



Revista Lasallista de Investigación
ISSN: 1794-4449
marodriguez@lasallista.edu.co
Corporación Universitaria Lasallista
Colombia

Sánchez Sánchez, Diego Alonso
El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno
Revista Lasallista de Investigación, vol. 4, núm. 1, 2007, pp. 67-73
Corporación Universitaria Lasallista
Antioquia, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69540110>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno*

Diego Alonso Sánchez Sánchez¹

Semillero de Investigación en Comunicación Aplicada -SICA-
Línea de investigación: Comunicación y periodismo en el entorno digital

Digital Journalism. A new stage of modern journalism

Resumen

Con la aparición de los diarios online comenzó a hablarse del concepto de **periodismo digital** como una nueva forma de hacer periodismo. Sin embargo, si se hace una revisión de la denominada Teoría Periodística, se advierte que sólo se trata del retorno a la génesis del periodismo que habla de la obligación del periodista de investigar, escribir en forma clara y breve, contextualizar y manejar múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda. En síntesis, y atendiendo la clasificación de José Luis Martínez Albertos, podríamos estar hablando de una cuarta etapa del periodismo moderno: la del periodismo global.

Palabras clave: Periodismo digital. Hipertexto. Contexto. Fuentes de información. Interactividad y pirámide invertida.

Abstract

With the appearance of online journals a new concept, digital journalism, came up as a new form of **reporting journalism**. Nevertheless, if we review theoretical journalism we notice that that it is only a return to the genesis of journalism, which speaks about the obligation of the reporter to investigate, to write in a clear and brief way, contextualizing and consulting several sources in order to present all the faces of the medal. Hence, and attending the classification made by José Luis Martínez Albertos, we could be speaking about a fourth stage of modern journalism: global journalism.

Key words: Digital journalism. Hypertext. Context, Information sources. Interactivity and reversed pyramid.

Introducción

La invención de la Internet, a finales del siglo pasado, marcó definitivamente un hito en la historia de las telecomunicaciones en el mundo. La Red revolucionó por completo la dinámica de los medios de información masiva al aparecer en el espectro uno nuevo que, en la práctica, conjuga las ventajas de la televisión, la radio y la prensa tradicionales.

Desde entonces comenzó a hablarse de *periodismo digital*, un concepto que más que novedoso y llamativo, sirvió para alertar tanto a los dueños y directores de esos medios tradicionales como a los propios periodistas sobre las múltiples posibilidades informativas que ofrece la Red.

Y si hablamos de periodismo, quizás lo más importante es que Internet llegó para terminar de configurar un nuevo período del llamado periodis-

* Investigación financiada con apoyo del Fondo de Fomento a la Investigación de la Corporación Universitaria Lasallista

¹ Comunicador social – periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana. Docente e investigador del programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista y de la Universidad de Medellín

Correspondencia: Diego Alonso Sánchez Sánchez, E-mail: dasanchez@udem.edu.co

Fecha de recibo: 07/11/2006; fecha de aprobación: 12/06/2007

mo moderno, ese que, según la clasificación que hacen algunos autores como José Luis Martínez Albertos^v, ha avanzado ya por tres etapas: periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación. Podría decirse que la Red digital se convirtió en el medio por excelencia para el desarrollo de una cuarta etapa: la del periodismo Global.

En esa dirección, este ensayo intentará exponer algunas razones por las cuales el autor considera que, lejos de ser una nueva forma de hacer periodismo, el periodismo digital no es otra cosa que el retorno a la génesis del periodismo, a la práctica más integral y responsable de la que alguna vez Camus llamara “la profesión más bella del mundo”.

El Concepto

Antes de hablar de periodismo o periodistas digitales hay que precisar los conceptos. En primer lugar, es necesario advertir que no es lo mismo periodismo electrónico o digital que periodismo en línea o periodismo en Red. Como sostiene Quim Gil, el verdadero periodismo digital “rompe con la comunicación lineal y unidireccional”¹. Eso quiere decir que es mucho más que trasladar contenidos de la prensa escrita a la Red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla.

De esa forma, el concepto clave del periodismo en Red es el *Hipertexto*, es decir, el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas. El *hipertexto* se advierte como el elemento sustancial del periodismo en Red, toda vez que, a través de él, el lector tiene la posibilidad de profundizar en el tema hasta donde prefiera. “El enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos o bien mediante recursos infográficos (mapas, recreaciones virtuales...) o audiovisuales (declaraciones, videos...). En definitiva, el *hipertexto* pone por primera vez en

manos del lector – no del periodista- la posibilidad de ampliar hasta donde desee la contextualización documental de cada información y, al mismo tiempo, le libera de leer pasajes documentales indeseados que ralentizan y oscurecen la lectura”².

De esa manera, el lector determina y construye su propia historia. Además porque ya le es posible a él, como público, participar en la elaboración del texto que lee, lo que convierte la lectura de periódicos digitales en un proceso activo y creativo. En construcción colectiva. “Algunos sistemas (...) ofrecen además la posibilidad de agregar notas personales vinculadas a puntos precisos del texto leído: si bien no es posible – habitualmente – modificar el original, sí es posible transformarlo en algo totalmente nuevo y eminentemente personal, o bien – incluso – en obra colectiva, ya que también es posible, en las Redes institucionales, (Intranet) que varias personas adhieran sus comentarios a un mismo texto original y que la versión comentada esté al alcance de todos”³.

El digital ¿Un nuevo periodismo?

Pero la intención de este escrito es trascender un poco los conceptos. Si se mira en su fondo es posible advertir que el periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo. Por el contrario, se trata del retorno a la esencia del oficio, a la del periodismo clásico, al nacimiento propio de la profesión. Lo que hizo la Red fue hacer que los periodistas se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas del periodismo: la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda.

En el sexto congreso nacional de periodismo digital de Huesca, el redactor de El Heraldo de Aragón, Ramón J. Campo, advirtió que “para que la Red se convierta en verdadero soporte periódico es necesario recuperar el gusto por ‘ir más

^v En su texto Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita, José Luis Martínez Albertos considera tres etapas del periodismo moderno: La del periodismo ideológico, que duró hasta el fin de la primera guerra mundial; la del periodismo informativo, que se extiende hasta finales de la segunda guerra mundial; y la del periodismo de explicación, que toma fuerza a partir de 1950

allá' por la tradición de la búsqueda de la verdad"⁴. Al analizar la afirmación, se observa que el periodista habla de "recuperar" lo que está perdido, no de crear algo nuevo. Pues bien, he ahí la clave. El periodismo digital está obligando a los reporteros a recordar que su trabajo no se puede quedar en el simple registro, debe avanzar en la búsqueda constante de la verdad, o mejor, de las múltiples verdades que puede tener un hecho.

Quizás la velocidad con la que ocurren los hechos en el mundo de hoy ha obligado a que se haga más un periodismo de registro, a que los reporteros se limiten a contar lo que sucede y a que dejen de lado la investigación y el análisis que exige la labor periodística, en virtud del cumplimiento de la función propia de los medios masivos de orientar a la opinión pública. En Colombia, por ejemplo, la abundancia de informativos de la televisión en todos los horarios, combinada con la escasez de periodistas en cada canal, no permite la investigación profunda de los hechos ni el seguimiento exhaustivo de su desarrollo. Como las mariposas, las noticias nacen y mueren en muy corto tiempo, como si no hubiese nada más que decir de ellas.

Sucede que muchos periodistas se han dejado deslumbrar por las múltiples posibilidades que ofrece este nuevo medio, por la maravilla que significa poder presentar a través de un solo canal todas las aristas de las noticias, por la generosidad multimedia de la Internet. Tal vez por esas mismas razones, Martínez Albertos se vio obligado a recordar que "los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro y distinguir entre hechos y opiniones para no engañar, para ser honrados y honestos respecto a los receptores"⁵.

La pregunta que surge es: ¿Cuáles de esas características son ajenas al periodismo habitual? En las universidades los maestros siempre insisten en la obligación de verificar rigurosamente la información, de contextualizar los hechos para posibilitar su mejor comprensión, de diferenciar los hechos de las opiniones, de ser éticos...

Tal vez se trata de una ola de facilismo de los periodistas, o, como sostiene Ramón Salaverría, sucede que "las formas de presentar las noticias y, en particular, los criterios de estructuración

redaccional y puesta en página de los textos informativos muestran un peligroso estancamiento. Una vez más, en la historia del periodismo los avances técnicos no se ven acompañados por una evolución paralela en las rutinas profesionales"⁶. Entonces, es posible concluir que la Internet nada ha cambiado la forma de hacer periodismo ni las obligaciones y responsabilidades de los periodistas. Por el contrario, lo que ha hecho es recordarlas y exigir su cabal cumplimiento, pues ya existe un medio en el que, además de necesarias, no se permite bajo ninguna circunstancia el incumplimiento de las normas profesionales y deontológicas que conlleva este oficio.

Informar o comunicar

De otro lado, si bien el periodismo digital rompe con la linealidad y permite la retroalimentación y la participación de los lectores, no estamos hablando de otra cosa que no sea comunicación, pues bien sabido es que para que el proceso se cumpla a cabalidad es necesaria la respuesta del receptor. Y no puede existir periodismo sin comunicación, donde no hay la una no existe el otro.

Además, se trata de una responsabilidad que les corresponde a los medios que, para ser considerados de comunicación y no de simple información, deben entregar la información completa y abrir los espacios necesarios para la respuesta de los lectores, televidentes, radioescuchas o internautas. Como en cualquier ámbito del periodismo, la ética y la responsabilidad social obligan a consignar en cualquier noticia todos los elementos necesarios para su comprensión. Esto es diversos puntos de vista, análisis ponderado y objetivo, contextualización y posibilidad de respuesta.

Lo que pasa es que, en algunos ámbitos, apenas hace pocos años los medios comprendieron que su función es mucho más que enviar datos para que la comunidad los tragara sin masticalos, sin digerirlos. En las últimas dos décadas esos medios lo comprendieron así y comenzaron a abrir espacios para que, por lo menos, la gente tuviese la oportunidad de manifestarse, así no permitieran por completo el disenso transparente.

La interactividad es algo que venían buscando los medios masivos tradicionales que entendían la necesidad de trascender desde la mera información hacia la real comunicación. Los periódicos digitales o las versiones digitales de los diarios les permitieron a los impresos competir con otros medios que los aventajaban, por ejemplo, en actualidad. Además, las páginas de los diarios en la Red son actualizadas de manera permanente y, ante lo frías que son las entrevistas en el papel, pueden incluir el audio y hasta el video de ellas, lo que les posibilita competir con la televisión o la radio en condiciones similares.

Como se observa, se trata de algunos argumentos que demuestran que no existe en realidad un nuevo periodismo; que se trata sólo de la aparición de un medio moderno en el que convergen los demás, pero que exige la aplicación de todas las normas para poder hacer, a través de él, un periodismo de verdad. Razón le asiste a la subdirectora de El Mundo.es, Victoria Prego, cuando afirma que no existen grandes diferencias entre el periodismo de radio, de gráfica, de televisión y el electrónico: “sólo cambia el lenguaje”, advierte.

El viejo esquema de la pirámide invertida

Algunos consideran que Internet exige una nueva forma de hacer periodismo y sostienen que quizás el mayor cambio se podría encontrar en el uso del viejo pero efectivo formato de pirámide invertida. Aseguran que “trasladar sin más una estructura cerrada como la pirámide invertida al periódico digital supone prescindir del nuevo recurso periodístico clave: el *hipertexto*”².

No obstante, muchos otros consideran que, por el contrario, el viejo recurso inventado por el fundador de la Associated Press, y replicado en la mayoría de las Universidades del mundo que ofrecen algún programa de periodismo, es la mejor manera de escribir en la Red. Apoyado en la investigación del Poynter Institute sobre la lectura en la Red, Guillermo Franco, del diario El Tiempo, sostiene que “los párrafos de cualquier nota (...) deben ser tan elocuentes que en el momento en que capturen la atención de un usuario le digan si algo es digno de ser leído”⁶.

Y es que el verdadero periodista digital se ve obligado a evaluar y seleccionar todos y cada uno de los elementos que acompañarán la información, y que le aportarán el valor agregado a la noticia. En otras palabras, necesita agudizar su función de editor porque en la Red, “a la hora de redactar la noticia, el periodista debe ser mucho más consciente de los elementos informativos que la conforman. Debe discernir mejor entre la información de última hora y la información documental contextualizadora; debe diferenciar entre la explicación de datos, la descripción de lugares y el relato de acontecimientos; debe identificar con qué soporte – textual, gráfico o sonoro – se informa mejor sobre cada uno de los aspectos de la noticia. En definitiva, la organización hipertextual de la información obliga al periodista a realizar un mayor esfuerzo de selección y jerarquía de los elementos de la información, tareas radicalmente periodísticas”⁶.

Así las cosas, también le corresponde ahora al periodista - ya no sólo al editor como es costumbre en los diarios impresos y en muchos otros medios - acudir a su criterio profesional, el mismo del que apenas se recogen algunas pistas en la academia pero que sólo se articula y se fortalece con la experiencia. El reportero deberá entonces pensar a profundidad en todos los criterios de valoración de la noticia, en todas las posibles aristas que ésta pueda tener y buscar información para incluirla en la Red, con la ventaja de que no hay límite de espacios.

Si el lector no lee sino que escanea las páginas, tal como lo demuestra el estudio Eyetrack del Pointer Institute, significa que sólo se detiene en aquellos datos que más le llaman la atención. Y la fórmula de la pirámide invertida lo que hace es enseñar a presentarlos desde el comienzo, a ir al grano desde el principio. De hecho, como sostiene Melvin Mencher en su texto periodístico *News reporting and writing*, “esta forma ha persistido porque satisface las necesidades de los usuarios de los medios. Los lectores (en este caso de Internet) desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención. De otra forma, se irán a otra parte. La gente está muy ocupada para detenerse sin ninguna recompensa”⁷.

Y ¿Cuál es la diferencia con el periodismo digital? Ninguna. La fórmula que se inventó Melville Stone

entre 1870 y 1879 tiene aún vigencia, y si en algún momento alguien tuvo dudas sobre la eficacia de su funcionalidad, el periodismo digital entró a despejarlas y a rescatar su uso como elemento clave en la narración de noticias. Si en la Red se pide comenzar por el clímax, nada mejor que la pirámide invertida que presenta los datos en orden desde el más importante hasta el de menor trascendencia. Si se acepta que los lectores escanean y sólo seleccionan palabras clave, ahí están las seis preguntas básicas a las cuales se responde a través de la pirámide invertida y que, bien trabajadas, se convierten en los elementos llamativos del texto.

La fórmula habitual: brevedad

Otra de las recomendaciones que hacen los expertos en periodismo digital tiene que ver con la brevedad de las informaciones, atendiendo las características del medio y de sus lectores. De hecho, recomiendan escribir historias con una extensión que corresponda, más o menos, a la mitad de lo que se escribiría para un periódico impreso.

¿Cuál es la novedad? Ninguna. Esa recomendación confirma la máxima periodística de toda la vida: Lo bueno, si breve, dos veces bueno. Incluso, desde comienzos del siglo pasado, el punto de referencia de los periodistas en todo el mundo, Joseph Pulitzer, lo había planteado cuando sentenció: “Si escribes algo para transmitir a tus semejantes (...) estas son las reglas: Exprésalo brevemente, empleando sólo las palabras estrictamente necesarias (...) para que lo lean⁸”.

Siempre las historias cortas han sido más leídas que las largas. El reto es hacer cortas de trascendencia, que impacten y que sean recordadas, y largas que parezcan cortas gracias a que atrapan de tal manera al lector que no siente el paso del tiempo cuando las tiene en sus manos. Pero, sin duda alguna, las historias cortas tienen más lectores. La venta anual de miles de millones de libros de bolsillo en todo el planeta es evidencia de ello.

El periodismo digital no admite mediocridades; quienes laboren para diarios online deben estar muy bien preparados y mantenerse actualizados para saber dónde puede hallarse información

complementaria. Además, requieren de una mayor *sindéresis* para evaluar cuáles aspectos de ella son más relevantes para los lectores en la Red. Como sostiene Fernández Hermana, “el perfil del nuevo profesional de la comunicación pasa por personas capaces de sintetizar los flujos de información para devolverlos a la audiencia una vez sintetizados, indexados y referenciados. La sensación de ‘exceso de información’ en la Red, en cuanto a cantidad y redundancia es real”⁹.

La nueva posibilidad que ofrece la Red es la de construir múltiples textos cortos en lugar de pocos extensos. En otras palabras, el límite que pone la pantalla se derrumba con el *hipertexto*, que permite incontables capas navegables. Pero escribir corto es una obligación del periodista, no del canal por el cual envíe la información.

Seguimiento: la responsabilidad de siempre

Llaman también la atención los investigadores del tema, en que la posibilidad que ofrecen los diarios digitales de actualizar en forma permanente las informaciones lleva a que el periodista no pueda abandonar en ningún momento sus historias y a que deba nutrirlas a cada momento con nuevos datos, toda vez que la consulta de la Red es desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento. Pero, ¿acaso no es esa la obligación del periodista? ¿No recalcan en las universidades que se debe hacer seguimiento constante de la información, de las noticias?

Obviamente que sí. Y si se quiere hacer un trabajo ético, responsable y de calidad, es preciso hacer seguimiento al desarrollo de las informaciones. De hecho, es esa obsesión por encontrar lo que entrañan los hechos, aquellas circunstancias precisas que los rodean y el desarrollo que tienen en el futuro lo que habitualmente se recompensa con premios como el Pulitzer.

Adicionalmente, recuérdese que todos los manuales de periodismo insisten en que una información es más importante cuando de ella se desprenden más noticias con el transcurrir del tiempo. Pues bien, en la Red, por más negligente que pueda ser, ningún periodista puede darse el lujo de consignar sólo la primera versión. De hecho, en muchos casos no habrá una versión

final de las noticias. La inmediatez de la Red permite algo así como ir puliendo la versión final a través de múltiples versiones, que pueden parecer incompletas por momentos, pero que al final muestran el desarrollo mismo de los acontecimientos y el producto de la investigación del propio periodista.

Todo lo anterior indica, una vez más, que no existe ningún cambio de paradigmas. El periodismo digital no es más que otro nombre, como el de periodismo en televisión o en radio. O mejor, tal como se planteó al comienzo de este texto, otra de las etapas del periodismo moderno.

Muchas de las cosas de este mundo son cíclicas y en cualquier momento retornan a sus inicios. El periodismo digital aparece como el retorno a los inicios de la profesión, no es un cambio en la forma de hacer periodismo sino simplemente la aparición de un nuevo espacio, un nuevo medio que exige y evidencia si las cosas se hicieron o no de la mejor manera posible, tal como obliga el profesionalismo en cualquier área.

El periodismo como construcción y visión colectiva

Es cierto que el periodismo digital plantea un nuevo enfoque en la labor periodística: el trabajo en equipo. Sin embargo, ningún trabajo puede desarrollarse de manera exclusivamente individual y mucho menos el periodismo. En las redacciones clásicas el trabajo en equipo es más escaso; existe pero no se puede negar que aparte de un fotógrafo y un diseñador que simplemente acomoda en la página lo que escribe el periodista – en la mayoría de los casos- la responsabilidad sobre las historia es del reportero; él es quien las investiga y quien las construye de manera individual.

La falta de un verdadero trabajo en equipo es la que no ha permitido un mejor desarrollo de la profesión, con el consecuente fortalecimiento de los medios. Internet obliga al periodista a tener una muy buena preparación; le exige que investigue, que piense más en el público y que se baje de la posición pedante de siempre; que conozca y profundice más en los temas para poder explicarlos y recomendarlos a los lectores internautas.

Y para ello debe interactuar permanentemente con profesionales de otras áreas o con otros periodistas que poseen conocimientos en campos disímiles. Esa interacción nutre su conocimiento y le permite una mejor visión de los acontecimientos. No sólo le permite saber dónde están los expertos en cualquier tema, sino además manejarlo y dominar un mínimo de habilidades al respecto. Al diablo con aquello de que el periodista no está obligado a saberlo todo. Sí lo está, por lo menos lo básico, lo que le permita informar acerca de un asunto sin el peligro de salir a decir o escribir barbaridades.

La “ignorancia” con la que se escudan habitualmente los reporteros es la que está permitiendo la llegada constante a los medios de otros profesionales que los suplantán, porque tienen más conocimientos que les aportan mejores elementos de juicio en situaciones específicas. De ahí que, más que preparar “periodistas digitales”, las Universidades están obligadas a formar mejores “periodistas integrales”, es decir, que lean todo el tiempo, que aprendan a interactuar en forma permanente con profesionales de otras áreas, que tengan capacidad de análisis, objetividad y juicio crítico para dilucidar los acontecimientos.

Tal como se señaló y se argumentó en este texto, la Red no significa un nuevo periodismo pero sí se convierte un moderno canal que obliga a retomar el rumbo del verdadero quehacer en esta profesión. En el periodismo digital se cumplen todas las reglas de la profesión como el rigor, la investigación o el respeto a las fuentes, aunque cambian algunos aspectos de forma. Simplemente, “la Red modifica las fórmulas de expresión e incluso revoluciona el modelo más primitivo: la escritura. Nuevos mecanismos textuales se imponen con el objeto de alcanzar una lectura más clara, cómoda y casi intuitiva”¹⁰.

De allí que, como conclusión, es posible señalar que la Internet trajo más cambios de forma que de fondo en lo que al periodismo se refiere. Por eso no se trata de diseñar nuevos periodistas sino de recordarles a los que laboran hoy en la Red y de enseñarles a quienes apenas llegan a ella, los compromisos de siempre para una profesión esencial en el desarrollo mismo de la humanidad. Entonces, y para concluir una vez más que el periodismo es y seguirá siendo uno solo, cabe recordar las palabras del maestro Joseph Pulitzer⁸:

“Si escribes algo para transmitir a tus semejantes... estas son las reglas:

- 1 – Exprésalo brevemente, empleando sólo las palabras estrictamente necesarias... para que lo lean.
- 2 – Con mucha claridad y sencillez, usando términos simples, comunes, corrientes, de uso diario... para que lo entiendan.
- 3 – En forma pintoresca y graciosa... para que lo recuerden.
- 4 – Y con mucha veracidad y honestidad... para que se guíen por esa luz”.

Referencias

1. GIL, Quim. Diseñando el periodista digital. [online]. S.p.i. [Citado en 2007] Url disponible en <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
2. SALAVERRIA, Ramón. De la pirámide invertida al hipertexto. Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital. Novática. En : Revista de la Asociación de Técnicos de Informática. Vol. 142 (nov.-dic. 1999); p. 12-15.
3. CURSO DE periodismo digital.[online]. s.l. : Galeon, s.f. [citado 2007]. Url disponible en http://www.galeon.com/periodismo-digital/pagina_n3.htm
4. CAMPO, J. Ramón. [Ponencia].[online]. Huesca : Congreso de Periodismo Digital, 2007.[Citado 2007] Disponible en <http://www.congreso-periodismo.com>
5. MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. [Periodismo digital] Citado en : NAVARRO, Lizy. El nuevo periodista digital. [online]. México : Revista Mexicana de Comunicación, s.f. [Citado 2007] Url disponible en <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc96/periodista.html>
6. FRANCO, M. Guillermo. Cómo escribir para Internet. Diario El Tiempo. Bogotá, Colombia.
7. MENCHER, Melvin. News reporting and writing. 10 ed. s.l. : McGraw Hill, 2005. 618 p.
8. GÓMEZ, Mauricio. El libro del periodista. Bogotá : Educar, 1994. p. 29.
9. FERNÁNDEZ H., Luis Ángel. [Periodismo digital]. Citado en: CASTAÑEDA, Javier. Desafíos del periodismo digital.[online] s.p.i [Citado 2007]. Url disponible en <http://www.baquia.com>
10. ECHALUCE OROZCO, Alberto. Curso de periodismo digital. Características de los periódicos digitales. [online] s.l. : El autor, s.f. [Citado 2007] Url disponible en: <http://www.galeon.com/periodismo-digital/caracter.htm>