

INTERNET PARA PERIODISTAS (CON ESPECIAL INCIDENCIA EN EL AMBITO ESPAÑOL)

Julia R. Cela

INTRODUCCION

*"Porque repárese en cuál es la situación actual:
mientras evidentemente todas las demás
cosas de la cultura se han vuelto problemáticas
-la política, el arte, las normas sociales,
la moral misma-, hay una que cada día comprueba
de la manera más indiscutible y más propia
para hacer efecto al hombre-masa, su maravillosa
eficiencia: la ciencia empírica.
Cada día facilita un nuevo invento,
que ese hombre medio utiliza.
"(José Ortega y Gasset: La rebelión de las masas)(1)
"En rigor, la democracia liberal y
la técnica se implican e intersuponen a su vez tan
estrechamente, que no es concebible la una sin la
otra, y, por tanto, fuera deseable un
tercer nombre, más genérico, que incluyese ambas."*

José Ortega y Gasset: La rebelión de las masas. (2)

La humanidad siempre se ha sentido fascinada por aquellas ciencias que ayudan a explicar el Universo y su inserción en él. La filosofía desde el principio de los tiempos ha intentado dar respuesta a las preguntas que se hacía y las ciencias empíricas le han facilitado las más diversas tareas. Técnica y filosofía se han unido, para explicar al hombre actual la realidad que le circunda.

Ya en 1929, el filósofo José Ortega y Gasset analizaba en su libro *La rebelión de las masas*, a ese hombre nuevo que se había adueñado de la sociedad, ese hombre medio u hombre-masa, que descubría en la ciencia empírica y en los nuevos inventos que se producían, a su mejor aliado, en su avance dentro de la nueva sociedad de consumo; en la que la información jugaría una gran baza y le ayudaría en la posibilidad de escalar peldaños en la conquista del poder. La técnica y la libertad se apoyarían la una en la otra, y constituirían los dos pilares firmes de una sociedad democrática y civilizada, en la que el hombre medio tendría un papel predominante. Si en el primer tercio de siglo, Ortega y Gasset ya vislumbraba el ascenso de el hombre masa ayudado por: la técnica, los nuevos inventos, la sociedad de la información y la libertad en las sociedades democráticas; en éste último tercio de siglo, esas predicciones ya están al alcance de la mano, para éste hombre medio que transita con toda libertad por las pujantes autopistas de la información, que le facilitan las nuevas tecnologías.

Ahondando en esta idea orteguiana del hombre medio, y exténdiendola a la cultura de masas que han facilitado las tecnologías: la radio, la televisión, el ordenador, etc.; en 1965 Umberto Eco, publica su libro: *Apocalípticos e integrados*, en el que reconoce que no es casual la concomitancia que existe entre civilización del periódico y civilización democrática. Cómo la industria cultural de masas, que comienza con la invención de la imprenta y se extiende a la

primera emisión de televisión, facilita la igualdad entre los hombres, al conocer todos a su vez los acontecimientos históricos que están viviendo, y de ahí aceptarlos e incluso ser capaces de operar sobre ellos.(3) La información y la técnica acercan el mundo al hombre, y éste a su vez se acerca a sus semejantes.

Por lo tanto, es lógico que el hombre medio (como ya expresaba Ortega) se interese y se entusiasme con los nuevos inventos, y cuánto más extendido sea este entusiasmo por ellos, y con más rapidez lleguen al mayor número de hombres posibles, su penetración en la sociedad se acelerará o se retrasará y consistirá en un éxito o en un fracaso. Cuando el nuevo invento afecta a la industria cultural de masas y puede causar importantes efectos en la sociedad, es lógico que enseguida surjan detractores y entusiastas, -o con palabras de Umberto Eco- apocalípticos e integrados. Para los apocalípticos: "la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso"(4); en definitiva, para los apocalípticos la cultura de masas supone la anticultura. Mientras que para los integrados, el que los bienes culturales se extiendan y se encuentren al alcance de la mayoría de los hombres, de una forma amena y liviana en la absorción de nociones y la recepción de la información, significa, que por fin vivimos en una época más igualitaria, que hace posible la ampliación del campo cultural a un nivel extenso de población.(5)

Todo esto se produce a la vez que el receptor va siendo mayor, pero en el momento que Ortega y Eco escribían sus reflexiones, el emisor de cultura era todavía minoritario, una élite intelectual que producía la información. Hoy por el contrario, el hombre medio orteguiano inmerso ya en el mundo digital, pasa de ser sólo receptor a convertirse también en productor de información y cultura.

Si a finales de los años veinte era Ortega y Gasset quien nos hablaba del hombre-masa, y a mediados de los sesenta era Umberto Eco, quien nos introducía en la cultura de masas; hoy el integrado de este final de siglo es Nicholas Negroponte, -uno de los mayores expertos del mundo en multimedia- director del Media Lab perteneciente al MIT (Massachusetts Institute of Technology). Negroponte en su libro: El mundo digital, nos anticipa el futuro del hombre medio, un futuro en el que la transmisión de información ya no se efectuará en átomos, sino en bits.

Volvemos a la fascinación por la tecnociencia de la que ya hablaba Ortega, hoy transformada en tecnología de la información (informática más telecomunicaciones), de alcance universal y con capacidad para cambiar el mundo que nos rodea, las organizaciones sociales, e incluso a nosotros mismos. Son tecnologías de la información que aportan nuevos fenómenos a los ya conocidos como: televisión por cable, vídeo a la carta, multimedia, realidad virtual, autopistas de la información, Internet, etc.(6)

Tecnologías que el hombre medio debe conocer porque poblarán su entorno, y serán las herramientas que posibiliten la comunicación con el mundo y con sus semejantes. Por ello otro integrado, José B. Terceiro, catedrático de economía y autor del libro: Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis, llega a afirmar con conocimiento de causa, que los analfabetos del próximo siglo serán aquellos que no sepan manejar un teclado de ordenador. "Cuando me

refiero a que los analfabetos del siglo XXI serán los que no sepan manejar el teclado de un ordenador quiero decir que éstos tendrán menos posibilidades de acceder al fabuloso mundo de la información".(7) Un mundo digital en el que los contenidos educativos se harán universales, los medios de comunicación nos llegarán a través de las redes, el teletrabajo será una realidad, etc. ¿Cómo no sentirse analfabeto sino se maneja un sencillo teclado?. ¿Cómo no sentirse marginado sobre nuestro entorno de esa revolución de la información, de las telecomunicaciones y del entretenimiento que seguramente cambiará en los próximos años nuestro estilo de vida, nuestro empleo, y la forma en que nos relacionamos y nos comunicamos con los demás?.(8)

Lo que sí está claro, es que el integrado que se introduzca en el mundo digital, no se sentirá marginado de un futuro en el que el protagonismo lo alcanzarán los ordenadores personales; o por el contrario, serán las redes las que se alzarán con la victoria; o tal vez, el futuro se encuentre en la combinación de ambas. Para Bill Gates, presidente de Microsoft, el futuro se encuentra en el ordenador personal, que se implantará en todos los hogares, con la posibilidad de comunicarse con todo el mundo, e introducirse en los ámbitos de la empresa y la educación. "Gates llama <> a la conjunción de un hardware más barato que utiliza un software más imaginativo, lo que, al facilitar su penetración en el mercado, hará bajar todavía más los precios."(9)

Por el contrario, Larry Ellison, presidente de Oracle, la segunda empresa de software después de Microsoft, -y por lo tanto su principal rival- piensa que el ordenador es un aparato difícil de manejar, que irá perdiendo importancia durante ésta década y será destituido "por unos terminales muy simples y baratos, definitivamente no inteligentes, ya que la inteligencia estará en la red que suministre información y entretenimiento. Al residir la inteligencia en ésta y no en los terminales, aparte de ser éstos más baratos, los usuarios tendrán la posibilidad de acceder a una gama más amplia de software".(10)

De todas formas, éste el futuro en los ordenadores personales, o en las redes, no debemos olvidar que estas dos predicciones se encuentran sesgadas por los intereses particulares de los dos empresarios: Microsoft crea software para ordenadores personales, y Oracle para las redes. De lo que sí estamos seguros, es que en un principio el parque de ordenadores personales seguirá creciendo, y el uso de las redes se extenderá cada vez más. Y dentro de estas redes en expansión la protagonista del presente y de un futuro inmediato en todo el mundo es Internet.

Pero, ¿qué es Internet?, -o más familiarmente conocida como la Net-. Terceiro nos define la Net como un medio universal de comunicación y búsqueda de información a muy bajo coste.(11) Para Negroponte, Internet: "es una red de comunicación en la que no se sabe cómo se transmite el mensaje, y por tanto nadie puede pararlo, ni siquiera una bomba atómica".(12) Y además Negroponte añade, que la red no es en absoluto caótica, sino que por el contrario funciona muy bien; a la que también habría que sumarle otra ventaja, y es que nadie manda en Internet, lo que hace posible que nadie corte su funcionamiento. Negroponte coincide con otros estudiosos del fenómeno Internet, en que la red al no encontrarse bajo ninguna autoridad, ni control, facilita la libertad de expresión entre sus usuarios. Esta es su máxima

ventaja, como así expresa Manuel Castells en su definición de Internet: "es una red acéfala de conexiones horizontales con difícil control desde ningún centro".(13) Y por ello, sus detractores se quejan de que esa falta de control haga posible que se cuele en la red información de todo tipo: verídica y falsa, instructiva o perniciosa, etc.; y es que como muy bien define Castells, Internet es real como la vida misma. "Y, como la vida misma, tiene pornografía, racismo, fascismo, subversión y maledicencia. Pero también tiene ciencia, cultura, educación, información, llamamientos a la sociedad, debates políticos, cotilleos personales, recetas de cocina y fantasías on line."(14) Todo depende del uso y el abuso del usuario conectado a la red, y con que fines utilice ésta, desde luego, cada cual debe ponerse sus propias limitaciones, las mismas que cada uno ponga a su propia vida; la ética personal obrará en consecuencia.

Entre los nuevos usuarios de la red se encuentra el profesional de la información, a quien le ofrece un campo ilimitado de conocimientos, de posibilidades de enviar y recibir mensajes, de suscribirse a grupos con materias afines a las que trabaja e investiga. En definitiva, un caudal de información inmenso, que el profesional responsable se verá obligado a contrastar para transmitir a sus receptores. Todo ello es posible gracias a Internet, que surgió en los años sesenta en Estados Unidos, y que ha llegado a España a finales de los ochenta, instálándose en esta década de forma definitiva en nuestro país.

ESTADO DE LA CUESTION: LA RED INTERNET EN ESPAÑA

La red Internet surge en los años sesenta, cuando la agencia para los proyectos avanzados del Departamento de Defensa estadounidense (ARPA) desea conectar varios ordenadores por medio de una red. La idea original parte de Bob Taylor, director del Programa para la Investigación Informática de ARPA, quien encarga el proyecto a Larry Roberts, investigador del Lincoln Laboratory del MIT; éste diseña y construye la primera red, compuesta solo de cuatro nodos, que une ordenadores geográficamente distantes, utilizando una tecnología de comunicación por paquetes. En septiembre de 1969 se instalan cuatro nodos en otros tantos centros universitarios separados: La Universidad de California en los Angeles (UCLA), el Standford Research Institute (SRI), la Universidad de California en Santa Bárbara (UCSB), y la Universidad de Utah; que constituyen los primeros centros universitarios en la red, que hacen posible el nacimiento de ARPANet (la red de la Advanced Research Projects Agency).(15)

¿Por qué ARPANet que surge en el Departamento de Defensa de los EEUU pagado por dicho Departamento se ofrece a los centros de investigación?. El objetivo inicial, -y a su vez oculto- al fundar la red "era llegar a establecer un cauce de comunicación entre los distintos centros operativos del ejército estadounidense con el fin de compartir información y recursos, y que este cauce de comunicación pudiera seguir siendo útil aún en el caso de "cortes" en la red, o de situaciones de emergencia insólitas o imprevistas."(16) Pero el objetivo oficial, y público, "era el de permitir a los usuarios de centros de investigación comunicarse entre sí, conectando máquinas completamente distintas a través de un único protocolo común".(17)

De esta forma surgió Internet, que se fue extendiendo como una gran telaraña, durante las décadas de los años setenta y ochenta, hasta llegar a convertirse en una potente colección de

nodos y redes. Para algunos caótica y amorfa, sin ningún propietario, y que ofrece diversos servicios a sus usuarios, -de la mas variopinta condición-, extendidos por todo el planeta.

Estos servicios que ofrece la Net, -nos los detalla Elena de la Cuadra, en su artículo: [Internet. Conceptos básicos-](#),¹⁸ Terceiro los divide en seis categorías para explicarlos de una forma sencilla y simple:

- servicios básicos como la transferencia de archivos, el correo electrónico o el uso de ordenadores remotos
- listas automatizadas y distribución de noticias
- servicios de información interactiva como la WWW o WAIS
- servicios de directorios que permiten encontrar las direcciones de los miembros conectados
- servicios interactivos multiusuario que permiten la interacción entre grupos
- servicios de indexación que facilitan la búsqueda de información (19)

¿Cuándo surge Internet en España?. Nuestro país un poco en el furgón de cola en el mundo de las nuevas tecnologías, -retraso que se está subsanando muy rápidamente-, también llegó tarde a Internet, ya que hasta mediados de los años ochenta la Net no se descubre en España. Sería a través de los responsables de FUNDESCO (Departamento de Redes de la Fundación para el Desarrollo de las Comunicaciones) encargados en los años ochenta de investigar y situar a nuestro país en la onda de las nuevas telecomunicaciones, quienes primero se interesaron por Arpanet, y plantearon a las autoridades españolas la necesidad de disponer de una red teleinformática capaz de conectar los ordenadores de las universidades y los centros científicos.(20) De esta forma, nace en 1988 el Programa Iris, que por el momento solo ofrecía un correo electrónico, a los centros científicos conectados.

Es en esta década de los años noventa cuando ya podemos decir que Internet se introduce definitivamente en España. En 1990 el Programa Iris -todavía bastante deficiente-, da un giro importante al establecer una infraestructura de transporte basada en el protocolo IP, que hace posible no sólo ofrecer unos mejores servicios de correo electrónico, sino también transferencia de ficheros y terminal remoto. Además de prestar estos servicios en máquinas conectadas dentro de España se ampliaban a las de otros países, gracias a un acuerdo con NSFnet (net de la National Science Foundation en EEUU) que posibilita la condición de red conectada. A partir de entonces, el Programa Iris, pasó a llamarse RedIRIS, red nacional perteneciente al Programa de Investigación y Desarrollo.(21)

Es a partir de 1991 cuando la empresa privada se introduce en la red, constituyéndose en empresa pionera Goya Servicios Telemáticos, la primera española en comercializar la conexión completa a Internet. Ya antes de esa fecha ofrecía servicios de correo electrónico, a las empresas. Hoy, son muchos los proveedores de Internet, que dedican sus servicios no sólo a empresas, sino también a particulares, prácticamente podríamos citar unos cincuenta, entre los que destacamos: Servicom, Sarnet, Hispanet, Spain Telecom, Medusa, etc.(22)

El año 1992 será recordado como una fecha emblemática en nuestro país, que al gran acontecimiento que supuso la Expo Universal y los Juegos Olímpicos, habría que añadir el

despegue en nuevas tecnologías de la información, que en el caso concreto de Internet se refleja en su introducción en las Universidades, destacando la Jaume I de Castellón (UJI), con su puesta en marcha del primer servidor de gopher de España. El año 1993 se caracteriza por ser el año de la instalación definitiva de Internet en las Universidades, año de experimentación y consulta en diferentes centros de toda España, entre los que vuelve a destacar la UJI, con la creación del primer web español.

Si 1992 y 1993 son los años de experimentación de la red en nuestro país, fundamentalmente dentro del ámbito científico y educativo, 1994 y 1995 son los años de despegue y expansión, no sólo en el ámbito científico, sino también en el empresarial y privado. A comienzos de 1994 la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) traspasa la gestión de la RedIRIS al Consejo Superior de Investigaciones Científicas, que la enmarca en el nuevo Centro de Comunicaciones CSIC RedIRIS,(23) con ideas y previsiones de futuro debido al auge que estaba alcanzando Internet en otros países pioneros. En ese mismo año la Asociación de Técnicos de Informática (ATI) organiza la primera presentación pública de la red en la Casa de América. En el verano de 1994, ya se contabilizan más de 400.000 españoles conectados a Internet, a través del servicio Ibertex que presenta la Compañía Telefónica. Es el año también de la expansión de la red en el ámbito privado, y en el que surgen nuevos proveedores de conexión a Internet, como es el caso de Servicom -la segunda empresa privada proveedora- que se presenta al público, con una bien orquestada campaña publicitaria.(24)

1995 supone el año de implantación de Internet en la sociedad española, la red sale ya de los circuitos científicos para llegar a todos los lugares del país. Su interés se extiende a los más variados organismos: las Comunidades Autónomas, siendo la pionera RACI (Red Aragonesa de Comunicaciones Institucionales); las embajadas españolas, la primera de ellas la embajada de España en Canadá, que ofreció a través de Internet completa información sobre el conflicto del fletán; los centros públicos de enseñanza primaria y secundaria, siendo pioneros los centros catalanes, gracias al programa de Informática Educativa de la Generalitat; también se introducen en la red los medios de comunicación, ofreciéndose por Internet el primer periódico electrónico, Avui, después se sumarían otros muchos, La Vanguardia, ABC, El Correo Español/El Pueblo Vasco, y también la televisión, en principio TV3; las entidades financieras, como Banesto, a la que pronto se adhiere Argentaria, etc.(25)

Internet es hoy una realidad en España, con un gran número de usuarios en todo el país, y que crece día a día a pasos agigantados. Debido a la divulgación este año en todos los medios de comunicación, prácticamente casi todas aquellas personas que lean los periódicos, o se informen por cualquier otro medio de difusión, conocen la existencia de Internet.

PUBLICACIONES RECIENTES SOBRE INTERNET EN ESPAÑA

Desde finales de 1995 coincidiendo con la penetración de Internet en nuestro país, y sobre todo durante este año de 1996, las publicaciones que hacen referencia al fenómeno de la red han crecido de una forma inusitada. No existe un libro que al tratar las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones, el ciberespacio, las autopistas de la información, o incluso los últimos modelos de ordenadores, etc., no dedique un capítulo a Internet, tanto en la bibliografía

extranjera, como en la española, que en estos dos últimos años se ocupa en abundancia de la red.

Desde El mundo digital, del gurú Negroponte, hasta La sociedad digital, del español Terceiro, - por ser dos de los libros más citados y de imprescindible consulta en estos momentos-; pasando por una gran proliferación de artículos de revistas y periódicos publicados en España, sobre los más diversos temas relacionados con el mundo de la información y las telecomunicaciones. En todos ellos, en algún momento se hace referencia a Internet, desde todas las vertientes posibles, y desde las posiciones de apocalípticos o integrados, que presentan los distintos autores.

Si nos atenemos solo en este artículo a los libros publicados en España, que hacen referencia estricta a Internet, nos sorprenderá la cantidad y variedad que han aparecido en sólo unos meses. Por lo que hacer un recorrido aunque sea somero por todos ellos, nos obligaría a escribir muchas páginas, que distraerían al lector de nuestros objetivos iniciales, de introducirnos en la red como investigadores de las ciencias de la información y de mostrar sus ventajas e inconvenientes, a otros profesionales potenciales usuarios.

De las editoriales españolas que en estos momentos se encuentran publicando libros específicos sobre Internet, tenemos que destacar la labor de McGraw-Hill, que ha publicado el manual más completo que hoy se puede encontrar en el mercado: Conéctate al mundo de Internet, dirigido por O'Reilly.(26) Es una obra muy exhaustiva como guía y catálogo de Internet, como reza su subtítulo, útil para los expertos en la materia, pero al ser una traducción al español de un libro anglosajón, no contempla información, ni direcciones de Internet en nuestro país. Labor que sí realiza la otra editorial española que publica una amplia bibliografía sobre la red, Anaya Multimedia. Esta editorial dedica a los interesados una colección de libros divididos en cuatro apartados según los conocimientos de los usuarios: profanos, iniciados, nivel usuario, y expertos.(27)

En el grupo de profanos para aquellos que no conocen nada sobre la red, publica tres libros, dos de ellos con estructura de cómic para divertir enseñando: Internet para torpes,(28) Simple Internet;(29) y el tercero que destacaríamos del grupo: Internet al día en una hora, que en solo 128 páginas acerca el mundo de Internet al nuevo usuario, por medio de gráficos, recuadros y capítulos bien estructurados, que desde luego, no nos explica todo Internet, pero sí una síntesis de lo más imprescindible que debemos conocer sobre la red.

Para los ya iniciados, se encuentran las útiles guías que la editorial viene publicando con gran éxito, para usuarios de los distintos programas informáticos, las guías de iniciación y las guías prácticas, que de una forma resumida nos muestran todos los rudimentos, que el usuario debe conocer, en este caso sobre Internet. Ambas guías están escritas por Carlos Essebag Benchimol,(30) y supervisadas por un autor español, por lo que contemplan direcciones y páginas WEB editadas en nuestro país.

En el nivel de usuario, se encuentran los manuales editados para un público que ya se maneja por la red, y estos libros suponen un complemento a sus conocimientos de Internet: El navegante de mosaic,(31) Internet a través de mosaic y world wide web,(32) y Manual

imprescindible de Internet.(33) Destacaríamos este último, que de una forma amena y divertida, escrito con un lenguaje sencillo y comprensible nos introduce en la red, nos narra su historia, nos propone un viaje turístico, nos muestra los recursos de la red en España, y desde luego también, nos enseña a aprovechar los recursos que proporciona: el correo electrónico, los newsgroups, eudora, gopher, páginas web, etc.

En el nivel de expertos nos encontramos con una bibliografía que atiende a un público especializado, que ya conoce la red y se desenvuelve en ella con toda facilidad; por lo que les interesan conocimientos muy específicos y pequeños trucos que les ayuden a obtener el mayor partido. Para ellos se encuentran: El navegante de Internet,(34) que ofrece un apasionante viaje por el mundo de las redes; Los secretos de Internet,(35) que nos enseña a proteger nuestros documentos de los hackers, crackers y otros piratas informáticos que pueblan la red, así como también nos facilita trucos para una mejor y útil navegación. Y por último, La biblia de Internet,(36) que nos enseña a sacar el mayor partido al correo electrónico, Telnet, FTP, Gopher, creación de páginas WEB, mosaic, archie, etc.(37) Como podemos comprobar una vasta oferta bibliográfica para todos los usuarios según el nivel de conocimiento en el que se encuentren, que se pueden mantener al día, gracias también a la ingente cantidad de artículos que sobre la red se publican en las revistas especializadas.

A partir de 1995 hemos podido comprobar en nuestro quiosco de periódicos habitual, ojeando la sección de revistas especializadas en informática, como cada día van ocupando mayor espacio las dedicadas exclusivamente a Internet, y a sus usuarios, los internautas, con nombres tales como: Web, Net conexión, Super net magazine, etc.

Estableciendo una selección entre todas ellas, elegimos las seis revistas principales publicadas en castellano, dedicadas al público español: Adobe, Servicom, Super net magazine, Web, Net conexión, y Netmanía.(38) Estas seis revistas seleccionadas las podemos dividir -según criterios un tanto subjetivos de calidad y difusión- en tres categorías: En la 1ª se encuentran aquellas que sirven de propaganda y divulgación de sus servicios a los usuarios de una empresa en concreto; una empresa de software como Adobe, que edita la revista, Adobe magazine. Y un servidor de Internet que edita también su propia revista, Servicom magazine. Son revistas cuyo contenido está diseñado en función de su clientela; con pocas páginas, no sobrepasan las cincuenta; y cuya característica fundamental es hacer propaganda de sus productos, en mayor medida Adobe, que Servicom, esta última ofrece reportajes que pueden interesar a todos los internautas. En la 2ª categoría incluiríamos aquellas revistas que se han especializado en Internet, siguiendo los dictados de la moda, que también ha llegado a nuestro país, cuya calidad de contenidos es inferior a otras revistas, y que la compensan ofreciendo al público un diskette o un CD-ROM de regalo al adquirirlas, tal es el caso de Super Net Magazine. En la 3ª categoría se incluyen la mayoría de las revistas elegidas: Net conexión, Web, y Netmanía. Son revistas de calidad, que ofrecen una información útil e interesante a los usuarios, que además se encuentra bien elaborada y estructurada; son en general más baratas que las anteriores; tienen un mayor número de páginas de entre ochenta y cien; y se encuentran mejor distribuidas en los quioscos.

Todas las revistas señaladas contienen -mejor o peor- una estructura similar en su contenido temático, que podríamos dividir en tres grandes bloques: Reportajes varios, direcciones y herramientas de Internet. En el bloque de reportajes varios, se incluyen aplicaciones de la red en distintas facetas: Internet en los medios de comunicación, en el arte, la medicina, la biología, la educación, el ocio, etc.; así, como otros dedicados a la historia, el desarrollo e implantación de la red en España, según las comunidades autónomas y los distintos organismos públicos y privados; los aspectos legales de la red; y entrevistas a especialistas en Internet. En esta sección de reportajes destacaríamos los elaborados por la revista Net conexión. Todas ellas ofrecen una sección más o menos amplia de direcciones de páginas Web, en la que sobresalen por su completa y actualizada elaboración las que realizan las revistas Web, y Netmanía. En las revistas también se contempla una sección que hemos denominado en general, Herramientas de Internet (título extraído de la revista Super Net Magazine), que comprende artículos de aspecto técnico que enseñan a crear páginas web, el gopher, sacar partido al correo electrónico o los news groups, las aplicaciones desde window's 95, etc.; en este bloque también descollan los artículos elaborados por Net conexión, y Web.

Si nos atenemos a otros aspectos de interés de las revistas comparadas: por ej. la periodicidad, podemos decir que en su mayoría son trimestrales, si exceptuamos Web, que se edita mensualmente. En general pertenecen a grupos de edición, en el caso de Netmanía, a Hobby Press, y Web al Grupo Godó. Y en todas la publicidad que insertan suele ocupar una página entera, siempre al final de cada artículo, nunca intercalada, que hace referencia a la red, la revista que contiene mayor número de páginas publicitarias es Net conexión.

EL PERIODISTA EN LA RED

Debido al desarrollo que está alcanzando la industria de las telecomunicaciones, y el auge en el que se encuentran las autopistas de la información, junto con la implantación de la red en todo el mundo, observamos que todo este proceso nos conduce a una transformación en nuestra sociedad, que se hará sentir en todas las profesiones, principalmente en aquellas consideradas liberales, entre las que se encuentra el ejercicio del periodismo. La profesión periodística será una de las primeras en acusar la revolución social que están produciendo estas nuevas tecnologías, y que sus profesionales deberán incorporar a su trabajo -algunos ya lo están haciendo-, desde dos de las vertientes posibles: como usuarios, aprovechando las ventajas que le ofrecen las nuevas fuentes de información y documentación; y como productores, después de elaborar, procesar y contrastar dichas fuentes.

La red Internet le ofrece al periodista como usuario de la misma, una serie de ventajas a la hora de buscar y obtener información, entre las que destacamos estas diez que pasamos a enumerar brevemente: En primer lugar, la inmediatez que le proporciona la red de conectarse con un gran número de proveedores y conseguir la información que precisa en tiempo real. Segundo, el gran caudal de información de todo tipo, que le brinda Internet, y que se encuentra a su alcance, aunque éste provenga del país más remoto de la tierra. Tercero, la rapidez en obtener la información que necesita, consultando a través de la red y apoyándose en las posibilidades que suministre el hipertexto y el hipermedia: archivos, bibliotecas, enciclopedias, etc., ahorrándose el desplazamiento al lugar en el que se conservan los documentos, y sin tener que manejarlos físicamente, con el gran ahorro de tiempo que esto

supone. Cuarto, el bajo coste que supone lograr toda esa información, sólo al precio de una llamada local, que le facilita la conexión con cualquier proveedor del mundo; por poner un ej. puede recabar datos de una biblioteca de una universidad en Estados Unidos, al mismo precio que le supondría conseguirlos de la biblioteca más cercana a su lugar de trabajo, que posiblemente no posee esos datos que busca. Quinto, la posibilidad que se le ofrece de contactar con usuarios de todo el orbe, e incluso entrevistarlos sin tener que desplazarse, ni conocerlos previamente; el poder realizar entrevistas a través del correo electrónico, y mantener conversaciones con personas de su interés, gracias a los newsgroups. Sexto, intercambiar información con otros profesionales que realicen investigaciones en el mismo campo temático, de forma interactiva y en tiempo real. Séptimo, conseguir información de un amplio espectro de fuentes diversas, sobre todo humanas, que posibilitarán presentar la noticia, reportaje, crónica, etc. desde un mayor número de puntos de vista; por ej. el poder contactar con un internauta de Bosnia,(39) quien le muestra la perspectiva de una persona que sufre la guerra en su propia piel, más allá de las fuentes oficiales que se le suministran al periodista, para elaborar su trabajo. El octavo punto va unido al anterior, en cuanto a la veracidad que pueden ofrecer los protagonistas del hecho en sí, a la hora de contar su propia experiencia, que puede ser muy distinta a la que oficialmente le facilita al periodista el poder establecido. Noveno, la libertad de expresión que brinda la red, como ya hemos expresado en otras ocasiones, la red -por el momento- no está controlada por ningún poder y todos los usuarios pueden expresarse libremente, lo que proporciona al profesional de la comunicación una información fresca y de primera mano, sin pasar por el tamiz de la censura. Y décimo, la posibilidad que supone tener a su alcance todo este caudal de información, y todas éstas ventajas que hemos enumerado sin tener que desplazarse. Desde su lugar de trabajo, prácticamente sin moverse de su mesa, y gracias a un ordenador puede tener acceso a un sinfín de documentos inimaginables, a la vez que el mismo ordenador si es portátil le permite una gran movilidad, que le ayuda a conseguir el máximo rendimiento desde cualquier lugar y a cualquier hora.

Estas desde luego son las ventajas, -que no son pocas-, pero también nos encontramos con algunos inconvenientes, o desventajas: La primera de ellas iría unida a la que hemos considerado como segunda ventaja, el gran caudal de información que la red le proporciona al periodista. Por ser éste tan grande, y encontrarse de una forma un tanto caótica introducido en esta gran telaraña, el periodista se ve en la obligación de seleccionar entre tanta información. Una selección, que debe hacer para encontrar aquellos documentos pertinentes, y para que esta resulte provechosa, el periodista debe ser un especialista en la materia que aborda, y en la red en lo referente a esa misma materia. La segunda desventaja, se produce cuando el periodista realiza una entrevista a través de la red -por ej. gracias al correo electrónico-, el proceso de elaboración es mucho más rápido, y se ahorra el desplazamiento con el encarecimiento que supone en costes y tiempo para su empresa, pero pierde en contacto personal y profesional con su entrevistado. Las entrevistas o reportajes que se hagan de esta forma, pueden hacerse en serie, como contestación a un cuestionario previamente introducido en la red, o en tiempo real, intercambiando información ambos protagonistas - más similar a una entrevista cara a cara-, pero se pierden los matices de los gestos, la voz del entrevistado, etc. Esa misma desventaja redundante en la que denominamos ventaja de poder

intercambiar información con otros profesionales, con los que también faltará el contacto humano y profesional. Otra desventaja viene dada por la diversidad de fuentes a su alcance, tanto si estas provienen del caudal bibliográfico, cómo sobre todo las logradas a través de otros internautas, el periodista debe contrastar la fiabilidad de esas fuentes de las que obtiene una valiosa y única información, así como comprobar la veracidad de ésta.

Además de estas desventajas que hemos enumerado, el profesor Martínez Albertos ve en la red y los avances tecnológicos, otra mucho más drástica que puede herir de muerte a la profesión: "La innovación tecnológica de nuestros días está produciendo una multiplicación asombrosa de los datos disponibles en el comercio ideológico, cultural y económico del hombre contemporáneo. Estamos ante una creciente e imparable opulencia comunicativa en todo lo que se refiere a la cantidad de datos disponibles en cada instante. Pero la multiplicación, la riqueza y la accesibilidad de los bancos de datos puede producir la muerte por asfixia del periodismo".(40) Para que esto no ocurra, Martínez Albertos propone que la actividad periodística sea entendida y valorada como una profesión, que se apoye en dos pilares básicos: uno, como actividad dirigida al logro de un derecho público y colectivo de importancia fundamental; y dos, que el ejercicio de esta actividad se encuentre regulado por unas exigencias éticas elaboradas y, seguidas día a día por los propios profesionales.(41)

La manera que tiene el profesional de la información de superar todas estas desventajas, se encuentra en la formación continua y en la especialización. En un artículo titulado: "la formación de los periodistas", su autor, José Antonio Carazo, nos proporciona las claves que ayudan al profesional a superar las desventajas que se encuentra en el uso de las redes: en primer lugar debe conocer los medios y técnicas de comunicación a su alcance; en segundo, debe poseer una formación suficiente en innovación tecnológica para obtener el mayor rendimiento posible; y sobre todo, prestar atención a una formación continuada en aspectos tecnológicos e intelectuales, a lo largo de toda su trayectoria profesional, formación que se encargará de proporcionarle su empresa, o él mismo.(42)

Todo este ensamblaje que debe producirse entre el mundo tecnológico y la profesión periodística, nos lo resume con estas palabras, el ingeniero José María García Casanovas: "El periodista debe abordar un triple reto: la comprensión de procesos tecnológicos en sí mismos complejos, su posterior divulgación al gran público y, finalmente, su correcto uso. En las misma medida que resuelva estos retos de forma positiva, su mensaje final contendrá las cotas de calidad que una audiencia cada vez más ilustrada demanda".(43)

El periodista además de usuario de las redes en la búsqueda de la documentación que precisa para elaborar la información, es sobre todo, productor de la misma, por lo que las nuevas tecnologías y las redes van a suponer -si no está ocurriendo ya- un cambio drástico en el ejercicio de la profesión y en el profesional en sí. Según el profesor Martínez Albertos:

"El reto electrónico va a provocar -está ya provocando- un retorno de los periodistas a la normativa de los géneros, como apoyo imprescindible para distinguir la actividad periodística entendida como profesión frente a la simple acumulación de datos para las redes de difusión. La vuelta a la observancia de los géneros se convierte así en una credencial de profesionalidad que acarrea una legitimación social del papel que la comunidad encomienda a los periodistas:

recrear la realidad mediante la periodificación ordenada de las cosas que pasan en el universo mundo".(44)

¿Cuál será entonces, la función del periodista, en un futuro próximo?. Como muy bien expresa Martínez Albertos y otros expertos deberá ser un conocedor nato de los medios de comunicación, también deberá dominar las nuevas tecnologías en las que tiene que apoyarse. Lo que no podrá ser es un mero transmisor de datos, porque estos ya los suministra las redes, por lo que volverá a apoyarse en los géneros periodísticos, y elaborará con esos datos un trabajo original y digno, en el que jugará un papel esencial la opinión. Esto nos lleva a la conclusión de que se vislumbra un trabajo mucho más creativo, ejercido por profesionales especializados, en constante formación.

Según Terceiro, el periodismo que viene es el "de estudio y chequeo", (45) ya que a través de las redes llegará tal cantidad de información, que será muy importante la labor que ejercerá el periodista de análisis y orientación. Para ello, hay que ser un auténtico experto, un auténtico especialista siempre al día, muy distinto, a la ya hoy lejana figura del periodista todo terreno, del reportero intrépido, o el comunicador nato, capaz de escribir o charlar sobre cualquier tema. Frente a estos profesionales caducos se impondrá el comunicador que en pocas palabras nos condense las noticias de actualidad, ante la gran avalancha informativa que se nos avecina. En resumen: "las redes globales serán las dueñas de todas las primicias. Los periodistas tendrán que aplicarse más a la tarea de informar bien, proporcionando noticias contextualizadas, diseccionadas y valoradas."(46)

EL DOCUMENTALISTA EN LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACION

El centro de documentación de cualquier medio de comunicación existente hoy en España, está experimentando en estos últimos años, una importante transformación, al introducirse una nueva documentación en soportes multimedia. Y esto sólo es el comienzo, con la implantación de la documentación en CD-ROM, y sobre todo con el caudal tan abundante de información que el Centro puede poseer a través de Internet, se transformará por completo el concepto que todos teníamos del centro de documentación (cómo el lugar en el que se conservaban, organizaban y analizaban todos los documentos de la empresa), así como el ejercicio profesional del documentalista.

El Centro trascenderá las fronteras físicas de un espacio acotado, en el que se conserva toda la documentación que el periodista puede necesitar. Para pasar a un espacio más reducido físicamente, en el que el documentalista no necesita almacenar toda la documentación de la empresa, sino que puede obtener ésta y mucha más en tiempo real, en cualquier momento, en contacto permanente con todo el mundo; brindando así, al periodista, una documentación más completa, detallada y actualizada de la materia en la que investiga para elaborar su información.

A la vez que el Centro de documentación está ya experimentado unos cambios sustanciales en su espacio, almacenamiento, soportes, y caudal de información; así también, las funciones que el documentalista tiene que ejercer van a ser muy diferentes. La aplicación de las nuevas tecnologías y sobre todo Internet, están cambiando por completo la figura del documentalista, en un medio de comunicación, hasta el punto de equiparar más sus funciones a las del

periodista. Ya que como éste, va a necesitar una formación continuada y especializada. Al igual que el periodista, el documentalista debe ser un buen conocedor de las tecnologías que maneja, un experto en búsquedas, para conseguir la información pertinente en la mayor brevedad de tiempo; así como también debe ser un especialista en aquellas materias en las que facilita información a los periodistas de su empresa.

Por lo tanto, el documentalista entre otras funciones, va a convertirse en un guía cualificado de la información. "Las numerosas bases de datos, en línea o en CD-ROM, junto con el acceso a Internet representan un potencial informativo laberíntico en el que el usuario a menudo no sabe cómo orientarse. Ante esa situación, el documentalista debe convertirse en un guía cualificado y en un organizador de las vías de acceso más pertinentes, para llegar a la información más apropiada para su usuario".(47) La misión del documentalista ante las nuevas redes, -y en concreto Internet-, va a ser la de conocer bien éstas, para así poder seleccionar, lo pertinente, de lo poco útil, analizar la calidad de lo existente, organizar la información seleccionada y ponerla a disposición de los usuarios de su empresa que la necesiten.(48)

Además del papel de guía y consultor de la información, el documentalista realizará el de intérprete, al seleccionar lo pertinente de forma profesional e independiente; también, el de evaluador de la calidad, tanto de las fuentes de información electrónica (utilizando los buscadores más útiles: Lycos, Webcrawler, Yahoo, etc.), como de las bases de datos. La calidad de una fuente de información electrónica, -según el documentalista Alfonso Blázquez, director del Centro Washington Irving- debe prestar atención:

"Al campo temático, al carácter único, a la puesta al día, a la exactitud, a la organización, a la autoridad, a la categorización del tipo de información (bilingüe, resumida, a texto completo, directorial, numérica, o bien combinando todas o algunas de ellas). El documentalista realiza esta labor a diario para resolver las peticiones de información que recibe, y es por lo tanto el más capacitado para evaluar los recursos de Internet y facilitar una información y un asesoramiento adecuado a sus usuarios."(49)

Además de intermediarios, consultores e intérpretes de las redes y sus aplicaciones, los documentalistas van a pasar a ser creadores de información. El documentalista como experto en Internet, no sólo va a facilitar todos los recursos que provee la red a sus usuarios, como consultor, sino que también va a ser creador de información, de páginas Web y de bases de datos de comunicación.

El documentalista también ejercerá dentro de su empresa de información periodística, la función de formador de otros usuarios en la red. Formará a los periodistas y a todos aquellos profesionales que utilizan la red, en un mayor aprovechamiento de ésta: en las estrategias de búsqueda, utilizando los servidores más útiles; en la comunicación que facilita con otros internautas el correo electrónico, los newgroups, etc.; en la creación de páginas Web; etc., (ya que él es el mayor experto de la empresa en Internet), para que todos los usuarios obtengan el mejor provechamiento posible de los recursos de la net, y así ahorrar tiempo y dinero.

Después de todo lo expuesto, y viendo cómo las funciones de los documentalistas se van ampliando en los nuevos centros de documentación, podemos concluir, que al contrario de lo

que muchos puedan pensar, la figura del documentalista no dejará de existir. Sino, que cada vez se hará más necesario el documentalista en una empresa de comunicación: por el conocimiento técnico que posee de las nuevas tecnologías que facilitan el trabajo, por ser experto en realizar búsquedas más precisas en menos tiempo con el ahorro que supone, y por ser un especialista en la materia, en la que realiza búsquedas de información, conservación, organización de la misma, análisis y después difusión de las páginas que cree. De la misma forma, que los periodistas suelen ser expertos en un área determinada: internacional, nacional, cultura, educación, etc., así, las empresas de comunicación necesitarán más documentalistas, cada uno experto en una determinada área, para que su trabajo resulte más útil y eficaz.

EL PERIODICO ELECTRONICO

De todos los medios de comunicación, el que antes y mejor se ha integrado en las nuevas tecnologías, y concretamente en la red ha sido la prensa escrita. Y al contrario de lo que pueda parecer -como expresa José B. Terceiro-,⁽⁵⁰⁾ que un medio tan venerable y antiguo como es el periódico ofrezca sus contenidos en línea y muchos incorporen servicios hipermedia, no tiene nada de extraño, ya que como todos sabemos, la confección hoy de un periódico es digital, desde el principio hasta el final.⁽⁵¹⁾ Pese a que después, los bits se conviertan en átomos, "y es precisamente ahí cuando el medio se priva de la instantaneidad y ubicuidad de la radio o la TV, imponiendo al periódico un handicap retardatario".⁽⁵²⁾ Pero esto cambiará con el periódico electrónico, cuándo recibamos en casa los bits, y seremos nosotros los que decidamos convertirlos en átomos a nuestra medida, y según nuestras preferencias de: papel, color, tamaño, letra, etc.

La guerra entre bits y átomos en nuestra sociedad comenzará pronto -si no ha comenzado ya-, pero de momento, en la prensa escrita durante las próximas décadas convivirán el diario impreso con su versión digital, "en una convivencia pacífica que supondrá un uso más superficial y espontáneo del periódico impreso y un uso más premeditado y profundo, vía hipertexto, de la versión digital".⁽⁵³⁾ Y es que el periódico electrónico ahorrará el gasto tan enorme que las empresas deben hacer en papel, la escasez de éste, y los problemas de deforestación, pudiendo así invertir el dinero en mayor número de personal especializado -documentalistas y periodistas- que realicen mejores búsquedas, y la selección de una completa información de actualidad, en la que prime frente a otros medios, una mejor opinión de calidad.

Aunque el fenómeno de la edición electrónica sea relativamente reciente, ya casi podemos barajar la cifra de un millar de periódicos en todo el mundo introducidos en la red, una cifra nada desdeñable, que crece día a día. Los primeros periódicos electrónicos que se introdujeron en Internet, fueron estadounidenses, concretamente el pionero fue el Mercury Center, y muy pronto se sumaron el Wall Street Journal, Washington Post, y más recientemente el New York Times. En nuestro país a partir de 1994 ya podemos encontrar periódicos españoles en la red, los primeros que se incorporaron fueron los periódicos catalanes: El Periódico de Cataluña, AVUI, y La Vanguardia, pronto le siguieron los periódicos madrileños: ABC, y El Mundo, a los que se añadieron un buen número de periódicos regionales, y más recientemente, el diario El

País. (Para consultar direcciones de periódicos españoles en Internet ver directorio de páginas web).

Para algunos analistas el diario electrónico servirá de complemento a la tradicional edición en papel, para otros, el periódico electrónico acabará sustituyendo al papel. Lo que sí comprobamos por el momento, es que ambos convivirán, con un aumento cada vez mayor del de soporte electrónico. Esta disyuntiva entre periódico electrónico y periódico tradicional nos plantea un cambio radical en el diario al que estamos acostumbrados, y una serie de ventajas y desventajas entre uno y otro.

El cambio más notorio que apreciamos es el del soporte físico: uno se nos ofrece en papel, y el otro en una pantalla o monitor.⁽⁵⁴⁾ En un principio la pantalla nos dificulta la lectura y la movilidad con respecto al papel, además de la capacidad de concentración que siempre ante un monitor disminuye, sobre todo si el texto tiene una gran extensión. En este aspecto el papel nos propicia mayores ventajas en la comodidad de la lectura. Si nos atenemos a los contenidos -aspecto fundamental de cualquier publicación-, el soporte electrónico permite mayor cantidad de información y una gran documentación a disposición en todo momento del lector. Ya que puede consultar toda la hemeroteca del periódico y así completar la información que le interesa.

Otra diferencia importante la podemos encontrar en el formato, en general mucho más atractivo en el periódico electrónico, que facilita la lectura y la búsqueda de los contenidos, a través de una diferente estructura y tipografía, la introducción de colores, y sobre todo, las posibilidades que brinda la tecnología hipermedia: texto, gráficos, fotos, audio y vídeo. Desde luego, el nuevo formato es la ventaja más destacada de toda publicación electrónica, que facilita navegar por una gran cantidad de información gracias a su sencillo sistema de búsquedas, que nos aportan los índices y menús jerárquicos, despuntando -y he ahí la aportación más novedosa- los enlaces hipertextuales. Estos enlaces nos ayudan a movernos por todo el texto y realizar búsquedas a nuestra medida, como podemos comprobar en este ejemplo con el que nos ilustra E. T. Fernández, en una publicación en la que analiza el diario on line:

"Un artículo sobre el último atentado de ETA puede llevarnos a un despiece sobre HB o al comunicado publicado por el diario Egin en el que el comando reivindicaba la acción, o bien proporcionarnos una relación exhaustiva de los destrozos causados por la banda a lo largo de su historia, las fotos de los terroristas más buscados o unas infografías que recrean el itinerario seguido por los ejecutores del último acto terrorista, la celebración de un concierto para pronunciarse en contra de la violencia o un artículo de opinión de algún analista de prestigio."⁽⁵⁵⁾

Otra de las grandes ventajas que nos presenta el periódico electrónico es la de facilitarnos la información en tiempo real, según el redactor acaba de escribir su texto y este aparece en la sección correspondiente del periódico, el lector puede ya comenzar a leerlo en su pantalla. Ventaja a la que habría que añadir el mantenerse informado en todo momento al igual que en una agencia de noticias, según se van sucediendo los hechos, y los periodistas van actualizando la información, sin esperar al día siguiente para comprar el periódico.

A tenor de todo lo expuesto y viendo las ventajas que ofrece la prensa electrónica frente a la de papel, puede parecer que pronto la primera acabará con la segunda, esto no es del todo cierto, ya que ambas pueden ser complementarias, y el periódico on line, no tiene porqué representar una amenaza para el periódico tradicional. Ambos tienen su público: los habituales consumidores de prensa en papel seguirán comprando el periódico tradicional, y los internautas que -en muchos casos- no son consumidores de periódicos, curiosamente sí lo son de prensa electrónica. "Los webs de periódicos y revistas registran miles y miles de consultas. De hecho, el internauta es un ávido consumidor de webs y, dada su gratuidad, se convierte en un consumidor por impulso, sin el freno que supone, en el caso de la prensa papel, su precio".(56) Por ello, podemos resumir que los medios de comunicación -y sobre todo la prensa tradicional- no deben ver en la prensa electrónica una amenaza, y el fin de su negocio, sino que deben introducirse en ésta a la búsqueda de un nuevo mercado, y como complemento informativo de la anterior.

Así lo están viendo los empresarios de todo el mundo, y España no se está quedando a la zaga, en cuánto a periódicos electrónicos introducidos en Internet se refiere. En este artículo podemos ver imágenes de portadas de varios periódicos españoles introducidos en la red, en los que podemos comprobar que todavía se encuentran en período de prueba algunos de ellos, y es raro el periódico que presenta secciones distintas a las habituales que publica en papel. Como ejemplo de dos periódicos en la red podemos elegir uno de los primeros que se introdujeron: La Vanguardia, y otro de los últimos que se han incorporado: El País. La Vanguardia -al igual que la mayoría de los periódicos on line españoles- ha modificado la presentación de sus noticias, pero no sus contenidos, objetivo que prevee para más adelante. Además de ofrecer la edición diaria del periódico, pone a disposición del usuario bases de datos que hacen referencia a la historia de La Vanguardia, del grupo Godó, y otras sobre temas puntuales, como fue el caso de las últimas elecciones generales del 3 de marzo, que incluyeron una amplia cobertura en tiempo real y de forma interactiva; en la que los cibernautas podían participar por ejemplo en un rueda de prensa haciendo preguntas a los candidatos, o gracias al hipertexto conocer sus biografías y sus programas electorales.(57) El País se ha introducido en la red recientemente (4-5-1996) coincidiendo con la fecha del veinte aniversario de su publicación. Por el momento se encuentra en fase experimental, y al igual que el resto de los periódicos cuenta con una inversión reducida, que se ampliará según crezca la demanda del mercado. Parece que todas las empresas se encuentran a la expectativa de ver cuál va a ser la aceptación en la sociedad del periódico electrónico y qué futuro le aguarda. El País, como sus competidores, muestra los mismos contenidos de la publicación diaria en papel, a los que habría que añadir otros servicios: 7 días (contenidos de la semana anterior), Cartas (sección interactiva de cartas al director), Ayuda (pistas para navegar por el diario), Pasatiempos (crucigramas y revoltigrama), Sugerencias (buzón del lector) y Debates (los temas que se someten todas los jueves a debate, con la propuesta de crear un foro interactivo).(58) Además de estos dos ejemplos debemos citar lo que supondrá la mayor innovación del periódico electrónico, el periódico a la carta. Una publicación digital que puede confeccionar cualquier usuario para sí mismo, o -de forma más útil y eficaz- expertos periodistas para suscriptores que lo soliciten. Con aquellas informaciones que precise el cliente recogidas de medios de comunicación y bases de datos de todo el mundo: seleccionadas, analizadas y contrastadas por

el grupo de profesionales que elaboren este periódico personalizado, que ya empieza a ser una realidad, y que se extenderá con gran éxito seguramente en un futuro cercano.(59)

Para concluir, podemos citar las cuatro ventajas principales del periodismo electrónico frente al impreso en papel, según propone el profesor Lluís Codina: reusabilidad, interactividad, recuperabilidad y virtualidad. Reusabilidad (atendiendo a la facilidad que presenta la información digital para poder ser actualizada, modificada, editada, copiada, etc., y sobre todo reutilizada). Interactividad (no tiene límites, se puede leer, escuchar o ver una filmación audiovisual sobre la misma noticia). Recuperabilidad (facilidad para encontrar cualquier información de forma selectiva y rápida pese al volumen de ésta, a la vez que se pueden relacionar y cruzar las informaciones). Virtualidad (se pueden distribuir de forma virtual e instantánea un número indeterminado de copias del mismo documento).(60)

LA RADIO EN INTERNET

Mientras que el periódico electrónico se va introduciendo día a día en la red, y ya superan el millar los periódicos que pueblan Internet, la radio parece la hermana pobre de los medios de comunicación y no acaba de despegar en el mundo digital. Es cierto, que cuenta con ciertas dificultades técnicas para una fácil y rápida difusión, pero tampoco son dificultades insoslayables, por lo que también tiene un futuro a su alcance, eso sí, todavía poco estudiado y desarrollado. Ya que como nos dice Pedro Carreño, de Servicom: "ni el vídeo mató a la estrella de la radio, como decía la canción, ni las tecnologías multimedia van a acabar con ella. Más bien al contrario. La radio es un medio ágil y capaz de combinar si es necesario las ondas hertzianas con el ciberespacio."(61)

Que la radio se haya quedado rezagada entre los medios informativos introducidos en la red, tal vez se deba a que el estándar de sonido es muy modesto, en una audición musical a 14.400 bps tiene una calidad equiparable a una emisión de radio en onda corta, y para llegar a una calidad sólo aceptable se necesita un módem de por lo menos 28.400 bps; para alcanzar la de un compact disc ya precisamos una tecnología más avanzada. La calidad de sonido es desde luego un agravante que explica el retraso de la radio en introducirse en Internet; el otro es lo que tarda en escucharse un fichero de sonido, que tiene que cargarse previamente en el disco duro.(62)

Pese a estas dificultades a los cibernautas les gusta sintonizar las ondas a través de Internet, escuchar a cualquier hora música, y sus programas favoritos y, desde luego, opinar en la red. Por el momento en España solo existen dos emisoras que transmitan en Internet: Radio Teknoland, y Rambla Bit, esperemos que pronto se sumen más a estas dos emisoras pioneras. Radio Teknoland, no se trata en realidad de una emisora, ya que no emite en las ondas, sólo a través de Internet. Su presentación al público la realizó el 5 de octubre de 1995 cuando retransmitió desde la plaza de las Ventas, un concierto de la cantante Luz Casal, al mundo entero. Desde entonces se encuentra en la red ofreciendo música -principalmente tecno-, y prepara diversos proyectos entre los que figura un concurso on line.(63) La otra emisora Rambla Bit pertenece a Onda Rambla, 100.2 FM en emisión para Lleida, y versa su contenido sobre informática y el mundo telemático. El programa se emite en catalán, los viernes a las 16 horas, pero como se graba en un fichero puede escucharse a cualquier hora del día, en todo el

planeta. Además cuenta con la participación de los "oyentes internautas" que expresan sus opiniones, al igual que en cualquier programa de radio de ondas hertzianas.(64) (Las direcciones de radio en Internet, se ofrecen en el directorio de páginas web)

LA TELEVISION INTERACTIVA

Internet también cambiará el hábito de ver la televisión, y nos encaminará hacia una televisión más inteligente y activa. Una televisión que se adapte a nuestras necesidades, en definitiva, a nuestros intereses particulares de información y divertimento, en el horario elegido. Las posibilidades que se nos presentan son infinitas, por un lado, el poder ver muchos canales, y por otro, la interactividad que nos permitirá participar, intercambiar y modificar la información.

En la era de las telecomunicaciones -como muy bien dice Negroponte- el televisor es el aparato más soso de la casa, y no por sus contenidos, sino por lo sencillo de su mecanismo que sólo nos permite variar el brillo, el contraste, el volumen, y poco más. "La televisión es un ejemplo de un medio en el que toda la inteligencia se halla en el punto de emisión. (...) En vez de pensar que el próximo paso evolutivo de la televisión será aumentar la resolución, mejorar el color o recibir más programas, imaginémoslo como un cambio en la distribución de la inteligencia o, mejor dicho, como el traslado de una parte de la inteligencia del transmisor al receptor."(65) El futuro de la televisión se encuentra en la digitalización que facilita la mezcla de bits, y hace posible la combinación de sonido, imagen e información multimedia e inteligente. "Ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo, surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento."(66)

Durante mucho tiempo se pensó en una televisión que ofreciera una mejor calidad de imagen, los expertos investigaron para lograr un receptor de alta definición, cuando en realidad lo que importa, no es tanto la calidad de imagen, como el contenido: en una mejor y variada programación estripará la competencia de los diferentes canales. Por ello, si el televisor no se recicla en un aparato inteligente y sólo emite mejores imágenes cada vez, le ganará la partida el ordenador personal que se está desarrollando a gran velocidad, y se está convirtiendo en el aparato-estrella de la casa. Actualmente en Estados Unidos donde existe un mayor número de ordenadores en los hogares, los niños y los jóvenes pasan muchas más horas ante la pantalla del ordenador que ante la televisión, y en nuestro país en poco tiempo ocurrirá lo mismo. Esto nos lleva a pensar, que en unos años, el televisor puede quedar un poco arrinconado en nuestra casa, y sólo lo usarán las personas de mayor edad, y aquéllas que se resisten al uso de las nuevas tecnologías. Negroponte se muestra un tanto apocalíptico ante el futuro del televisor frente al del ordenador: "La cuestión radica en que los ordenadores son cada vez más aptos para tratar la señal de vídeo, poseen más equipamiento para procesar y mostrar imágenes, como si se tratara de un tipo estándar de información. Y esto ocurre a una velocidad tal que el ordenador personal eclipsará el lentísimo desarrollo de la televisión, aunque ésta sea digital."(67)

Terceiro, al igual que Negroponte percibe un futuro mejor para el ordenador que para la televisión, o la posibilidad de un nuevo receptor que combine la calidad de imagen del

televisor y las posibilidades tecnológicas del ordenador. "La respuesta a esta optimización de la información y el entretenimiento se traducirá en un ordenador que filtre, seleccione, priorice y maneje la información por nosotros."(68) Y que a su vez nos ofrezca una selección personalizada según nuestros gustos e intereses, y en el horario que elijamos.

Al igual que la radio, la televisión también ha penetrado en Internet, desde luego no con el mismo éxito que el periódico, por lo que todavía se encuentra en fase experimental. De las cadenas de televisión que atienden el campo de la información periodística, la primera que se ha introducido en la red es la CNN, que con un diseño sencillo y atractivo ofrece páginas actualizadas minuto a minuto, con noticias agrupadas en diez secciones temáticas: U.S. news, business, showbiz, weather, food & health, world news, sports, politics, technology, style.(69)

Si además de estar conectados a Internet poseemos una antena parabólica, a través de las páginas web de EURO TV podremos saber lo que van a emitir por televisión todas las cadenas que se reciben en Europa por satélite, con una semana de antelación, incluso el Canal Internacional de TVE, el único español introducido en EURO TV.(70)

En España solamente por el momento se encuentran dos canales de televisión en la red: RTVA, y la pionera TV3 (Televisió de Catalunya), ambas en fase de prueba. El canal autonómico catalán ofrece a los internautas por ahora sólo estos servicios: facilitar el acceso a su programación, novedades, promociones e información general de sus actividades.(71) (Direcciones de ambos canales de televisión en el directorio).

CONCLUSIÓN

Al amparo de las nuevas tecnologías de la comunicación y de las redes de información, va a surgir en los albores del S.XXI una nueva sociedad, que acusará el cambio de la misma forma que la revolución industrial transformó la sociedad del S.XIX. Ante una revolución social de tal magnitud surgirán por todas partes, grandes entusiastas y grandes detractores. Los entusiastas, nos acercarán a las infinitas posibilidades que se nos ofrecen de información y divertimento, que cambiarán los hábitos sociales y culturales, y nos abrirán puertas a un mundo de comunicación de dimensiones desconocidas. Los detractores, nos hablarán de una nueva moda que ha surgido, que tal vez se quede en nada; nos traspasarán su miedo a adaptarse a cualquier innovación y a los nuevos hábitos que se produzcan; y nos dirán que estas tecnologías acentuarán las diferencias sociales, no sólo entre las distintas capas o clases, sino también entre países ricos y pobres, entre aquellos que poseen una infraestructura tecnológica avanzada y conocimientos para utilizarla, y aquellos desposeídos que se quedarán al margen.

De todas formas, pese a los apocalípticos y a los integrados, en el mundo de la información y las comunicaciones ya se está produciendo un gran cambio que afecta a todos los profesionales a la hora de consultar y de producir información, que redundará en un beneficio para los receptores. Esta transformación social ya está en marcha y afectará a los hábitos y costumbres de nuestra vida cotidiana, de ahí, su implantación progresiva y de forma paulatina, pues es muy difícil cambiar los hábitos sociales y culturales en un corto espacio de tiempo. Transformación que como toda transformación irá penetrando en todas las capas sociales de forma más rápida o más lenta, según la sociedad acepte el cambio y lo introduzca en sus vidas.

En cualquier caso, el mayor o menor desarrollo tecnológico, y por ende económico de una sociedad u otra, de un país u otro, así como la publicidad, acelerarán o frenarán el proceso.

En concreto, Internet revolucionará las posibilidades de los profesionales de los medios de comunicación al menos en estas cuatro dimensiones (según expresa Antonio Golderos [72](#), Director General de Telefónica I+D):

- Multimedia, dada las facilidades para transmitir y recibir información y documentación a través de los distintos medios de comunicación.
- Movilidad que facilita la intercomunicación entre colegas, empresas, etc., sin necesidad de desplazarse.
- Personalización a los intereses de los consumidores, gracias a los periódicos electrónicos, la televisión a la carta, etc.
- Interactividad que proporciona la tecnología digital.

BIBLIOGRAFIA SELECTIVA SOBRE INTERNET PARA PERIODISTAS:

Libros

ALVAREZ G., Alonso. HTLM Creación de páginas Web. Madrid, Anaya Multimedia, 1995. Col. Guía práctica para usuarios.

Autopistes de la Informació. Qué hi ha darrera d'aquesta metàfora?. V Converses a la Pedrera. Centre de Investigació de la Comunicació. Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1995.

BROWNE, Steve. Internet a través de Mosaic y World Wide Web. Madrid, Anaya Multimedia, 1996. Col. Informática personal y profesional.

COGSWELL, Jeffrey M. Simple Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1995. Col. Ultima frontera.

COMER, Douglas. El libro de Internet. Méjico, Hispanoamericana, 1995.

CORBELLA, Joan M. La comunicació social a Catalunya, 1995. Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, 1995.

ESEBBAG BENCHIMOL, Carlos y LLOVET VERDUGO, Juan. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1995, Col. Guías de iniciación.

_____ y MARTINEZ VALERO, Julián. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1996. Col. Guías prácticas.

FERRER ABELLO, Antonio. Directorio Internet. Madrid, Abeto Editorial, 1996.

GATES, Bill. Camino al futuro. Madrid, MacGraw-Hill, 1995.

GILSTER, Paul. El navegante de mosaic. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Ultima frontera.

_____. El navegante de Internet. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Ultima frontera.

GRUPO ANONIMI INTERNAUTAE. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1996.

Internet World'96. 1er Congreso Nacional de Usuarios de Internet, Madrid, Asociación de Usuarios de Internet, 1996.

Internet para torpes. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Informática para torpes.

JARABO, Francisco y ELORTEGUI, Nicolás. Internet: Conexión desde el PC doméstico a ordenadores de todo el mundo. Madrid, Paraninfo, 1995.

LEVINE, John R. y BAROUNDI, Carol. Los secretos de Internet. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Top secret.

MARTINEZ SOLER, J.A., ROS, Francisco, y SANTILLANA, Ignacio. Las autopistas de la información. Madrid, Debate, 1996.

NEGROPONTE, Nicholas. El mundo digital. Prólogo de Miquel Barceló. Barcelona, Ediciones B, 1995.

O'REILLY (dir). Conéctate al mundo de Internet. Guía y catálogo. Madrid, McGraw-Hill, 1996.

QUE DEVELOPMENT GROUP. La biblia de Internet. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Informática personal y profesional+software.

TERCEIRO, José B. Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis. Madrid, Alianza Editorial, 1996.

Artículos en prensa y revistas especializadas, y literatura gris:

625 líneas: la TV en Internet. "Servicom Magazine", nº 5, 1995.

CAPELLA, Daniel. Entrevista a Nicholas Negroponte. "Web", nº 5, abril 1996.

CARAZO, José Antonio. La formación de los periodistas. Encuentro sobre "la calidad de la información tecnológica". Cursos de Verano, Universidad Complutense de Madrid, San Lorenzo de El Escorial, 26 y 27 de julio de 1994.

CARREÑO, Pedro. Aquí, Radio Internet... emitiendo para todo el mundo. "Net conexión", año 2, número 4, febrero 1996.

CASTELLS, Manuel. Ciudadanos: ¡al Internet!. "El País", 7 de febrero de 1996.

CNN Interactive. "Netmanía", nº 2, año I, 1996.

CODINA, Lluís. Periodismo digital en Internet. "Byte", marzo 1996, pp.1-9.

_____. La prensa electrónica en Internet y el futuro de los medios de comunicación. "Information World en español", nº 43, abril 1996.

CORREDERA, Oscar y AREVALO, Juan Carlos. ALQUIMIA: La imagen digital. Madrid, Dpto. de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, 1995.

CUADRA, Elena de la. Internet. Conceptos básicos. Madrid, Cuadernos de Documentación Multimedia, nº 5, Dpto. de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, 1996.

DIAZ, Olga y NODELA, Inmaculada. Telefónica I+D: Centro de Documentación. Madrid, Dpto. de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, 1995.

Euro TV. "Netmanía", nº 3, año I, 1996.

FERNANDEZ, E.T. El lector del diario on line puede recibir las últimas noticias en el instante en que se producen. "Netmanía", año I, nº 3, 1996.

GARCIA CASASNOVAS, José María. Comunicación y nuevas tecnologías. II^{as} Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías. Madrid, Universidad Complutense, 28, 29 y 30 de noviembre, 1995.

GOLDEROS, Antonio. Las tecnologías multimedia en la comunicación social. Informe FUNDESCO, 1995.

La guía WEB de los proveedores de Internet. "Web" nº 4, marzo 1996.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. El periodismo ante el reto de la nueva sociedad. II^{as} Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías. Madrid, Universidad Complutense, 28, 29 y 30 de noviembre, 1995.

MATA, Carlos Javier. Entrevista a Eric Bachman, coordinador de la red telemática de la ex Yugoslavia. "Web", nº 4, marzo 1996.

NUEVO, Jesús y LOPEZ, Raquel. Internet en la UCM. Madrid, Dpto. de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, 1995.

El País inaugura su edición electrónica. "El País", viernes 3 de mayo de 1996.

PEIRO, Carme. España se sumerge en Internet. "Web", nº 4, marzo 1996.

Periódico electrónico personalizado. "El País", viernes 10 de mayo de 1996.

PUJOL, Félix. "La Vanguardia" celebra sus 115 años apostando por el diario electrónico. "Web" nº 4, marzo 1996.

RAMIREZ GARCIA, Noemí. Gopher español sobre ciencias de la información. Dpto. de Biblioteconomía y Documentación, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Cuso Académico 1994-1995.

RODRIGUEZ, C. Declaraciones a Gaceta de los Negocios, 11 de septiembre de 1995.

TORRES, Marta. El impacto de las autopistas de la información para la comunidad académica y los bibliotecarios. Ponencia presentada el 14 de julio de 1995, en los Cursos de Verano de El Escorial, UCM, sobre "Las autopistas de la información: el reto del siglo XXI".

Directorio De Direcciones De Paginas Web Españolas

PRENSA:

[ABC](http://www.abc.es) - <http://www.abc.es>

[Avui](http://avui.datalab.es/) - <http://avui.datalab.es/>

[Canarias 7](http://www.step.es/Canarias7) - [http://www.step.es/Canarias 7](http://www.step.es/Canarias7)

[Diario AS](http://www.diario-as.es) - <http://www.diario-as.es>

[El Comercio de Gijón](http://wwwl.unión.es/noticias) - <http://wwwl.unión.es/noticias>

[El Correo Gallego](http://205.161.179.68:8081/ecg/ecg-wel.htm) - <http://205.161.179.68:8081/ecg/ecg-wel.htm>

[El Diario Vasco](http://diario.vasco.com/) - <http://diario.vasco.com/>

El Mundo

[Suplemento Campus](http://www.offcampus.es/elmundo.campus) - <http://www.offcampus.es/elmundo.campus>

[Suplemento Dominical](http://www.larevista.el-mundo.es/) - <http://www.larevista.el-mundo.es/>

[El Periódico de Cataluña](http://www.elperiodico.es) - [http://www.el periódico.es](http://www.elperiodico.es)

[El País](http://www.elpais.es) - <http://www.elpais.es>

[Empordá en línea](http://www.intercom.es/emporda) - <http://www.intercom.es/emporda>

[España hoy](http://www.ucm.es/OTROS/Periódico/) - <http://www.ucm.es/OTROS/Periódico/>

[Gaceta de los Negocios](http://negocios.ms.www.com/gn/titulo.htm) - <http://negocios.ms.www.com/gn/titulo.htm>

[Heraldo de Aragón](http://www.sendanet.es/heraldo) - <http://www.sendanet.es/heraldo>

[La Crónica de Almería](http://www.hispacom.es) - <http://www.hispacom.es>

[La Vanguardia](http://Vangu.e.se) - <http://Vangu.e.se>

[La Voz del Diario de Lanzarote](http://www.intercom.es/lavoz) - <http://www.intercom.es/lavoz>

[Sport](http://www.servicom.es/sport/) - <http://www.servicom.es/sport/>

RADIO

[Radio Teknoland](http://www.radioteknoland.eunet.es) - <http://www.radioteknoland.eunet.es>

[Onda Rambla](http://www.Inst.es/OndaRambla/) - <http://www.Inst.es/OndaRambla/>

TELEVISION

[TV3](http://www.servicom.es/TV3/) - <http://www.servicom.es/TV3/>

[RTVA](http://www.cica.es/rtva.html) - <http://www.cica.es/rtva.html>

NOTAS

- 1 ORTEGA Y GASSET, José. La rebelión de las masas. Madrid, Revista de Occidente, 1948, p. 81.
- 2 Ibidem, p. 80, nota 2.
- 3 ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. Barcelona, Lumen, 1988, p. 18.
- 4 Ibidem, p. 12.
- 5 Por ello podemos resumir la teoría de apocalípticos e integrados con esta frase de Umberto Eco: "mientras los apocalípticos sobreviven precisamente elaborando teorías sobre la decadencia, los integrados raramente teorizan, sino que prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles". Idem.
- 6 NEGROPONTE, Nicholas. El mundo digital. Prólogo de Miquel Barceló. Barcelona, Ediciones B, 1995, p. 13.
- 7 TERCEIRO, José B. Entrevista en "El País", viernes 1 de marzo de 1996, p. 39.
- 8 MARTINEZ SOLER, J.A., ROS, Francisco, y SANTILLANA, Ignacio. Las autopistas de la información. Madrid, Debate, 1996, p. 20.
- 9 TERCEIRO, José B. La sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis. Madrid, Alianza, 1996, p. 64.
- 10 Idem.
- 11 Ibidem, p. 91.
- 12 CAPELLA, Daniel. Entrevista a Nicholas Negroponte. "WEB", nº5, abril 1996, p. 19.
- 13 CASTELLS, Manuel. Ciudadanos: ¡al Internet!. "El País", 7 de febrero de 1996, p. 13.
- 14 Idem.
- 15 GRUPO ANONIMI INTERNAUTAE. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1996, pp. 7-26.
- 16 Ibidem, p. 15.
- 17 Ibidem, pp. 15-16.
- 18 Véase en este mismo número, CUADRA, Elena de la: Internet. Conceptos básicos.
- 19 TERCEIRO, José B. Sociedad digital ... Op. cit., p. 95.
- 20 PEIRO, Carme. España se sumerge en Internet. "Web", nº 4, marzo 1996, p. 66.
- 21 Ibidem, p. 68.
- 22 La guía WEB de los proveedores de Internet. "WEB" nº4, op. cit., p. 46.
- 23 PEIRO, Carme. España se sumerge en Internet. Op. cit., p. 68.
- 24 Idem.
- 25 Ibidem, pp. 68-69.
- 26 O'REILLY (dir). Conéctate al mundo de Internet. Guía y catálogo. Madrid, McGraw-Hill, 1996, 597 pp.
- 27 Revista "Web", nº4, op. cit., p. 52.
- 28 Internet para torpes. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Informática para torpes, 320 pp.
- 29 COGSWELL, Jeffrey M. Simple Internet. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Ultima frontera, 192 pp.
- 30 ESEBBAG BENCHIMOL, Carlos y LLOVET VERDUGO, Juan. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1995, 200 p. (Col. Guías de iniciación) ESSEBAG BENCHIMOL, Carlos y MARTINEZ VALERO, Julián. Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1996, 352 págs. (Col. Guías prácticas).
- 31 GILSTER, Paul. El navegante de mosaic. Madrid, Anaya Multimedia, 1996, 296 págs.

(Col. Ultima frontera).

32 BROWNE, Steve. Internet a través de Mosaic y World Wide Web. Madrid, Anaya Multimedia, 1995, 208 págs. (Col. Informática personal y profesional).

33 GRUPO ANONIMI INTERNAUTE. Manual imprescindible ... Op. cit., pp. 384.

34 GILSTER, Paul. El navegante de Internet. Op. cit.

35 LEVINE, John R. y BAROUNDI, Carol. Los secretos de Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1996, 696 págs. (Col. Top secret).

36 QUE DEVELOPMENT GROUP. La biblia de Internet. Madrid, Anaya Multimedia, 1995, 672 págs. (Col. Informática personal y profesional+software).

37 COMER, Douglas. El libro de Internet. Méjico, Hispanoamericana, 1995. **JARABO, Francisco y ELORTEGUI, Nicolás.** Internet: Conexión desde el PC doméstico a ordenadores de todo el mundo. Madrid, Paraninfo, 1995.

Además de la bibliografía señalada nos encontramos con otros manuales que atienden aspectos concretos de la red, como el HTML, que de lo publicado en castellano destacaríamos: **ALVAREZ G., Alonso.** HTML Creación de páginas Web. Madrid, Anaya Multimedia, Col. Guía práctica para usuarios, 352 pp.

También existe una amplia bibliografía introducida en la red, por ej., Libro de Estilo HTML en la Universidad de las Islas Baleares. URL: <http://www.uib.es./documents/indice.html>.

38 Estudio comparativo de las seis revistas enumeradas, realizado con todos los números que han aparecido hasta el momento.

39 MATA, Carlos Javier. Entrevista a Eric Bachman, coordinador de la red telemática de la ex Yugoslavia. "Web", nº 4, op. cit., pp. 53-55.

40 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. El periodismo ante el reto de la nueva sociedad. II^{as} Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías. Madrid, Universidad Complutense, 28, 29 y 30 de noviembre, 1995

41 Idem.

42 CARAZO, José Antonio. La formación de los periodistas. Encuentro sobre "la calidad de la información tecnológica". Cursos de Verano, Universidad Complutense de Madrid, San Lorenzo de El Escorial, 26 y 27 de julio de 1994.

43 GARCIA CASASNOVAS, José María. Comunicación y nuevas tecnologías. II^{as} Jornadas sobre Comunicación y Nuevas Tecnologías, op. cit.

44 MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. El periodismo ante el reto de la nueva sociedad. Op. cit.

45 Entrevista a José B. Terceiro. Op. cit.

46 RODRIGUEZ, C. Declaraciones a Gaceta de los Negocios, 11 de septiembre de 1995. En: **TERCEIRO, José B.** Sociedad digital ... Op. cit., p. 173.

47 BLÁZQUEZ GONZÁLEZ, Alfonso. Aplicaciones y usos de Internet en las bibliotecas y centros de documentación, el caso del Centro Washington Irving. Internet World'96, 1er Congreso Nacional de Usuarios de Internet, Madrid, Asociación de Usuarios de Internet, 1996, p. 139.

48 TORRES, Marta. El impacto de las autopistas de la información para la comunidad académica y los bibliotecarios. Ponencia presentada el 14 de julio de 1995, en los Cursos de Verano de El Escorial, UCM, sobre "Las autopistas de la información: el reto del siglo XXI". En: **BLAZQUEZ GONZALEZ, Alfonso:** Aplicaciones y usos de Internet ... Op. cit. p. 139.

49 BLAZQUEZ GONZALEZ, Alfonso. Aplicaciones y usos de Internet ... Op. cit., p. 140.

50 TERCEIRO, José B. Sociedad digital... Op. cit., p. 71.

51 Proceso que se sigue en la elaboración de un periódico hoy en día: "El texto se escribe en el ordenador; los reporteros envían los reportajes por correo electrónico; las fotos se digitalizan y también se transmiten por cable; y la paginación de un periódico moderno se realiza mediante sistemas de diseño asistido por ordenador, que preparan la información para transferirla a una película o para grabarla directamente en planchas. Es decir, que toda la concepción y elaboración del periódico es digital, desde el principio hasta el final, en que la tinta se vierte sobre árboles muertos. Es aquí, al final del proceso, donde los bits se convierten en átomos." NEGROPONTE, Nicholas. El mundo digital. Op. cit., p. 76.

52 TERCEIRO, José B. Sociedad digital... Op. cit., p. 173.

53 Ibidem, p. 173.

54 FERNANDEZ, E. T. El lector del diario on line puede recibir las últimas noticias en el instante en que se producen. "Netmanía", año I, nº 3, 1996, pp. 21-25.

55 FERNANDEZ, E.T. El lector del diario on line ... Op. cit. pp. 23-24.

56 MARTOS, José Angel. Prensa electrónica frente a prensa de papel: el ejemplo de Web. Internet world' 96, Op. cit. p. 28.

57 PUJOL, Félix. "La Vanguardia" celebra sus 115 años apostando por el diario electrónico. "Web", nº 4, op. cit., pp. 74-75.

58 El País inaugura su edición electrónica. "El País", viernes 3 de mayo de 1996, p. 30.

59 El periódico personalizado supondrá una revolución en el mundo periodístico, por ahora es una idea de futuro todavía poco desarrollada que contará con grandes adeptos. Como ejemplo podemos citar el Personal Journal, perteneciente al Wall Street Journal, que realiza una selección de noticias económicas a los suscriptores que lo soliciten. TERCEIRO, J.B. Op. cit., p.p. 171-172. En España los ingenieros Carles Gillem y José Mompín han puesto en marcha el primer periódico personalizado, con el nombre My News ofrece un boletín de noticias hecho a medida de cada abonado. Periódico electrónico personalizado. "El País", viernes 10 de mayo de 1996, p. 34.

60 CODINA, Lluís. Periodismo digital en Internet. "BYTE", marzo 1996, pp. 180-184. Otro artículo a consultar del mismo autor: La prensa electrónica en Internet y el futuro de los medios de comunicación. "Information World en español", nº 43, abril 1996, pp. 1-9.

61 CARREÑO, Pedro. Aquí, Radio Internet...emitiendo para todo el mundo. "Net conexión", año 2, número 4, febrero 1996, p. 58.

62 Ibidem, pp. 59-60.

63 Idem.

64 Ibidem, p. 62.

65 NEGROPONTE, Nicholas. El mundo digital. Op. cit., p. 34.

66 Ibidem, p. 32.

67 Ibidem, p. 67.

68 TERCEIRO. Sociedad digital. Op. cit., p. 176.

69 CNN Interactive. "Netmanía" nº 2, 1996, pp. 38-39.

70 EURO TV. "Netmanía", nº 3, 1996, p. 33.

71 625 líneas: la TV en Internet. "Servicom Magazine", nº 5, 1995, p. 23.

72 Las tecnologías multimedia en la comunicación social. Madrid, Fundesco, 1995.