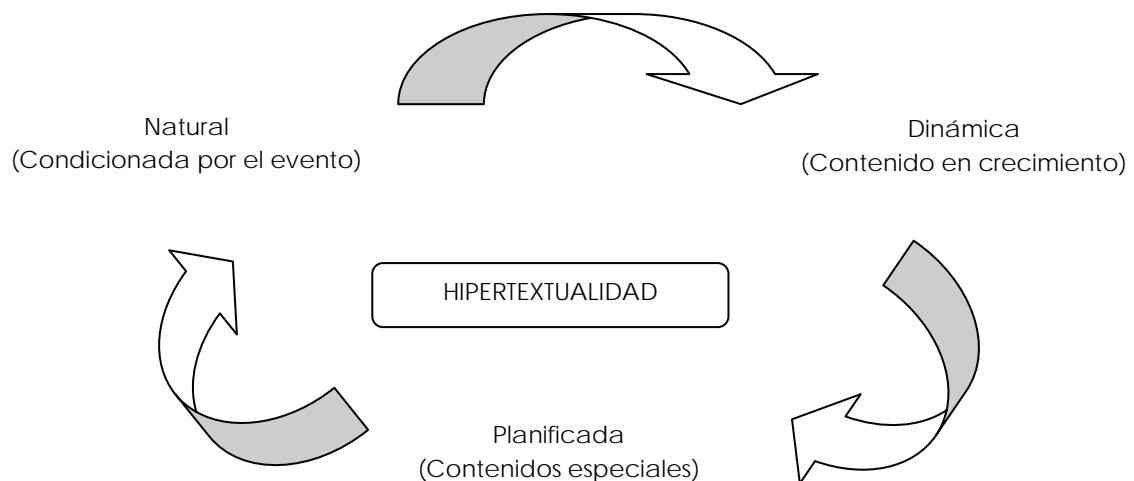


Gráfico 2: Niveles de hipertextualidad

Multimedialidad: la conjugación de texto, imagen, sonido y video en un cibermedio amerita un serio compromiso a la hora de plantearlo en el relato ciberperiodístico. Es importante estudiar muy bien los elementos de la propuesta multimedia, pues el mismo término -con el prefijo "multi"- asusta a muchos ciberperiodistas que deben imprimirle a sus rutinas de trabajo una ardua elaboración cuando de contenidos multimedia se trata. En la concepción de un proyecto multimedia es cuando más se exige la participación de todos los integrantes del equipo.

El desarrollo de trabajos multimedia amerita cinco pasos fundamentales:

1. Concepción del proyecto: Se redacta la propuesta en función de: Contenidos, fuentes, enlaces, soportes técnicos, distribución de las tareas, inversión, etapas del diseño, cronograma de actividades (agenda de trabajo), capacidad de almacenamiento, continuidad de expansión, tiempo, espacio y recursos interactivos que estarán presentes.
2. Una vez esquematizado el trabajo se pasa a la etapa siguiente que es la obtención de la información, imágenes, gráficos, videos. Además del trabajo de reportería: fuentes, documentación, entrevistas, consultas, cada miembro va exponiendo sus avances en torno al proyecto.
3. Con 50% de los recursos textuales, gráficos y audiovisuales disponibles se procede al diseño, como si se tratara de una nueva página, respetando las constantes de identidad de la organización. Esto no impide que el relato multimedia tenga personalidad propia.
4. Se define la intervención de agentes externos como voces en off, música, entrevistados, enlaces a otras páginas que enriquecerán el contenido. Paralelamente el webmaster habrá evaluado los soportes para facilitarle el acceso a los usuarios.
5. Con 100% del plan inicial se procede a la puesta en alta, dejando espacios abiertos para la incorporación de nuevos elementos. Los periodos de prueba en esta parte son necesarios para corregir errores. Aún cuando es difícil dejar a un lado las presiones que el tiempo le impone a las rutinas periodísticas, en este tipo de publicaciones no admite improvisaciones.

Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, marcan la diferencia en el estilo de las rutinas, en la obtención, procesamiento y difusión de la información, pues a estas tres características se suma el principio de la planificación, vital para un producto que desee.

Conocimiento de los Sistemas Editoriales

Cuando los resultados de la investigación llevada por Prieto y Mogollón (2006), los cuales revelaban que los sistemas editoriales en los periódicos venezolanos no abarcaban las fases de producción en los cibermedios provenientes de la plataforma impresa, se distinguían cinco tipos de funciones en una sala de redacción: edición de textos, edición de imágenes, edición de paginación y diseño, administración de información, y sistemas de archivo.

Tres años más tarde, la ingerencia del sistema editorial ha quedado para la inclusión automática de los contenidos en el medio digital, sin tomar en cuenta todo el trabajo creativo que se gesta de forma independiente. En efecto, es el Sistema Editorial la plataforma donde convergen los distintos recursos tecnológicos para la obtención, procesamiento, manipulación, diseño y divulgación de los trabajos editoriales. Desde una perspectiva virtual deben incluir respuestas de confección interactiva, hipertextual y multimedia. Es decir, no debe quedar por fuera todo el trabajo que se gesta en salas de edición virtual, y que en los sistemas editoriales constituye un excelente soporte para procesar efectivamente el producto informativo. Un sistema editorial debe configurar su respuesta de acción a los cibermedios tomando en cuenta cinco aspectos básicos:

- Obtención de la información: a través de la intranet se debe tener acceso a toda la documentación almacenada dentro del archivo. Esto incluye textos, imágenes, audios, videos, infografías, etc. El rápido acceso facilita llegar a informaciones ya elaboradas que sirvan de contexto y soporte a las que se elaboren en el momento.

- Procesamiento de contenidos contemplando las características naturales del cibermedio: hipertexto, interactividad, multimedialidad. Un sistema editorial debe trabajar lenguajes de programación que le den cabida a estos tres elementos. A través de cajas o plantillas preestablecidas, se va armando el producto, dejando libertad a los diseñadores en sus propuestas pero a su vez facilitándoles el camino para la posible incorporación de acciones que le imprimirán dinamismo a la página.
- Interrelación con otros actores, productos y espacios dentro de la empresa periodística. Mientras el sistema editorial responda a las necesidades propias de este tipo de publicaciones, habrá mucho más apertura para que los periodistas piensen sus contenidos en función del cibermedio.
- Atender a las necesidades de crecimiento de los contenidos del cibermedio.
- Difusión. Esta debe estar centrada no sólo en la que se procesa dentro del medio digital, sino desde fuera. Cuando el reportero está en la calle, debe tener apertura hacia los canales que le darán difusión inmediata a la noticia, no solo en la página digital del periódico, sino poder llegar a los móviles de los usuarios.

El Gráfico 3 ilustra los distintos caminos por donde transita el contenido hasta su configuración final.

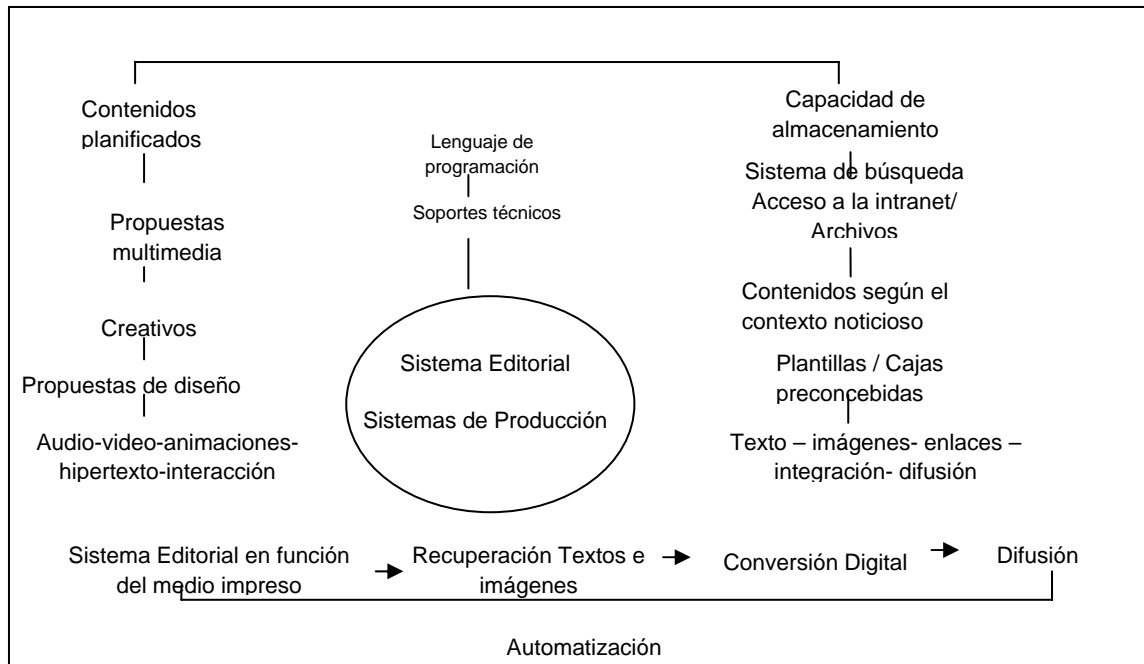


Gráfico 3: Sistema de producción para el cibermedio

Flujos de trabajo

Está claro que el centro de operaciones, el corazón de un cibermedio, es su plataforma editorial. En ella se concentran los procesos, las búsquedas, los soportes, los intercambios, las interrelaciones, es decir, todo lo que implique un trabajo cuyo fin último es la divulgación. Esto no quiere decir que sean procesos automáticos, y que todo descansa en el sistema. No hay que olvidar que la creatividad es una condición inherente a los proyectos editoriales.

El modelo de flujo de trabajo que se presenta está relacionado con dos áreas funcionales, una que tiene que ver con la definición del trabajo - actividad, actor, datos y aplicaciones- y la otra con la ejecución del mismo. Más para entender y asumir el rol dentro del esquema de trabajo, que para operar en estricta dependencia. Interesa la ejecución en un entorno eficiente con distribución de funciones, y la hemos dejado para el final pues era preciso tener claro tanto las funciones como el proceso del sistema editorial.

El gráfico 4 muestra las dos áreas por las que se modelan los flujos de trabajo para el cibermedio.

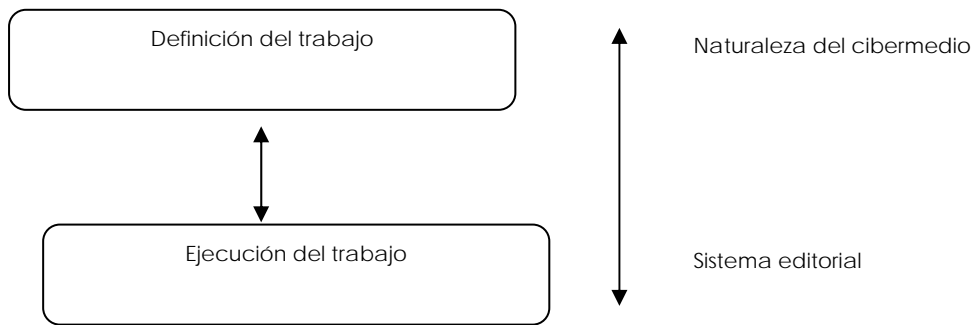


Gráfico 4: Modelo de flujos de trabajo en el cibermedio

Cuando en una organización editorial se han definido las funciones y tareas, el flujo de trabajo desencadena la cadena de producción en el medio. En este modelo se expone el flujo de trabajo para los ciberperiodistas, para los diseñadores – infógrafos y fotógrafos- y para el grupo de técnicos – webmaster y operarios o asistentes técnicos-.

El ciberperiodista se enfrenta en sus rutinas con información que debe procesar de forma acelerada, atendiendo a la naturaleza del evento noticioso, y con contenidos elaborados, es decir, producciones que implican toda una planificación del trabajo. El gráfico 5 muestra cómo es este flujo de trabajo para los periodistas en el cibermedio.

Este modelo está formado por el proceso como entidad fundamental y por las funciones del ejecutor asociadas a tal proceso. En el sistema editorial convergen ambas decisiones.

Por su parte, al ilustrar el flujo de trabajo de un diseñador en el gráfico 6 se aprecia que al igual que en el caso del ciberperiodista,

se dan estados transversales, lo que se traduce en diferentes fases de producción, pero además de articulación con los demás miembros del equipos.

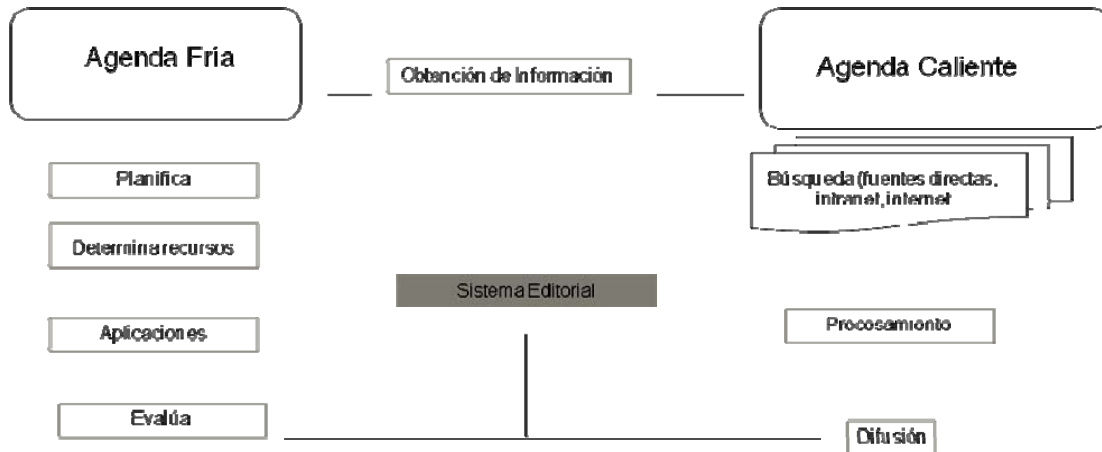


Gráfico 5: Flujo de trabajo del ciberperiodista

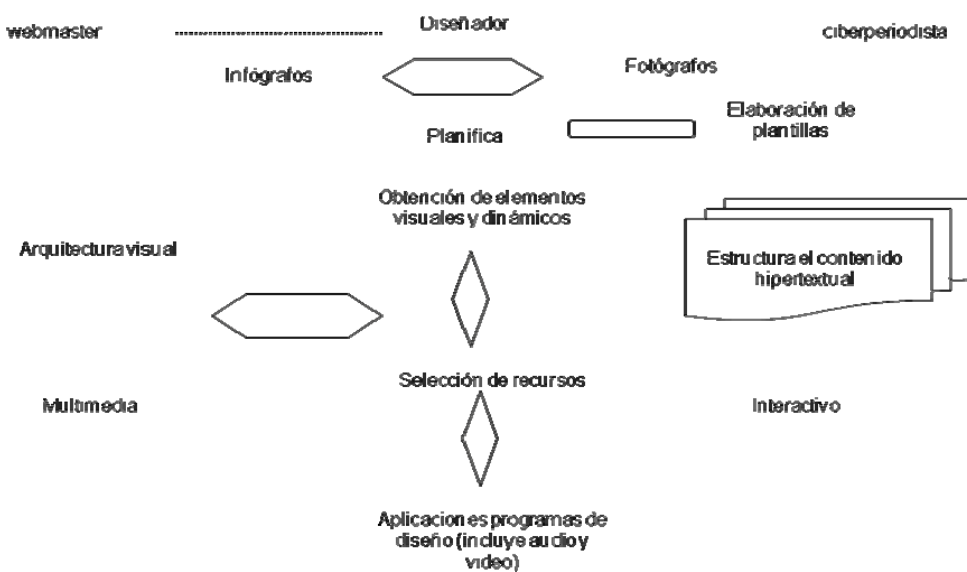


Gráfico 6: Flujo de trabajo del diseñador

En cuanto al webmaster (los operarios o asistentes técnicos lo acompañan en cualquiera de las fases) sus tareas no son lineales, ni en cuanto al procesamiento del producto ni en la interrelación con los miembros del cibermedio, razón por la cual en el gráfico 7 la secuencia puede comenzar por cualquiera de los protocolos establecidos.

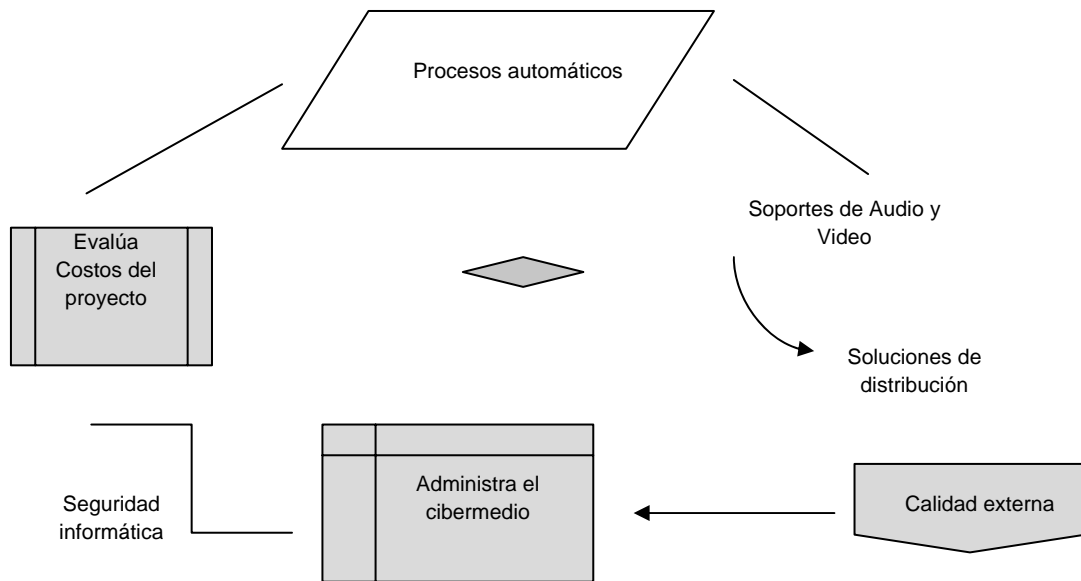


Gráfico 7: Flujo de trabajo del webmaster

Una organización horizontal – multidisciplinaria

La organización de un cibermedio debe operar bajo dos principios básicos: la horizontalidad y la multidisciplinariedad. Una gerencia horizontal donde los actores del proceso de producción sean capaces de interactuar en la toma de decisiones, en la concepción del contenido y en las fórmulas para operar los procesos, garantiza el compromiso y el manejo integral del producto.

Un equipo multidisciplinario en un cibermedio equivale en primer lugar a profesionales del periodismo, pero también a especialistas en informática, telecomunicaciones, sistemas y diseño gráfico. Dado que es el ciberperiodista quien ocupa nuestra razón de investigación nos centraremos en él como gestor de contenidos.

Ciberperiodista: Un periodista que trabaje en un cibermedio es un gestor de contenidos, razón por la cual debe:

- Planificar, organizar y estructurar los contenidos informativos propios del cibermedio para el cual labora. Los mismos han de ser creación propia, que marquen la diferencia con otros cibermedios.
- Investigar, empleando las técnicas tradicionales en la búsqueda de información como personas y documentación, pero también la búsqueda en el ciberespacio (estadísticas, base de datos, foros, chat, etc) promoviendo en los usuarios la navegación para la profundización de los contenidos.
- Redactar los contenidos tomando en cuenta el destinatario de los mismos, ya no basta con pensar únicamente en nuestro entorno local, se trata de un medio de comunicación de infinita difusión.
- Presentar la información contemplando siempre la naturaleza del entorno virtual: hipertexto, audio, video e interactividad.
- Estar atento al acontecer local, nacional e internacional, es decir, a todo evento susceptible de índole noticioso, que pueda derivar en la planificación de un contenido mucho más amplio y diverso en internet.
- Proponer y discutir con los demás miembros del equipo el diseño de la interfaz en cuanto a elementos gráficos y estructura tomando en cuenta la interrelación de textos, imágenes, audio, así como todas las posibilidades de interacción que se generen con los usuarios.
- Crear formas de almacenamiento de la información y acceso a los archivos.
- Responder oportuna y dinámicamente a las necesidades informativas, es decir, recolectar, procesar y poner en alta la información desde el mismo lugar donde se gesta la noticia.

El gráfico número 8 ilustra la aplicación de estas funciones tomando en cuenta el tipo de contenidos, las herramientas y los recursos que harán de emplearse para definir el trabajo a difundir.

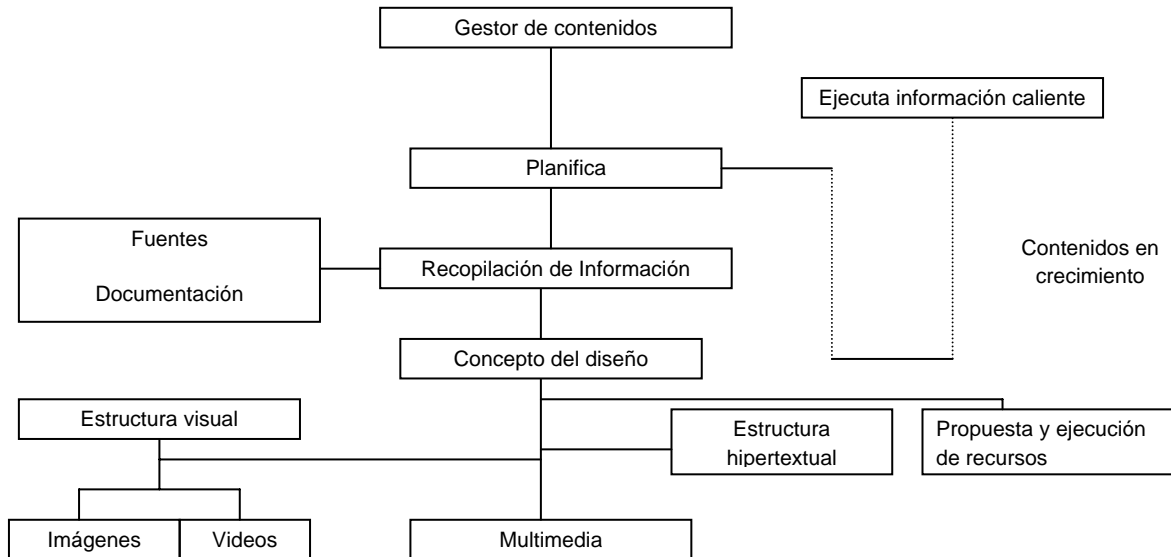


Gráfico 8. Proceso de producción del contenido

A manera de conclusión

Aún cuando existe consenso en cuanto a las características que deben prevalecer en un medio digital en cuanto a hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, las mismas difieren entre uno y otro de acuerdo a cómo sean asumidos sus procesos.

Si bien el contenido ideal debe estar sujeto a los aspectos mencionados, se impone atender a la realidad de la estructura interna de los cibermedios para entender y hacer posible que dicha plataforma sea capaz de sustentar una producción digital acorde, primero, a la naturaleza del ciberespacio, y segundo, a los recursos con los cuales se cuenta al momento de hacer posible la puesta en pantalla de los contenidos. Se plantea en este sentido una interactividad que implique el intercambio de comunicación con: cada uno de los miembros del equipo que participa en la producción de

contenidos, con otras alternativas de discusión difundidas por el cibermedio (informaciones, reportajes, reportajes multimedia); con el sistema: buscadores, buzón de mensajes, foros, chat, encuestas, sondeos de opinión; y, con las que en la actualidad ofrece la web 2.0 que pueden ser incorporadas al medio digital.

Seguidamente se ofrece un modelo que contemple la hipertextualidad dentro de los contenidos vista desde tres perspectivas: Una hipertextualidad natural, la cual responde a la naturaleza del evento noticioso; una Hipertextualidad dinámica, es decir, contenidos que van creciendo en la medida que se integran todos los componentes permitiendo ganar profundidad al texto y tejer a voluntad un árbol de informaciones por la cual puede el lector transitar según su propio criterio; y una Hipertextualidad planificada donde convergen los niveles anteriores.

Se destaca la planificación como factor determinante en la multimedialidad iniciada en la propuesta de contenidos, siguiendo con la obtención de la información, el diseño, hasta llegar finalmente a la inclusión de agentes externos como voces en off, música, entrevistados, enlaces a otras páginas que enriquecerán el contenido. En cuanto al sistema editorial se debe configurar su respuesta de acción a los cibermedios destacando cinco aspectos básicos: Obtención de la información (intranet); procesamiento de contenidos contemplando las características naturales del cibermedio: hipertexto, interactividad, multimedialidad; interrelación con otros actores, productos y espacios dentro de la empresa periodística; atender a las necesidades de crecimiento de los contenidos del cibermedio y la difusión, la cual debe estar centrada no sólo en la que se procesa dentro del medio digital, sino desde fuera.

Por otra parte el modelo de flujo de trabajo expuesto está relacionado con dos áreas funcionales, una que tiene que ver con la

definición del trabajo - actividad, actor, datos y aplicaciones- y la otra con la ejecución del mismo.

El flujo de trabajo precisa la cadena de producción en el medio una vez se han definido las funciones y tareas en una organización editorial. En este modelo se expone el flujo de trabajo para los ciberperiodistas, para los diseñadores –infógrafos y fotógrafos- y para el grupo de técnicos –webmaster y operarios o asistentes técnicos-.

La empresa periodística debe tomar en cuenta la importancia y el alcance de los sistemas editoriales en tanto brindan la oportunidad de proveerle al ciberperiodista la apuesta de los contenidos de forma integral. Además, no sólo tendrán el conocimiento y control de esta tecnología, sino, capacidad para enfrentar este proceso continuo de cambios lo que traduciría aumento de la eficiencia y una mejor adaptación de la producción en la generación de la noticia y todas las implicaciones que conlleva la experimentación de nuevas opciones.

Por tal motivo, se debe asumir el firme propósito de intervenir el aprendizaje de esta herramienta pero a escalas de integración completa por parte del ciberperiodista. Es necesario que la planificación del aprendizaje tecnológico esté acompañado por un equipo multidisciplinario de forma tal que pueda llegarse a una comprensión cabal de la plataforma digital que da paso a la compleja producción del cibermedio.

Referencias Bibliográficas

- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Mogollón, Hazel y Prieto, Carmen (2006). Las TIC en la generación de contenidos periodísticos en Venezuela. *Revista Latina de Comunicación Social* 61, II época, de enero-diciembre 2006, La Laguna (Tenerife), [recuperado 02-02-2008] <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200616MogollonyPrieto.pdf>.

- Oblak, Tanja (2005). The Lack of Interactivity and Hypertextuality in Online Media. *Gazette*, 67(1), pp. 87-106.
- Prieto, Carmen M. y Farías, Jenny, (2009). Ciberperiodismo: Hacia un modelo de producción de contenidos en el ciberespacio. *Mimeo*.
- Prieto, Carmen y Farías de Estany, Jenny (2007). www.panodi.com: procesos de producción de un cibermedio local. *Hologramática*. Facultad de Ciencias Sociales UNLZ Año IV, Número 6, V1, pp.153-176. ISSN 1668-5024. [recuperado 28-04-2008] <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=570>
- Salaverría, Ramón (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo En Chasqui, 86, junio 2004. [recuperado 12-03-2008] www.chasqui.comunica.org/content/view/102/72
- Salaverría, Ramón. (2005). An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11. *Gazette*, 67(1), pp. 69-86
- Van Der Wurff, R. (2005). Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions. *Gazette*, 67(1), pp. 107-120.