

REVISTA ELECTRÓNICA DE ESTUDIOS FILOLÓGICOS

Ventajas y desventajas de la prensa digital en relación a la prensa impresa

Sara Moreno de Nicolás

(Universidad Autónoma de Madrid)

PRIMERA PLANA

"Fijando la escritura el hombre fija dos dimensiones básicas de su conciencia vital: el espacio y el tiempo. Escribo para hacerme presente al que se encuentra lejos; escribo también para quien, en el tiempo, viva más tarde que yo."[1]

Periodismo: un género literario ¿sí o no?

Hoy en día persiste un importante debate que suscita opiniones encontradas y diversas. La pregunta parece a primera vista inofensiva pero las respuestas hacen pensar que se trata de uno de los temas más controvertidos del mundo de las letras. Sin embargo no podemos dejar de formularla; ¿se puede considerar al periodismo un género literario? Inmersos en el mundo literario hay quienes pondrían el grito en el cielo si la respuesta fuera afirmativa y, por el contrario, hay quien no dudaría ni un instante en dar un sí rotundo y claro. Para arrojar algo de luz sobre este tema recuperamos el discurso que Eugenio Sellés pronunció el día de su recepción en la Real Academia de la Lengua, el dos de junio de 1895.[\[1\]](#)

[...] "Discurriré sobre el periodismo. Pero el periodismo ¿es género literario? Ensalzado por unos que le conceden más de lo que él pide; ofendido por otros que le niegan lo que se le debe; utilizado por sus mismos enemigos, que así lo reconocen como potencia social, hemos de concordar que es un género de la literatura, aunque los preceptistas no lo hayan empadronado en su censo."

[...] "La literatura comparte con la información el hueco que la política va dejando en el periodismo. Además del folletín, inquilino viejo que continúa aposentado en la planta baja, la prensa publica bien a diario, bien en suplementos semanales, toda especie de escritos de útil o de amena literatura."

Cuentos o estudios históricos: carcajadas de la musa festiva y lamentos del dolor poético, vulgarización de la ciencia, y crítica de las obras de arte, van incorporando en la prensa diaria la materia que era antes privativa de las publicaciones ilustradas."

[...] "La prensa va siendo una manifestación literaria momentos importante que otras por su calidad y más leída por su baratura, con detrimento posible del libro, pero con beneficio seguro de la cultura popular." [...] "Nombrando el periodismo en la literatura, suena ya, por conmutación de palabras, la literatura del periodismo. Y debe aplicarse a ella lo dicho respecto de la crítica: sus hechos la condenan, el apresuramiento la indulta."

[...] "Dícese que es rebelde a la gramática, contrabandista de locuciones y palabras extranjeras, corredora de frases hechas, tomadas de ese idioma peculiar, o mejor dialecto de la política y de la mala oratoria parlamentaria. Apártense los escritos de gala y de torneo trabajados en el reposo y la

soledad del estudio; éstos igualan a los buenos de la literatura profesional.”

[...] “Es la prensa, en conclusión, arma invencible para el combate diario de la prensa en los pueblos civilizados: no sea puñal, aunque temido por fuerte, despreciado por vil; sea espada noblemente echada al aire, y, para su mayor hidalguía, grábese a la cabeza de cada hoja periódica aquel lema de la hojas toledanas que quiso ser rima y resuelto símbolo de una raza caballeresca. “No me saques sin razón; no me envaines sin honor.

PRENSA DIGITAL; UN PEQUEÑO PASO PARA EL HOMBRE, UN GRAN PASO PARA LA COMUNICACIÓN

Sin ninguna duda se puede afirmar que la prensa digital ha revolucionado el mundo de los medios de comunicación. La red ha hecho posible que hombres y mujeres desde cualquier punto del planeta estén informados de lo que ocurre casi a tiempo real, la verdadera globalización es informativa. La prensa digital ha iniciado una carrera de velocidad que parece no tener límites y en España este viaje digital tiene fechas y protagonistas concretos.

Si a alguien le corresponde el honor de haber sido la primera publicación peninsular en haber tenido una edición electrónica en las redes telemáticas- es a una revista cultural en catalán, *El Temps* de Valencia. Corría en año 1994 cuando esta revista se puso primero en Servicom; luego se ofreció también en Internet. Sin embargo el primer diario que puso una versión electrónica interactiva y multimedia fue el *Boletín Oficial del Estado*.

Si una revista en catalán, la valenciana *El Temps*, fue la pionera de las publicaciones españolas en las redes telemáticas, pronto se sumaron otras iniciativas en Cataluña. De hecho en 1995 los tres principales diarios de Barcelona, *El Periódico* de Catalunya (<http://www.elperiodico.es>), *La Vanguardia* (<http://www.vanguardia.es>) y *Avui* (<http://www.avui.es>) (este último redactado en catalán) podían consultarse en Internet cada día.

En 1994 *El Periódico* de Catalunya y *El Mundo* anunciaron que iban a poner sus ediciones diarias a disposición de los usuarios de ordenadores a través de Servicom. Sí lo hizo el diario catalán, aunque *El Mundo* se decidió por fin por otras alternativas. *El Mundo* (<http://www.el-mundo.es>) optó por ofrecer varios productos bien diferenciados entre sí, de periodicidad semanal, sin poner desde el principio la edición diaria electrónica en Internet.

Por otra parte, *ABC* también se hizo electrónico (<http://www.abc.es>). Primero editó -y en ello fue pionero en España- una colección hemerográfica en CD-ROM si bien no incluyó todo el periódico, si no sólo el suplemento *ABC Cultural*. Más tarde en 1995 -fecha crucial para el nacimiento del periodismo electrónico en España, como vemos- puso una edición electrónica diaria en la red Internet.

El último de los grandes diarios españoles en saltar a la red fue *El País* (<http://www.elpais.es>), coincidiendo con su vigésimo aniversario en mayo de 1996. En 1999 puso en Internet uno de los suplementos que los internautas podrían leer en pantalla pero no en papel: *Ciberpaís*, dedicado precisamente a la informática y la red.

LOS COMIENZOS DE LA PRENSA IMPRESA

Los diarios, como su propio nombre nos indica, están presentes en nuestra vida cotidiana, forma parte de nuestro mundo, ya seamos lectores pacientes que leen atentamente el contenido del mismo o lectores que simplemente busquen en sus páginas la cartelera de cine o la televisiva.

Actualmente, costaría imaginar un mundo sin noticias, saber lo que pasa en países lejanos o a nuestro vecino está al alcance de casi todos, pero este hecho que hoy contemplamos con relativa normalidad no fue siempre así.

Los periódicos que hoy leemos son el fruto de una aventura apasionante, los orígenes del periódico nos descubren ya acercan nuestra propia historia.

I.- LOS "ANTEPASADOS DEL PERIÓDICO". [2]

La necesidad de información es uno de los elementos fundamentales de cualquier tipo de vida social; así pues, podemos encontrar equivalentes al periodismo en las civilizaciones que ignoraron la imprenta. La curiosidad del público ha suscitado siempre la vocación de narradores que, desde los aedas griegos hasta trovadores del medievo y los narradores africanos, desempeñaban una función de comunicación y, a menudo, también de información.

En todas las civilizaciones que han conocido la escritura al margen de las redes "oficiales", las correspondencias privadas constituían, para las comunidades organizadas, los hombres de negocios y los miembros de las clases dirigentes, una fuente periódica de noticias desbordaban el estrecho marco de las relaciones personal o profesionales.

II.- LOS ORÍGENES INMEDIATOS DEL PERIÓDICO.

Las nuevas necesidades de información.

A partir del siglo XV una serie de factores políticos, económicos e intelectuales aunaron sus efectos para incrementar notablemente la sed de noticias en Occidente. El Renacimiento, y más tarde la Reforma, multiplicaron los intereses.

[...] Los nuevos Estados modernos exigían, para su administración, la creación de nuevas redes de información.

III.- CREACIÓN DE LOS ESTADOS MODERNOS.

La creación de los Estados modernos garantizaba una seguridad y una regularidad mayores en las comunicaciones. Empezaron a constituirse los primeros servicios de correos estatales: en 1464 en Francia, durante el reinado de Luis XI; en 1478 en Inglaterra, en la época de Eduardo IV; en 1502 en el Imperio, siendo emperador Maximiliano, que contó con la colaboración de Franz von Taxis.

IV.- EL NACIMIENTO DE LA IMPRENTA.

La tipografía en Estrasburgo y después en Maguncia entre 1438 y 1450, se difundió con bastante rapidez en la segunda mitad del siglo XV. El intento de Gutenberg permitió la rápida reproducción de un mismo texto y ofreció a la escritura las posibilidades de una difusión que el manuscrito no poseía.

No obstante la prensa periódica impresa no nació hasta más de un siglo y medio después de la invención de la imprenta. Fue precedida por un auténtico florecimiento de escritos de información de tipos muy diversos.

V.- LAS NOTICIAS MANUSCRITAS.

Ya desde el siglo XIV, por lo menos, las noticias se habían convertido en una auténtica mercancía y los noticiarios (*nouvellistes* en Francia, o *menanti* en Italia) organizaron para los príncipes o para los mercaderes servicios regulares de correspondencias manuscritas.

VI.- LAS HOJAS VOLANTES IMPRESAS: LAS HOJAS DE NOTICIAS.

Desde finales del siglo XV, los impresores editaron bajo la forma de pequeños cuadernos de 4, 8 ó 16 páginas, a veces ilustrados con grabados sobre madera, hojas de noticias que narraban un acontecimiento importante: batallas, funerales principescos, fiestas, etc., o reproducían el texto de algún aviso. Dichas hojas, llamadas *relationes* en latín, *occasionnels* en Francia, *Zeitungen* en Alemania, y *gazzetas* o *corantas* en Italia, se vendían en librerías o por vendedores ambulantes en las grandes ciudades.

VII.- LOS PRIMEROS IMPRESOS PERIÓDICOS.

Fueron los almanaques, derivados a su vez de los calendarios impresos en Maguncia desde 1448, La larga supervivencia de estas formas primarias de periodismo.

El nacimiento de periódicos impresos no hizo desaparecer los escritos de informaciones no periódicos. Por el contrario, las noticias manuscritas se desarrollaron en los siglos XVII y XVIII y los noticieros tuvieron, junto a los gaceteros, una importancia considerable como canalizadores de noticias.

Al final del siglo XIX la prensa barata eliminó estas formas primarias de la información; no obstante, el estilo del periodismo popular se inspiró a menudo en el de los *canards*, de los que las novelas de folletín aprovecharon temas y personajes.

(1) Formato: la diferencia más significativa entre prensa impresa y digital es el formato.

El lector habitual de periódico está acostumbrado a un formato convencional, a la letra impresa en papel. No obstante, cada diario ha elegido una forma distinta de diseño en lo que a la edición impresa se refiere, así por ejemplo, la textura del papel de un periódico es distinta a la de una revista, no se hace tanto uso del color y las páginas suelen ser más anchas y largas. Otra característica de los diarios, que parece aparentemente simple, es la forma de ensamblaje de las páginas que conforman el periódico, de modo que el diario nacional ABC grapa sus páginas (hecho que facilita tremendamente la lectura del diario, especialmente si se lee mientras se viaja en transporte público), mientras que otros diarios nacionales como El Mundo o El País optan por una simple unión de páginas dobladas por la zona central.

La historia del periodismo está marcada sin duda alguna por el papel impreso pero Internet ha provocado que se realicen cambios extraordinarios en cuanto prensa se refiere y el papel comparte protagonismo con la pantalla.

En España, la revolución de la prensa digital tuvo lugar entre los años 1995 y 1996, periodo en el cual muchos de los diarios nacionales optaron por abrir una ventana al mundo. Los comienzos fueron lentos y difíciles y no se hablaba tanto de una edición digital del periódico impreso sino de una aproximación bastante directa de la edición impresa en el ordenador, lo que los periodistas califican como un "volcado" completo de la edición impresa en la Red.

De forma progresiva el avance tecnológico unido a la extraordinaria repercusión y aceptación que Internet tiene en todo el planeta, los diarios han ido cambiando los diseños de sus páginas Web y ya se puede hablar de edición impresa y edición digital.

La gran ventaja de la edición digital de un periódico es lo sencillo y rápido que se puede acceder a la noticia, reportaje o artículo que el lector desee leer. Un simple "clic" del ratón nos guía y conduce hasta nuestra meta, los colores de los iconos son tremendamente atractivos y provocan en los lectores una sensación agradable a la vista (hecho especialmente cuidado por los diseñadores gráficos). El diseño de la página Web de un diario intenta crear una conexión con el lector en el menor tiempo posible sin olvidar que debe tener presente la tarea de informar al lector sobre todas las opciones de las que dispone. La prioridad es por tanto crear un diseño que presente la información a los lectores de forma clara, concisa y organizada.

Demasiados iconos desorganizados y la elección de colores estridentes son características de un diseño que repele cualquier atracción visual que la edición digital posea, provocando un enorme rechazo entre los lectores.

Prensa digital es un término que se une invariablemente a las nuevas tecnologías y es precisamente este hecho lo que podría suponer una posible desventaja en comparación con la prensa impresa. A pesar de la aceptación de Internet a nivel mundial y la cantidad de usuarios que hacen uso de la Red, es todavía importante destacar que un gran sector de la sociedad española no posee un fácil acceso a Internet y no está familiarizado con el uso de ordenadores, además de tener escasos conocimientos en lo que al manejo de la Red se refiere. Ésta falta de conocimientos informáticos unida a un rechazo sintomático que muchas personas demuestran en lo referente a lo contenido en formatos digitales hace que los diarios impresos sigan siendo una apuesta de comunicación segura.

Otra ventaja importante de la prensa editada en papel es la irrefutable comodidad de su formato. Conviene señalar la facilidad que supone llevar consigo el periódico impreso a un centro de ocio o en transporte público, lugares como las cafeterías y el metro son muy frecuentemente empleados por los lectores a la hora de leer la prensa diaria.

Queda por tanto patente que ambos formatos poseen ventajas y desventajas, lo que evidencia que el formato incide de forma directa y clara en las características del contenido del que es contingente. A continuación centraremos la atención sobre como repercute la edición digital o impresa en las noticias.

(2) Información: noticias digitales vs. noticias impresas

(2.1) EL TIEMPO

La prensa digital tiene una batalla ganada en relación a la prensa convencional; la inmediatez de la información.

La edición digital de un periódico está siendo actualizada de forma frecuente de modo que el lector sabe que cada vez que se conecta con la Web de un periódico está leyendo en la pantalla la última hora informativa. De esta forma Internet tiende un puente que incide directamente en el concepto que hasta entonces se tenía tanto de la distancia temporal como de la espacial. Tiempo y espacio son términos que Internet ha reformulado especialmente en lo concerniente a los medios de

comunicación, la Red destruye barreras.

Las noticias que suceden en cualquier parte del mundo son conocidas por los internautas con gran inmediatez y estar bien informado parece que nunca ha sido tan fácil.

No obstante, la edición impresa sigue sin rendirse y sabe que en el proceso de redacción de sus noticias hay ciertas características que no poseen las noticias redactadas para la edición digital. Una noticia que aparece en un periódico impreso está mucho más contrastada, sus datos son más fidedignos y está bastante más elaborada que la redactada para un periódico digital. La ventaja temporal que concede Internet a la edición digital se torna desventaja a la hora de otorgar verosimilitud y proceso de elaboración a la noticia. La inmediatez con que la información aparece en Internet hace que las noticias sean muchas veces fruto de una redacción rápida, poco cuidada y poco contrastada del teletipo que ha sido enviado a la redacción del periódico por una agencia de prensa.

(2.2) EL ESPACIO

Una constricción de la prensa convencional es sin duda el espacio. El número de hojas de un periódico impreso puede que no sea previamente fijado y que oscile según las ediciones pero lo que resulta obvio es que el número de hojas es limitado. A las noticias se les concede un espacio designado previamente por la relevancia informativa que ésta tenga y la cantidad de información se debe reducir a ese espacio.

Sin embargo, en prensa digital el lector de una noticia puede emprender un camino casi infinito por el mundo de redes que establecen los hipervínculos.

(2.3) MÁS QUE TEXTO

La edición impresa de un periódico reduce las posibilidades en las que una noticia puede presentarse a los lectores. La importancia de una noticia depende del tamaño que se le ha otorgado a la noticia y el lugar que ocupa dentro del diario, por ejemplo, una noticia que ocupa la mayor parte de la portada queda claramente más resaltada que la que aparece en páginas interiores en un pequeño recuadro.

Por otro lado, existen bastantes limitaciones a la hora de presentar una noticia en prensa escrita, ya que se emplean muy pocas herramientas, sobre todo en comparación con ediciones digitales. En prensa convencional, se utilizan herramientas como letra en negrita y en mayúsculas (para resaltar los titulares y las MsNormals), al texto de las noticias se añaden fotos con la finalidad de aumentar el campo informativo a los lectores.

Como se ha dicho con anterioridad, el número de factores que pueden modificar y ampliar el texto de una noticia impresa son escasos en comparación con las ventajas que ofrece la prensa digital.

El mundo de la prensa digital es infinito. Una noticia redactada en formato digital puede estar interconectada a través de hipervínculos con muchas más noticias, comentarios y reacciones de los protagonistas, encuestas, fotos, etc.

El texto de una noticia puede ser ampliado de modo audiovisual añadiendo fotos, videos y comentarios, todo ello enriquece la información que el lector de prensa digital recibe.

(3) El papel del lector

Una de las características que une tanto a la prensa convencional como al digital es la importancia que ambas otorgan a sus lectores. Cualquier cambio es minuciosamente cuidado para alcanzar una meta; conseguir aumentar el número de lectores o suscriptores.

Sin embargo, el papel que el lector juega en la prensa impresa y en la digital no es el mismo, y tanto una edición como otra ofrecen ventajas e inconvenientes.

En un periódico digital los lectores y los suscriptores interactúan mucho más con la información que se ofrece en el diario. Los lectores pueden intervenir, dar su opinión e incluso en algunos casos pueden incidir directamente en las noticias. Gracias a Internet, la edición digital de un periódico amplía el número de lectores de forma increíble y lectores que provienen de distintos países están conectados entre ellos, este hecho enriquece y propicia relaciones interculturales que generan tolerancia y entendimiento entre distintas culturas y formas de pensar que se ven reflejadas en el ámbito informativo. "Una de esas vías donde se pone en práctica la interactividad es en el uso del correo electrónico. Por lo general, la información periodística que se difunde a través de un diario digital, está acompañada de la dirección electrónica del autor. A partir de ahí, se abre la posibilidad de iniciar un debate en el que el lector podrá comentar y hasta refutar la veracidad de la misma."[\[3\]](#)

Los medios de interacción con un lector que posee un diario digital en comparación con un diario impreso son mayores en número y en capacidad de repercusión. Los debates, foros de opinión, *chats*, entrevistas, correo electrónico... son algunos de los vehículos que los lectores pueden emplear para establecer conexiones ya sea con el periódico, con los protagonistas de las noticias o con otros lectores. "Es el primer medio de comunicación que convierte a sus usuarios en emisores de información, pues ellos pueden crear sus propios mensajes y difundirlos en la Red", señaló Octavio Islas, director del Proyecto Internet de una de las principales universidades privadas de México, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)"[\[4\]](#). [...] "El intercambio de mensajes entre lector y periodista o entre lector y lector, puede encontrar otros canales de participación tan diversos como las salas de conversación o *chats*, los foros de opinión, encuestas y otros espacios de debate que hacen de Internet un medio interactivo."[\[5\]](#)

La contrapartida que a este respecto ofrece al edición impresa es muy escasa y se podría reducir a la sección que casi todos los periódicos impresos añaden a sus páginas, la sección de "cartas dirigidas al director". Gracias a la Red, la mayoría de las cartas se han convertido en correos electrónicos, un medio mucho más rápido, cómodo y económico aunque la ventaja deriva de la opción que muchos lectores, con fobia al mundo informático, tienen a la hora de elegir papel, sobre y sello.

Gran parte de los periódicos digitales están diseñados con el objetivo de que los lectores puedan llevar a cabo una lectura personalizada del mismo. El diseño de la edición digital está estructurado siguiendo diversos criterios de categorización, por ejemplo, temas de actualidad, índices geográficos, protagonistas de las noticias, índices categóricos... de modo que los lectores puedan dirigirse a la información que más les interesa con rapidez, comodidad y orden, eligiendo la manera más personalizada posible de leer el periódico.

Otra ventaja añadida que concede el soporte informático a la edición digital es lo sencillo que resulta realizar tareas como copiar, guardar o enviar la información que el lector haya seleccionado en el periódico.

Resulta obvio que la prensa digital, gracias a Internet, cuenta con importantes ventajas, si bien es cierto que también presenta algunos inconvenientes, a modo de conclusión recordemos los principales:

Ventajas que hacen de Internet un medio de comunicación único [6]:

- § Suprime las tradicionales restricciones de espacio, permitiendo cubrir los hechos noticiosos con mucha más profundidad.
- § Facilita enormemente las capacidades del archivo, el cual, junto con herramientas para una rápida y útil búsqueda, pueden ser ofrecidos a la audiencia.
- § Permite la actualización continua y un mayor grado de personalización, permitiéndole al usuario la posibilidad de elegir las noticias que le gustaría recibir en su periódico electrónico.
- § Los lectores, redactores y editores pueden interactuar permitiendo, de esta manera, conocer el punto de vista de la audiencia
- § El texto puede colocarse junto al audio y al vídeo, de forma que se logra una comunicación más completa.
- § Las historias que se narran se enriquecen mucho gracias a la posibilidad de conectarlas con otros sitios Web relacionados con el mismo tema.
- § Y ofrece la oportunidad de poner a disposición del usuario no sólo información, sino también entretenimiento.

Sin embargo, las ventajas que

PROBLEMAS DEL PERIÓDICO ELECTRÓNICO [7]

- § Transmisión de imágenes (sobre todo en movimiento) y sonidos es mucho más lenta que la del mero texto. Entrado el nuevo milenio, la línea telefónica parece una vía muy insuficiente para transmitir el cada vez mayor caudal informativo.
- § La legibilidad de las pantallas y su definición es aun muy desigual si las comparamos con el tradicional soporte de papel. La portabilidad de una periódico de papel es otra de las ventajas que las grandes pantallas no pueden igualar, al menos hasta que *Knight Ridder* y *Massachussets Institute of Technology* den a conocer su "tableta electrónica", aun es fase experimental. Tampoco ha aparecido, que sepamos, la anunciada *news box* del británico *Evening Standard*.
- § La solución de transmitir el periódico no a un ordenador personal sino a un PDA (personal assistant, una máquina de tamaño y peso pequeños, a caballo entre el ordenador y la agenda), que ya se ha intentado, conlleva el problema que la pantalla es pequeña y en muchos casos de cristal líquido y por lo tanto las imágenes son de baja calidad.
- § Sistemas operativos

Internet y el diseño de la página Web de un diario pueden convertirse en claras desventajas. Si el diseño una página Web resulta desorganizado y falta de coherencia el lector puede perderse entre tanta avalancha de información y es muy posible que las ventajas que, de cara a la información ofrece Internet, se conviertan en una relación inconexa y caótica de noticias que sólo generan mal estar en el lector y ayudan a desinformar más que a informar.

Otro gran inconveniente de la edición digital es precisamente su soporte técnico que en muchas ocasiones es deficiente y al que se unen problemas de conexión a la Red. En muchas ocasiones los usuarios se quejan de la lentitud y el funcionamiento incorrecto de las conexiones a diferentes páginas e hipervínculos.

Es evidente que el soporte informático es todavía deficiente y causa bastantes problemas en los periódicos digitales. Para desarrollar más este punto veamos cuales son las principales desventajas que los periódicos electrónicos tienen para los autores Javier Díaz Noci y Koldo Meso Ayerdi.

diversos, que, aunque hace poco parecía que tendían a la unificación, continúan sin llegar a una convergencia real: el mundo PC (liderado por IBM), al tradicional DOS se ha sumado Windows, Apple Macintosh, el sistema 7; Unix, Linux (una variedad de Unix que puede utilizarse en ordenadores PC.

Hasta aquí hemos analizado las ventajas y desventajas que ofrece tanto un soporte digital como un soporte impreso, pero, ¿existen diferencias entre el lenguaje que nos podemos encontrar en un periódico digital y el lenguaje empleado en un periódico de una edición impresa? En el siguiente punto intentamos dar respuesta a esta cuestión.

(4) Lenguaje en la prensa digital y en la prensa convencional.

Los medios de comunicación han ayudado no sólo a la difusión de los sucesos y acontecimientos a lo largo y ancho del mundo, también han influido en el pensamiento y en el idioma de las distintas comunidades lingüísticas. Gracias a la imprenta el acceso a las obras literarias y a la prensa escrita se hizo más sencillo, hecho que supuso el consecuente aumento del número de lectores. La siguiente cita del Profesor D. Tomás Albaladejo desarrolla esta idea previamente mencionada: "[...]

la imprenta ha contribuido a que tanto los discursos como la propia retórica llegaran a conjuntos de receptores que eran cada vez mayores. La imprenta proporciona un medio de difusión escrita a los discursos contruidos para la oralidad; tiene una vinculación complementaria con la retórica en la prensa, medio de comunicación que desempeña un importante papel al reproducir impresos en su totalidad, en parte o en resumen, discursos que han sido comunicados oralmente. [...]Esta difusión, no obstante, se lleva a cabo con pérdida o con transformación sustancial de la operación de acción o pronunciación.” (Cita extraída del artículo que se encuentra en la siguiente página web: <http://www.asociacion-logo.org/downloads/01012001albaladejo.pdf>)

El discurso oral posee ciertas características que no siempre se recuperan al difundirse de forma escrita. Concretamente, en lo concerniente a los medios de comunicación, se podría afirmar que los textos de las noticias que aparecen en prensa impresa no son del todo rigurosos, en el sentido que al reproducir comentarios, discursos orales, etc. no logran recuperar de forma completa la retórica proporcionada por este tipo de discursos.

Por ejemplo, si un político se dirige a un auditorio y un periódico impreso recoge sus palabras, aunque las transcriba de forma textual y sin modificaciones, se anulan características exclusivas de la oralidad como son la entonación, las pausas, los silencios, etc.

Supone por lo tanto un logro de la prensa digital el poder ampliar y complementar un noticia (texto escrito) con los comentarios de los protagonistas a través de la utilización de medios audiovisuales. De este modo la noticia queda integrada en un todo formado por texto, video y audio, elementos que no provocan la pérdida de la retórica oral y propician que el lector reciba una noticia rigurosa y completa.

La Red ofrece un espacio comunicativo abierto e igualitario, todos tenemos un sitio en Internet y en ella se vierten las opiniones de sectores muy diversos de la población. Internet resulta ser una fuente de información lingüística excelente ya que en ella convergen diferentes dialectos, jergas, idiomas... Mediante foros, *chats*, entrevistas, debates, etc. a cada usuario se le concede la oportunidad de exponer su punto de vista y contactar con otros usuarios a través del lenguaje escrito. La celeridad con la que estas conversaciones e intercambios de información se llevan a cabo ha resultado ser una de las principales causas del desarrollo de un lenguaje escrito propio de nuevas tecnologías como Internet y los teléfonos móviles. El empleo de frases cortas, acrónimos, abreviaturas son el resultado de un lenguaje escrito que se reconoce en la pantalla no en el papel. Los siguientes ejemplos (conversaciones entre internautas) clarifican este último punto:

A: k haces? /¿Qué haces?/

B: Nda, kdmos est finde! / Nada, iQuedamos este fin de semana!/

Otro ejemplo en lengua inglesa:

A: R U all right? /are you all right?/

B: ntb, btw r u to the party? / not too bad, by the way are you going to the party?/

El tipo de abreviaturas presentadas en los ejemplos previos son de uso frecuente en Internet y aparecen concretamente en chatas, foros, debates, etc. de periódicos de prensa digital, por el contrario resulta altamente improbable que se empleen en prensa impresa.

(5) Y por último...

Actualmente los lectores de prensa escrita pueden elegir entre dos ediciones distintas pero

complementarias; edición digital y edición impresa o convencional. Como se ha comprobado a lo largo de este artículo ambas ediciones gozan de ventajas y desventajas, es por tanto la elección por la que se decanten los lectores o internautas la que dotará de mayor popularidad a una o a otra.

Factores como el lugar, la finalidad, el tiempo... determinarán la elección de los lectores a la hora de leer el periódico. Dado que las circunstancias y los gustos de cada individuo difieren entre sí, no es aventurado pronosticar que ambas ediciones coexistirán reportando grandes beneficios a quien se acerque a leer sus páginas tanto en pantalla como en papel.

Entrevista: el país.es

Saber más sobre la edición de El País digital supone abrir una puerta de conocimiento al mundo de la prensa digital. Una ventana muy útil a la hora de entender desde dentro lo que ha supuesto el avance de las comunicaciones dentro del marco audiovisual y concretamente en la red de Internet. En la segunda planta, desde uno de los despachos del edificio de El País, Vanesa Jiménez Martínez, editora de El País digital, nos facilita una información detallada sobre la edición digital de un periódico nacional que cuenta con un gran número de suscriptores tanto en España como fuera de nuestro país.

¿Cuándo se editó el primer número de El País digital?

El día cuatro de mayo de 1996.

¿Qué os llevó a dar ese paso?

Empezó siendo una tendencia, ya que todo el mundo quiere tener un escaparate en Internet. La influencia de las ediciones digitales de los diarios de EEUU es muy importante y abren el camino a la prensa digital. Al principio las ediciones digitales cuentan con muy poca plantilla, el proceso sigue siendo muy manual y normalmente sólo se volcaba la información de la edición escrita.

¿Se realizan muchos cambios en la página digital?

En el tiempo que yo llevo se ha cambiado el formato dos veces. Yo llevo cuatro años en el periódico y esos han sido los cambios que se han realizado. Dos rediseños respecto al original.

¿A qué responden esos cambios?

Obviamente el primer cambio fue un rediseño, fue más visual. El segundo como incluíamos el pago, a parte de la reforma visual, necesitábamos pasar las seguras de pago... era un cambio más grande que nos llevo más meses. A parte que en España los pagos por Internet son muy complicados y la gente sigue muy desconfiada y tuvimos que ver las medidas de seguridad que se adoptaban. Además, este cambio fue más grande porque teníamos claro que no podíamos dar lo mismo que dábamos antes gratis. Introducimos servicios que antes no estaban como la hemeroteca, en la que se puede ver la información desde 1976.

¿Por qué tomáis la decisión de que el lector de suscribirse y por lo tanto la edición deja de ser gratuita?

Porque la publicidad estaba muy mal. [Risas]. Han sido años publicitarios muy malos, las expectativas son mejores.

¿A la hora de llevar a cabo estos cambios en qué grado tenéis en cuenta al lector?

No tenemos datos todavía sobre el perfil del lector digital por eso tenemos que intuir que puede necesitar el usuario. Por ejemplo, no es lo mismo alguien que se conecta a los 40.com (que también es de Prisa) que un usuario de El País.

Buscamos sobre todo que sea muy fácil de leer, que sea muy intuitivo donde primen las noticias. Para nosotros es muy importante la forma de organizar las noticias. Tenemos varias formas para que cada uno elija la forma de leer el periódico, adaptado al usuario que supones que tienes, y también pensando en que sea atractivo para lector que no es habitual de prensa de El País para que lo sea.

¿Se incluye la versión de la edición impresa en la página Web?

Sí se vuelca la edición impresa tal cual y eso es lo que compone la hemeroteca. Se vuelca en formato HTML y en formato PDF. Incorporamos progresivamente a formato PDF a medida que se van digitalizando los sistemas.

¿Qué relación mantiene el departamento de EL País digital con el departamento de El País?

Nosotros estamos en el centro de la operación con "nacional" asistimos a la reunión de las once de la mañana y después por la tarde que es a las seis. Obviamente seguimos a El País, lo que El País entiende que es noticia es lo que también utilizamos nosotros, lo que pasa es que la jerarquía en Internet es distinta.

Tú sabes que en el momento que haya un partido de fútbol es ese momento es importante que sea algo destacado en la página aunque al día siguiente sólo llega a ser un sumario.

Para nosotros los tiempos influyen, en El País tiene 24 horas pero nosotros estamos constantemente pendientes de las actualizaciones. Entonces bueno... yo tengo un atentado en Irak con cuarenta muertos, que obviamente es la noticia del día y que va a ser la portada, pero a las siete de la tarde hay un ataque contra cinco españoles, en ese momento para mí lo más importante es el ataque a los españoles, entonces yo tengo que abrir con eso.

Para nosotros la temporalidad influye mucho, aunque por supuesto estamos en contacto permanente, cuando hay primicias nos las dan para que las contemos antes, consultamos, nos llamas desde el Congreso, ruedas de prensa... eso cada vez más, es un proceso un poco lento pero que poco a poco se va dando.

¿Cómo influye la temporalidad en la redacción de una noticia?

Aquí sí que hay una gran diferencia de nuestro equipo en comparación con el de El País. Hay muchos portales y buscadores que les entran directamente el chorro del teletipo, pero para nosotros es fundamental, sobre todo de cara a nuestros lectores, no dar un chorro de teletipo sino por un lado, jerarquizar la información, seleccionársela y dársela escrita para Web. Es muy importante en Internet hacer una edición más Web, tener niveles de lectura, niveles para ir profundizando...

¿Cuál es el proceso de redacción de redacción de una noticia en comparación con la edición convencional?

Ahora casi todo es como si estuvieras poniendo la tele, como si estuvieras ahí mismo, porque el modelo que se está imponiendo ahora es que no quieren que les hagamos ninguna pregunta. Cuando llega la noticia se redacta, se edita mediante un editor de texto y lo que tiene Internet es que puedes buscar información con la que contrastar datos de forma rápida de modo que no das la noticia tan plana como en los periódicos. Nosotros trabajamos en una base de datos, en un sistema Web, rellenamos unos campos como los titulares, etc., y ya se publica y se va colocando en

economía, en portada y se van uniendo gráficos, video, audio...

¿Qué ventajas y desventajas crees que tiene la prensa digital en comparación con la convencional?

Es que creo que son dos cosas distintas, obviamente el que hace prensa escrita tiene mucho tiempo para hacer esa información, son informaciones más elaboradas, más sosegadas, puedes comprobar la noticia muchas veces. Por el contrario el periodismo digital tiene el reto de saber contar las cosas a tiempo pero siempre contando la verdad.

Una cosa que siempre intento transmitir a la gente que trabaja conmigo es que siempre hay que saber hasta donde puedes llegar, siempre contando la verdad. Es muy complicado porque hay que dar las noticias rápido pero con precaución, por ejemplo, la radio que es el medio que más se puede parecer a Internet da la sensación que lo que se dice se pierde pero aquí las cosas se publican, se pueden imprimir. Entonces, bueno, vas adaptando reglas básicas que las vas adquiriendo con la rutina, por ejemplo, si tienes un atentado quédate siempre con la cifra más baja que es mejor que luego rectificar. Por un lado es todo más rápido pero también tienes las cosas en el momento, la temporalidad es distinta. Lo que es cierto en el caso del periódico es que tienes que esperar hasta el día siguiente.

Yo creo que son complementarios. Lo que si está ocurriendo de cara a la prensa escrita es que la información pura y dura deja de ser tan importante y lo más importante es que uno le cuente que significa esa información, qué implica eso, porque lo que es el suceso el lector ya lo tiene. Entonces, como a la gente le llega información de un montón de sitios, hacer un periódico impreso atractivo al día siguiente es dar otra cosa para que te sirva para reflexionar. Por el contrario el gran problema de Internet, es saber hasta donde llegas, cómo das algo, la batalla entre la inmediatez y el poder confirmar los datos.

La prensa digital siempre se está actualizando en cambio el periódico en cuanto lo has leído pierde enseguida... no es un revista, a no ser en el tema de reportajes.

¿Cómo es la relación con el lector en la prensa digital en relación a la prensa escrita?

En la prensa digital se interactúa mucho más con el lector, nosotros tenemos una gran área de participación que de hecho está en abierto. Nosotros tenemos claro que como web de un periódico tenemos que facilitarle a ese periódico una ventana. Por eso tanto el área de opinión y participación están muy abiertos, la gente participa en las encuestas y les encanta las entrevistas digitales. Por ejemplo, ahora con las elecciones intentaremos traer a los candidatos que quieran para ofrecer a los lectores la posibilidad de hacerles preguntas. Siempre ganamos en el contacto con los lectores.

ABC, uno de los periódicos nacionales de mayor repercusión y con mayor trayectoria de nuestro país nos abre sus puertas. Aunque sería mejor señalar que nos abre su ventana digital, nos invita a conocer su versión on-line de la comunicación. Después de una corta espera en el hall del edificio que ABC tiene en Madrid, Margarita Seco, directora de contenidos informativos de ABC (edición digital), nos recibe nerviosa, hoy es un día muy complicado informativamente hablando, según nos comenta casi no ha comido, está actualizando la información, la noticia del día tiene una gran repercusión; ETA ha concedido una tregua a Cataluña, las reacciones se suceden y abc.es tiene que informar a los lectores con la mayor celeridad posible, su equipo está trabajando en ello, de modo que nos sentamos y comienza la entrevista.

Entrevista: abc.es

¿Qué os llevó a dar el paso de editar el primer número de ABC digital?

Fue una decisión de empresa. ABC apostó mucho por las nuevas tecnologías, sacaba una revista tecnológica y en ese momento que la red comenzaba a ser muy importante ABC decidió sacar como un escaparate del periódico, como una ventana con las noticias más importantes. No se tenía idea de dar noticias on-line, lo que se quería era que la red tuviera un escaparate del periódico.

Además, ABC fue el primer periódico en estar en el WAP, y con el hecho de tener una ventana en la red, ABC quería estar en algo nuevo, de gran repercusión que estaba empezando.

Al principio lo que se hacía era volcar la portada impresa en la Web, se volcaba a mano con FrontPage, luego se buscó un sistema técnico de volcado, bueno semi-automático, porque los redactores tienen que presionar un botón para pasar a lo que nosotros llamamos nivel web. Estos textos pasan posteriormente a XML por un proceso automático, se vuelca por las noches.

Hace seis o siete años que se introdujo el sistema de volcado automático, el periódico se hace con el sistema de Hermes, lo que hace que una vez que terminan las páginas en la edición del periódico lo que hacen es transferirlas al nivel Web (otro nivel de Hermes) y a una hora determinada hay un proceso que las coge y las vuelca y las pasa a XML.

¿Se realizan muchos cambios en la página digital?

Hace unos cinco años es cuando se produjo un rediseño fuerte, un cambio radical. En esa época se empieza a volcar el periódico completo, fue cuando empezamos a tener también información en tiempo real. Al principio la Web era el periódico volcado, luego había una página independiente de últimas noticias. Ahora se producen cambios parciales de vez en cuando.

¿A qué responden esos cambios?

La de renovarse es el motivo principal. Hay que limpiar de alguna vez, ya que en la red siempre surgen nuevas cosas y tienes que darle un espacio que no tenías por lo tanto estás casi constantemente cambiando la estructura. Además los diseños hay que renovarlos porque se quedan viejos, aparecen secciones nuevas en el periódico que las quieres integrar y la tecnología va muy rápido y te tienes que ir adaptando.

Otros periódicos han tomado la decisión de cobrar a sus lectores on-line, pero ABC (edición digital) sigue siendo gratuita. ¿Por qué modo de financiación ha optado abc.es?

Bueno, se cobran ciertos servicios como la hemeroteca y la edición del periódico en PDF.

El periódico es una edición empresarial y en principio es gratis pero puede que en un momento determinado decidan cobrarlo. Lo que está claro es que se intenta que sea rentable, hay otras formas de rentabilizarlo como a través de la publicidad, de patrocinios, de llegar a acuerdos con otras Web, de intercambios, de mensajes sms, promociones... y no cobrar la información de momento.

¿Qué relación mantiene el departamento de ABC digital con el departamento de ABC?

Al principio la relación era mayor, yo llevo en ABC veintisiete años, y pertenecía a la redacción. Gran parte del equipo de la edición digital estábamos en la redacción y se veía a la sección on-line como una sección más. Hace un año y medio nos desgajaron de empresa por un asunto económico y crearon una empresa dentro de la empresa, con todo lo que es Internet o sea, una unidad de negocio diferente. Este cambio supuso que nos separaran de la redacción, estamos en el mismo edificio pero en una planta distinta.

Respecto a la redacción y selección de noticias, ¿qué relación mantenéis con ABC (edición de papel)?

Somos independientes, bueno relativamente. Yo acudo a las dos reuniones que hay, una a las doce

de la mañana para planificar el día y la otra a las siete para seleccionar la portada, y obviamente sigo la misma línea editorial.

Ahora, lo que es relación práctica no, aunque a lo mejor a nivel individual alguien pasa alguna información, pero vamos la relación práctica es escasa. La redacción de ABC transfiere por la noche la edición de papel a la Web por la noche y a partir de ahí se olvidan. Nosotros llegamos por la mañana, a las siete y media, y nos encontramos las secciones, la portada... a partir de ahí nosotros vamos elaborando al información del día estando en contacto con agencias.

El contenido lo reformulamos y lo vamos actualizando aunque dejamos también la edición de papel.

¿Qué ventajas y desventajas crees que tiene la prensa digital en comparación con la convencional?

A Internet la gran ventaja que le veo es que tienes la noticia inmediatamente. Además, otra ventaja es que es interactivo. Por ejemplo, ahora mismo acabo de meter las declaraciones de Carod Rovira y como en un cuarto de hora tenía unos mil cuatrocientos accesos y con la noticia de la tregua (tregua que ha concedido ETA a Cataluña) teníamos unos catorce mil y pico accesos.

Con este tipo de cosas te das cuenta lo que le interesa a la gente y la repercusión potencial de la noticia. Hay una relación con el lector más recíproca que la prensa convencional. No sólo a través de los accesos, también puedes ver la reacción de los lectores por sus comentarios y sus opiniones.

Por el contrario, la edición digital también tiene desventajas, a dar las noticias de forma más inmediata, le falta análisis, tiene muchos más errores. Aunque en edición digital las noticias pueden llevar imágenes, puedes meter audio, flash... Además, la información que les puedes dar es infinita, si tiras de archivo, puedes poner muchos enlaces y las posibilidades son infinitas lo que ocurre es que no hay medios materiales.

En cambio en la prensa convencional, hay grandes ventajas como la elaboración más concisa y detallada de las noticias, hay una valoración de la información que no se hace en Internet. En la edición digital, por esa inmediatez, falta calidad, las noticias a veces no están contrastadas, se utiliza mucho la información de agencias... Además, en Internet la información es más efímera, el impacto es menor, lo que lees en un momento puede que ya no esté más tarde.

Otro tema es el espacio. En los periódicos digitales el espacio es infinito, depende de lo que aguante la banda ancha que se tenga, en cambio en la edición en papel el espacio es limitado. El hecho de tener un espacio físico limitado a la hora de contar una cosa, a narrarla cambia. Independientemente de que el lenguaje en Internet sea más conciso, la forma de contar las cosas es diferente porque decisiones como, la tipografía, la forma de colocar la noticia te da la valoración de la noticia, el espacio que se le da a la noticia te hace ver que categoría se le ha concedido. En cambio, en Internet tienes la página principal pero luego pinchas en la noticia que te interese y ésta puede ocupar muchísimo espacio. La manera de percibir la información es totalmente distinta, y aunque pueda parecer más objetivo también se puede dirigir al lector a través de la forma de enlazar los hipervínculos.

La estructura mental de un periodista de Internet no puede ni debe ser la misma que la de un periodista de prensa impresa.

¿Cómo es la relación con el lector en la prensa digital en relación a la prensa escrita?

La participación de los lectores es mucho mayor a través del soporte de Internet. Se interactúa mucho más con el lector de la edición digital que con el de la edición en papel.

Por ejemplo, las entrevistas on-line son una gran forma de participación, los lectores son activos y no pasivos. En mi opinión, el lector de digital no se pasa al soporte de papel y tampoco ocurre demasiado que el lector de papel se pase a la edición digital.

Un hecho que me parece interesante resaltar es que el lector de prensa digital lee más de un periódico en edición digital, se pasea por los periódicos. También hemos observado que hay un lector

muy selectivo que, dentro de la sección de opinión, lee a los articulistas que le interesan de uno y otro periódico.

Cartas al director

<http://www.dooyoo.es/review/194335.html>

Estoy encantada con este periódico on-line, si no fuera porque ya tengo la costumbre de leer la prensa escrita tradicional, no volvería a comprarla nunca más, pero es que el leer el periódico en el metro también tiene su encanto!!!

Pero lo que más me gusta de este diario online no es el hecho de que se pueda consultar en el formato digital, que sin duda, a la hora de realizar búsquedas es de lo más cómodo, sino la cantidad de información que tiene.

Estoy ahora mismo en un trabajo que tengo que entregar próximamente y necesitaba mucha información sobre un tema específico de actualidad internacional, y ¿dónde diríais que lo encontré? pues aquí, cantidad de información, muy accesible, en orden cronológico.... puffffffff dejé la impresora temblando desde el día que descubrí este periódico on-line, espero que como todo lo de la red, siga mejorando día a día, aunque espero que no llegue a sustituir a la prensa tradicional, y es que hay cosas que ni siquiera internet las puede sustituir!!!

¿Es usted de los que hacen clic o pasan páginas?

PRIMERA PLANA les propone un test para que averigüen si ustedes forman parte de la era Internet o por el contrario no quieren saber nada de redes.

1. Cuando escucha la palabra Internet, usted...

A- Sale corriendo.

B- Le encantaría probar ese nuevo plato japonés.

C- Piensa lo mucho que ha avanzado la red con la línea ADSL.

2. Si alguien le dice: "Me gustaría comprarme un ratón nuevo." Usted...

A- Se sube a la primera silla que encuentra.

B- Busca el teléfono de la pajarería más cercana.

C- Piensa en el nuevo ratón inalámbrico que ha visto en una página Web de un centro comercial.

3. "Hacer doble clic" a usted le suena a...

A- Parte de un nuevo código extraterrestre que desconoce.

B- El cierre de seguridad de un collar.

C- El sonido que abre las puertas al resto del mundo.

4. La orden parece clara: "Cierra esa ventana, no veo lo que necesitamos allí" Usted...

A- Piensa que tiene que comprar visillos nuevos.

B- Mira que las ventanas del cuarto están cerradas pero, se da cuenta a tiempo del error y, aparentando tranquilidad, coge el ratón y finge saber lo que está haciendo.

C- Dirige el ratón al icono correspondiente.

5. A la pregunta: "¿Navegar es mucho mejor con ADSL?" Usted responde...

A- "Los barcos me marean"

B- "Sí Internet está muy bien, gracias"

C- "Si claro, pero el servicio tiene que mejorar bastante todavía no siempre es lo rápido que debería."

6. Para usted "chatear" es...

A- Ir con lo amigos a tomar vinos.

B- Hablar con gente pero sin hablar, se escribe en el ordenador a gente con nombres raros o en el mejor de los casos divertidos.

C- Ya tiene actualizada la nueva versión del Messenger.

7. ¿Con qué frecuencia revisa usted los mensajes de su correo?

A.- Siempre que se acuerda de bajar la llave del buzón.

B- Una vez o dos por semana.

C-Una vez al día como mínimo.

Resultados:

Si sus respuestas son mayoritariamente A, usted vive completamente al margen del mundo de Internet, de los ordenadores y esas cosas, que por lo que se ve, no le importan en absoluto. ¡Enhorabuena!

Si sus respuestas son mayoritariamente B, usted sabe lo que es un ordenador y que Internet debe servir para algo pero es un mundo todavía por descubrir, aunque no tiene prisa. ¡Enhorabuena!

Si entre sus respuestas la letra que más frecuentemente aparece es la C, usted está totalmente imbuido en la era cibernética, vamos, es un auténtico cibernauta. Los ordenadores e Internet están muy presentes en su vida. ¡Enhorabuena!

Bibliografía

Barrera, Carlos. El Periodismo Español en su Historia. Editorial Ariel, S.A. (2000). *La Progresiva Consolidación del Periodismo*. 15.- "Del Periodismo en España" (Discurso de Eugenio Sellés el día de su recepción en la Real Academia Española, 2-6-1895).

Díaz Noci, Javier y Meso Ayerdi, Koldo. Periodismo en Internet. Modelos de la Prensa Digital. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco. Capítulo 2: *Nacimiento y Desarrollo del Periodismo Internacional en España*. (Páginas 29-43).

Pierre, Albert. Historia de la Prensa. Ediciones Rialp, S.A. (1990). Capítulo 1: *La Prehistoria de los Periódicos y el Nacimiento de las Gacetas*. I -Los "Antepasados del Periódico". (Páginas 13-17).

Quintero Pizarroso, Alejandro. Historia de la Prensa. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. (1994). Capítulo 1: *Comunicación e Información antes de la Imprenta*, por César Aguilera Castillo. (Página 15).

<http://www.asociacion-logo.org/downloads/01012001albaladejo.pdf>

<http://www.baquia.com/com/20020313/not00008.html>

http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm

<http://www.dooyoo.es/review/194335.html>

[1] El Periodismo Español en su Historia. La Progresiva consolidación del Periodismo. "Del Periodismo en España." (Discurso de Eugenio Sellés el día de su recepción en la Real Academia de la Lengua, 2 de junio de 1895). (Páginas 127-146)

[2] Pierre, Albert. Historia de la Prensa. Ediciones Rialp, S.A. (1990). Capítulo 1: La Prehistoria de los Periódicos y el Nacimiento de las Gacetas. I -Los "Antepasados del Periódico". (Páginas 13-17).

[3] Información seleccionada en la siguiente página web:

http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm

[4] Información seleccionada en la siguiente página web:

http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm

[5] Información seleccionada en la siguiente página web:

http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm

[6] Información seleccionada en la siguiente página web:

http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm

[7] Díaz Noci, Javier y Meso Ayerdi, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la Prensa Digital*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco. Capítulo 2: Nacimiento y Desarrollo del Periodismo Internacional en España. (Páginas 29-43).