

MÉTODOS DE CATALOGACIÓN Y TIPOLOGÍA DE CIBERMEDIOS

KOLDO MESO (*Universidad del País Vasco*), GUILLERMO LÓPEZ (*Universidad de Valencia*), JAIME ALONSO (*Universidad de Murcia*).

**Ponencia presentada en el I Colóquio Internacional Brasil – Espanha sobre Cibermeios
Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia 3-7 de diciembre de 2007**

1. INTRODUCCIÓN

Han transcurrido trece años desde que en septiembre de 1994 comenzara a publicarse diariamente en internet el *Boletín Oficial del Estado*. El dato no pasaría de ser una mera anécdota si no fuera por el hecho de que, con ello, inauguró de paso la historia de la prensa española en internet.

Hay quienes se plantean que el honor de ser el primer medio hispano en la Red recayó en una revista cultural valenciana, *El Temps*, si bien su actualización nunca llegó a ser diaria. También hay datos que respaldan la tesis contraria y permiten afirmar que el BOE fue, en efecto, el primer cibermedio español. En este sentido, aunque aún no se publicara en internet, según fija Jesús Bustamante hay evidencias de que pudo ser consultado diariamente desde principios de 1994 a través de la red telemática vasca Spritel (Salaverría, 2005). Quizás nunca lleguemos a saber a ciencia cierta quién fue el primero. Nos lo impide sobre todo la ausencia de una hemeroteca general y exhaustiva sobre las emergentes comunicaciones multimedia que, en España, apenas estaban dando sus primeros balbuceos. Sea como fuere, parece que los meses finales de aquel año supusieron el pistoletazo de salida definitivo para la historia de los medios en internet.

Con todo, España no estaba muy a la zaga de otros países avanzados. Estados Unidos, por ejemplo, sumaba por aquellas fechas poco más de 60 periódicos distribuidos electrónicamente a través de redes telemáticas privadas como America Online, Delphi o CompuServe (Salaverría, 2005). Por lo que se refiere propiamente a publicaciones distribuidas a través de internet, Estados Unidos contaba con apenas un puñado de títulos, el primero de los cuales, *Palo Alto Weekly*, había aparecido en enero de 1994 (Carlson, 2003).

Cada vez era más evidente que algo nuevo se movía en el mercado de los medios. Tales novedades llevaron, por ejemplo, a que en medios especializados y no tan especializados se comenzara a hablar de un nuevo fenómeno comunicativo –al que se tildaba de “experimento” (Verdú, 1994)- sobre el que, con seguridad, se escribirían ríos de tinta durante los años siguientes.

Debemos recordar que internet en España era por entonces poco más que un reducto para especialistas y, por tanto, los nuevos cibermedios nacían casi sin audiencia. Según José F. Beaumont (Salaverría, 2005), el número total de cibernautas españoles se estimaba, por aquel entonces, en unos 150.000. Si a ello añadimos, además, que la conexión doméstica a la red se realizaba a precios prohibitivos y con velocidades de conexión muy bajas, se entiende por tanto que los medios no tuvieran prisas por lanzar sus ediciones en internet.

Sin embargo, la situación cambió rápido y a lo largo de 1995 muchos grandes periódicos españoles –junto a unos cuantos diarios regionales, sobre todo en País Vasco y Cataluña- se apuntaron paulatinamente a la moda de lanzar su propia edición en internet.

Las radios y las televisiones, por su parte, aún tardaron más tiempo en sumarse a la nueva plataforma de difusión; las posibilidades audiovisuales de la Red sólo comenzaron a ser explotadas de manera decidida a finales de la década de 1990. En cambio, ya desde mediados de esa misma década, se produjo una explosión de publicaciones periodísticas nacidas en la propia Red y sin referente en ningún otro medio clásico anterior (Edo, 2002). Definitivamente, la historia de los cibermedios españoles había echado a andar.

2. LA INVESTIGACIÓN DE CIBERMEDIOS EN ESPAÑA

A lo largo de estos trece años de historia del ciberperiodismo español y como fiel reflejo de su dinamismo, pronto aparecieron los primeros trabajos en los que se trataba de describir y de

analizar el nuevo fenómeno comunicativo. Se puede destacar el trabajo de Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996), pionero sobre la prensa digital en España, en el que se ofrecía un panorama lo más completo posible de una realidad que surgía con mucha fuerza y cuyo futuro inmediato se revelaba altamente sugerente y enriquecedor.

Ya existía una abundante literatura sobre los nuevos usos tecnológicos en los sistemas redaccionales (Martín Aguado, 1993; García, 1988; Canga, 1988; Canciola y Hernández, 1992), pero ninguno analizaba temas relacionados con este nuevo periodismo del ciberespacio como el referido. A esta primera contribución siguieron otras obras Díaz Noci y Meso (1999); Armentia y otros (1999, 2000); Canga y otros (1999); Díaz Noci (2002); los trabajos coordinados por Díaz Noci y Salaverría (2003); Salaverría y Sádaba (2004); Salaverría y otros (2004); o el más reciente del propio Salaverría (2005).

En estos más de diez años han ocurrido muchas cosas y el mercado actual de los medios nada tiene que ver con el de entonces. De entrada existe ya un consenso, tanto académico como profesional, de que las publicaciones de internet han alcanzado ya un estatus periodístico equivalente –cuando menos– al de otros medios convencionales como la prensa, la radio y la televisión (Flores Vivar y Miguel Arruti, 2001; Estevez, 2002; Álvarez y Parra, 2004; Meso, 2006).

Este reconocimiento es basa en razones tanto cuantitativas como cualitativas. En lo puramente numérico, aunque el desarrollo de la Sociedad de la Información en España sigue a la cola de la Unión Europea, no se puede dudar que internet se ha convertido en una plataforma de primer orden para la comunicación social, empresarial e interpersonal en nuestro país. En el primer semestre de 2007, el 41,4% de la población española era usuario habitual de internet (AIMC, 2007). Por lo que se refiere a la evolución de los medios periodísticos en internet, las cifras también son elocuentes: el número de cibermedios en España ha experimentado en estos trece años un crecimiento exponencial. A este respecto, aparecen los primeros proyectos de investigación, como el financiado por Eusko Ikaskuntza-Sociedad de Estudios Vascos en 1999 (Meso y Cantalapiedra, 2004) en los que se logran censar el número de medios vascos en internet. Más tarde, gracias a un nuevo proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia –en el momento de iniciar el proyecto, se denominaba Ministerio de Ciencia y Tecnología– se llegan a contabilizar casi 1.300 medios españoles en la Red (BSO2002-0406-C04-01, -02, -03 y -04, “El impacto de internet en los medios de comunicación en España”). El resultado del mismo es una monografía (Salaverría, 2005) que ofrece al lector un balance integral del impacto de internet en los medios de comunicación en España, con el convencimiento de que dicho impacto no sólo se ha limitado a los medios propiamente digitales, sino que alcanza a la empresa de comunicación en su totalidad. Más importante que la multiplicación de las publicaciones digitales es su consolidación cualitativa en el mercado de los medios. Las empresas de comunicación entienden ya internet como un factor estratégico para su futuro (Cornella, 2002; Cerezo y Zafra, 2003; Aguado, 2004).

Posteriormente, un nuevo proyecto financiado por la Universidad del País Vasco (2004-2006: UPV00017323H16005/2004, “El impacto de internet en los medios de comunicación en el País Vasco”) trata de arrojar luz sobre el proceso de consolidación de los cibermedios en el País Vasco durante estos más de diez años, así como analizar sus repercusiones en los múltiples ámbitos en los que se desenvuelve la profesión periodística. Asimismo, y de nuevo mediante el recurso a las subvenciones públicas y la investigación de equipos, un proyecto financiado por la Universidad de Valencia (2007-2008: UV-AE-2007/0223, “Estructura y tipologización de los medios digitales de la Comunidad Valenciana”) se dirige igualmente hacia el análisis de los medios locales, acotados en este caso en la Comunidad Valenciana. Podemos observar, en estos y otros trabajos, a lo largo de estos diez años, un interés que va en aumento por la comunicación local, conforme ésta se desarrolla también en virtud del propio crecimiento de la Red. Podemos destacar, además de las investigaciones mencionadas, algunas de ellas en curso, los casos de Andalucía, con los trabajos desarrollados por Bernardo Díaz Nosty y María Ángeles Cabrera; Navarra, en torno al grupo dirigido por Ramón Salaverría; los estudios llevados a cabo en Cataluña por David Domingo, entre otros; y el trabajo desarrollado desde la Universidad de Santiago de Compostela por parte del grupo dirigido por Xosé López García.

Como se puede entender, el proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia resultaba muy ambicioso. Además, se veía dificultado por el hecho de enfrentarse a un objeto de estudio que, dada su juventud, poseía aún muchos territorios huérfanos de investigación académicas profundas. Si bien áreas como la redacción ciberperiodística (Kilian, 2001; Díaz Noci y Salaverría, 2003; López y Séré, 2003), el diseño de cibermedios (Armentia y otros, 1999; Nielsen, 2000; Moreno, 2000) o el perfil profesional de los periodistas (Masip, 2003; Palomo, 2004) ya han dado lugar en nuestro país a diversas monografías con mayor o menor éxito, existen otros campos casi inexplorados, como por ejemplo los que afectan al marco legal o a los retos éticos del ciberperiodismo.

Más aún. Ni siquiera existe una definición generalmente aceptada por la comunidad académica sobre el objeto principal de estudio: los cibermedios. Prueba de ello es que muchos autores rehúyen el término y se inclinan por otras expresiones alternativas. Nosotros pensamos que es adecuado hablar de cibermedios. Por tales entendemos aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas.

El repaso a más de una década de cibermedios en España abordado en más de un monográfico (Salaverría, 2005) da para mucho. Entre otras cuestiones, y tomando como punto de partida el amplio censo de publicaciones digitales que se empleó durante la investigación financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia a la que antes nos referíamos, para identificar los modelos prototípicos de cibermedios en nuestro país; una interesante información cuantitativa, que responde, con base en evidencias empíricas, a cuestiones hasta ahora ignoradas como por ejemplo el número de cibermedios activos, su distribución geográfica por comunidades o su tipología temática.

Son muchos los autores que han realizado sus aportaciones al debate terminológico del concepto de “medio”, que resulta ampliamente ambiguo debido a su proverbial polisemia, y que es, si cabe, más intenso en una disciplina tan reciente como el ciberperiodismo (De Pablos, 2001; Díaz Noci y Salaverría, 2003). En los últimos años han surgido diferentes denominaciones para este fenómeno, desde el primigenio “periodismo electrónico” (Armañanzas, Díaz Noci y Meso, 1996), hasta el “periodismo digital” –más habituales sus empleos en español-, “periodismo en línea”, “e-periodismo”, etc. El término ciberperiodismo, en el mundo anglosajón, como señala Díaz Noci, comienza a consensuarse entre los usuarios, como una derivación del vocablo ciberespacio (Díaz Noci, 2001). En el mundo anglosajón, asimismo, es muy habitual el empleo del término “*online journalism*” (periodismo en línea). Otros autores, apuestan por el término “periodismo cibernético” (Gómez y Méndez, Leal Gil, 2001; Álvarez Marcos, 1999).

Particularmente, defendemos el empleo del término “ciberperiodismo” para el nuevo periodismo en línea y del término “cibermedios” para los medios electrónicos que difunden sus contenidos a través de internet (López, Gago y Pereira, 2003). Finalmente, éste se incorpora a la clasificación de medios de comunicación como el cuarto componente de ésta tras la prensa escrita la radio y la televisión, ya que, con el paso del tiempo, han logrado constituirse en un medio propio, con estructuras redaccionales, narrativas y discursivas exclusivas.

Los cibermedios se pueden clasificar en función del objetivo o finalidad que persiguen (Alonso y Martínez, 2003); del público al que van dirigido; por la aplicación de los criterios profesionales, estructurales, redaccionales y éticos de la actividad periodística; por el aprovechamiento de las posibilidades que ofrece el ciberespacio (López, Gago y Pereira, 2002); e, incluso, por la constante renovación o actualización de contenidos.

La Universidad de Santiago ha sido de las primeras en hacer una propuesta de clasificación de cibermedios, tomando como referente el nivel de dinamismo de los medios en línea, proponiendo para ello el diseño de un test fundado en el cómputo escalar del “grado de adecuación de la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización (López, Limia, Isasi, Pereira, Gago y Calvo, 2005). Esta propuesta de categorización responde al afán de reivindicar la autonomía de los medios en línea como entidades independientes respecto de los tradicionales *mass media*. Un afán similar al que persiguen con sus objetivos en sus respectivas investigaciones los académicos Meso y Cantalapiedra (2004), Meso (2004) y Díaz Noci, Meso, Larrañaga y Larrondo (2007).

Esta última referencia bibliográfica es el resultado final de la investigación sobre “El impacto de internet en los medios de comunicación en el País Vasco” (2004-2006: UPV00017.323.4-16005/2004) dirigida por el profesor Díaz Noci e integrada por los investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU Koldo Meso Ayerdi, José Larrañaga y Ainara Larrondo. Este grupo de investigación, en especial los profesores Meso y Díaz Noci, llevan trabajando desde 1996 en la catalogación y clasificación de cibermedios, tanto españoles como vascos. Por ser realistas, el libro de 1997 *Medios de comunicación en internet* (Meso y Díaz, 1997) lejos de ser un catálogo con características científicas intentaba ser un repertorio lo más completo posible de los cibermedios españoles de la primera hornada. Le han sucedido, para el País Vasco, otros trabajos ya mencionados (Meso, 2004; Meso y Cantalapiedra, 2004). Para esta ocasión, se contaba con la base de datos de cibermedios españoles confeccionada por académicos de la Universidad de Santiago de Compostela en el seno del proyecto coordinado del Ministerio de Ciencia y Tecnología “El impacto de internet en los medios de comunicación en España” al que nos hemos referido anteriormente. A partir de esa base, se procedió, bajo la supervisión del profesor Meso a revisar y completar los registros correspondientes a los cibermedios de la Comunidad Autónoma Vasca. También se añadieron nuevos campos, que parecían interesantes para la investigación. A partir de esa delimitación del universo a estudiar, y de la aplicación de diversas metodologías (Wurff *et al.*, 2005; Salaverria *et al.*, 2004; Salaverria, 2005; Meso *et al.*, 2006) se abordó la investigación.

En ocasiones, la dificultad por abarcar la materia real de estudio, ha llevado a los investigadores a crear círculos viciosos retroalimentados, basados habitualmente en el ciberconocimiento de un cibermedio determinado o un autor concreto, que de pronto se convierte en referencia enlazada a diestro y siniestro con quienes se asemejan o se identifican con él (Meso, 2006b).

Más modesta fue la catalogación de medios presentes en internet realizada por Armañanzas, Díaz Noci y Meso (1996), quienes emplearon el esquema metodológico que Jacques Kayser estableció para el análisis de diarios franceses, introduciendo algunas acepciones que difieren de las que fijó Kayser (1974), pero que eran necesarias para conocer más en profundidad el medio. Son bastantes también los estudios y monografías que analizan la reciente emergencia de los *weblogs* como nueva modalidad de publicación periodística (Orihuela, 2006). Ahora bien, la *blogosfera* española es un concepto de muy difícil aplicación práctica ya que no existe hasta la fecha ningún directorio que ordene exclusivamente las bitácoras publicadas en nuestro país. Los estudios académicos más documentados y relevantes sobre la situación de la *blogosfera* hispana han sido trabajos colectivos (Tricas *et al.*, 2004; Merelo *et al.*, 2004).

3. TIPOLOGÍA DE CIBERMEDIOS

3.1. Pertinencia de las tipologías

Las tipologías sobre cibermedios se plantean como objetivo mostrar taxonomías o clasificaciones sobre una nueva realidad comunicacional (los cibermedios) que ha surgido al amparo del nacimiento de las TICs. Entre las pertinencias de elaborar tipologías nos encontramos, principalmente, el hecho de que sirven para estructurar/organizar/comprender una realidad que, por novedosa, se encuentra dispersa y/o poco definida. El discurso actual sobre los cibermedios requiere el estudio sobre tipologías, en el momento en que, efectivamente, mientras unos se encuentran más o menos consolidados, otros se hallan en una fase incluso de definición o conceptualización.

Esbozar tipologías de cibermedios es también oportuno en el momento en que abarcan tres niveles de conocimiento: primero, *el estado inicial de la cuestión* (esto es: cuáles son esas estructuras de comunicación a las que nos referimos como cibermedios); segundo, *qué características poseen* (rasgos definitorios/identificativos); y, tercero, las *dinámicas* que se dan entre ellos; esto es: qué tipo de relación, influencia e interacción predomina entre unos y otros. Y ello, entre otros motivos, porque en el escenario que analizamos, caracterizado por la pluralidad de formas y niveles de la comunicación, la atención tradicionalmente prestada a la comunicación de masas ha de extenderse necesariamente a otros planteamientos con cada vez más presencia en los nuevos medios.

Los medios de comunicación de masas ampliaban el marco de referencia, y frecuentemente lo disociaban en dos: el marco cognitivo directo, proporcionado por el entorno inmediato, y

correspondiente al ámbito de la comunicación interpersonal; y el marco cognitivo indirecto, complementario y quizás competencia del anterior en las ocasiones en que ambos pudieran entrar en conflicto, mediado tecnológicamente y característico de la comunicación de masas. No cabe extrañar, por tanto, que la ciencia de la comunicación se volcara hacia el análisis de la comunicación de masas, y en particular en el estudio de los efectos (McQuail y Windahl, 1997).

Y sin embargo, a pesar del énfasis en el estudio de la comunicación de masas, ésta no es sino el nivel de referencia más visible de una pluralidad de formas comunicativas que Denis McQuail resume en el proceso de comunicación global, el institucional/organizacional, el intergrupual, el interpersonal, y el intrapersonal (1999: 35-38). Enric Saperas (1998: 111-117) destaca además la necesidad de que el análisis de la comunicación amplíe y redefina el campo de estudio; lo amplíe a las formas comunicativas tradicionalmente ignoradas por la investigación volcada en los efectos de la comunicación de masas, y redefina el campo de estudio merced a la estrecha interrelación de los distintos niveles y formas de la comunicación en la configuración de los procesos comunicativos.

Exactamente el mismo diagnóstico de Josep Gifreu (1996: 60-68), para quien “los fenómenos sociales vividos y conocidos como fenómenos comunicativos abarcan una gran cantidad y una amplísima variedad de situaciones”, que Gifreu acota en torno a cuatro categorías: comunicación interpersonal, de grupo, de organización y de masas. Este estado de las cosas es el que lleva, por último, a autores como Rodrigo (1989, 2001) y Valbuena (1997) a confirmar las hipótesis anteriores y configurar un marco de estudio de la Teoría de la comunicación que abarque la comunicación en toda su pluralidad y lo haga, además, partiendo de la interrelación entre los distintos niveles de la comunicación.

Este marco de estudio sólo puede potenciarse, pero también complicarse considerablemente, en la red Internet, dado que el mismo soporte tecnológico acoge tanto a aquellas formas comunicativas características de la comunicación de masas como a las que pertenecen al entorno inmediato (que, a su vez, pueden diversificarse y potenciarse en varios sentidos). La ya mencionada pluralidad de formas y niveles de la comunicación puede constituir un problema sustancial desde la perspectiva de encuadrarlas en una tipología mínimamente operativa (López García, 2005b).

Ante un objeto de estudio como el que ahora analizamos (las tipologías de cibermedios) consideramos que no debe prevalecer una pretensión o vocación de cierre (esto es, que pretendamos ofrecer una clasificación definitiva y concluyente); sino que, antes bien, es preciso comprender que cuantas más taxonomías abordemos, más posibilidades tendremos de percibir la realidad global y compleja de los cibermedios (encuadrados en unas categorías más o menos definidas), así como las características que poseen y las dinámicas que entre ellos se establezcan.

3.2. Propuestas

Como se intuye fácilmente, un tipo u otro de tipología sobre cibermedios variará dependiendo del concepto o idea que tengamos de ellos. En un panorama tan abierto, rico y diverso como es la comunicación en internet, las aproximaciones y definiciones sobre qué son los cibermedios se suceden, y –lejos de provocar confusión–, se complementan generando una profusa gama de tipologías que sirven para comprender un fenómeno (la comunicación *on line*) desde diferentes ópticas.

A continuación presentamos una relación de algunas de las principales propuestas de tipologías de cibermedios que se han mostrado hasta el momento. Desde nuestra óptica, y si ánimo de ser exhaustivos, cabría decir que son cuatro las líneas más destacadas:

- a) Tipologías centradas en las acciones o desarrollo de los cibermedios
- b) Tipologías centradas en modelos de comunicación
- c) Tipologías centradas en los elementos que conforman los cibermedios
- d) Tipologías centradas en el objeto o finalidad de los cibermedios

3.2.1. Tipologías centradas en las acciones o desarrollo de los cibermedios

Por una tipología que clasifica los cibermedios según las acciones o desarrollo de los cibermedios nos estamos refiriendo a aquellas iniciativas que los taxonomizan según la manera

en cómo emplean los elementos (potencialidades) que les son inherentes. En este sentido, es de mucha relevancia que consideremos la propuesta que realizan López García *et al.* (2005), pues llevan a cabo una clasificación según lo que entienden como “nivel de dinamismo de los medios en línea” (2005: 45); lo cual explican de esta manera:

“El concepto de dinamismo, inherente a la propia definición de cibermedio, alude al grado de aprovechamiento que los nuevos medios hacen de las posibilidades que ofrece el soporte en línea –aplicación de técnicas hipertextuales, multimedia e interactivas y frecuente actualización.

Resulta operativo, pues, determinar el nivel de dinamismo de un cibermedio a partir del “grado de adecuación” que alcanzan en él los siguientes indicadores:

- a) La hipertextualidad
- b) La multimedialidad
- c) La interactividad
- d) La frecuencia de actualización” (2005: 45)

Los autores explican, finalmente, qué relación guarda el grado de adecuación con el nivel de dinamismo del cibermedio:

“La expresión “grado de adecuación” hace referencia al nivel de acomodamiento de las piezas potenciales del ciberespacio –multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y frecuencia de actualización– al molde que configuran los contenidos y el usuario de un determinado medio en línea. Cuanto mayor sea el “grado de adecuación” adquirido por cada uno de los cuatro indicadores, mayor será, en consecuencia, el nivel de dinamismo del cibermedio (2005: 45).

Además de esta tipología que clasifica según el nivel de dinamismo, estos autores aportan otra interesante que, según nuestra valoración, también es susceptible de ser incluida en lo que hemos establecido como tipologías centradas en las acciones o desarrollo de los cibermedios. En realidad se trata de una doble tipología: por un lado, una tipología de cibermedios de información especializada y otra de información general.

Tal y como señalan los autores, internet ha venido a modificar los planteamientos que la disciplina que trata la especialización periodística tenía tradicionalmente como base, que dividía la realidad en cuatro grandes temáticas: política, economía, sociedad y cultura. Ahora se hace necesario introducir nuevas categorías, tales como, entre otras: cibermedios de información económica, de información política, de información social, de información científica, sanitaria y técnica, cibermedios de información sobre nuevas tecnologías, etcétera. También explican los autores que otra tipología que podría aplicarse a los cibermedios de información especializada sería una taxonomía genérica basada en el nivel de dinamismo, que hemos explicado.

En cuanto a la tipología de cibermedios de información general, los autores se decantan bien por una clasificación basada en el grado de dinamismo (como en el caso de los cibermedios especializados), o bien por una tipología por criterios geográficos, siguiendo lo que siempre se ha hecho con la prensa generalista y los medios audiovisuales: “tradicionalmente, la prensa general (y no sólo la impresa, también los medios audiovisuales) ha sido clasificada en virtud de un criterio geográfico. De tal modo que podemos hablar de prensa general en cuatro niveles: nacional, regional, provincial y local” (López García *et al.*, 2005: 62).

3.2.2. *Tipologías centradas en modelos de comunicación*

Las propuestas de clasificación de cibermedios ubicadas en el estudio de los modelos de comunicación que se dan en internet poseen una notable relevancia en el momento en que se plantean como objetivo mostrar una panorámica esclarecedora acerca del funcionamiento global de todos los elementos (incluidos los cibermedios y otras formas de comunicación) de la Red de redes. La dificultad es doble: en primer lugar hay que identificar los cibermedios y otras formas de comunicación; y luego agruparlos en las distintas lógicas o sentidos de comunicación (los

diferentes modelos). Es precisamente Guillermo López García, autor de una tipología de esta naturaleza, quien explica dicha dificultad:

“Ofrecer un compendio claro y sistemático de las muy diversas formas de comunicación que posibilita la Red (...) reviste una extraordinaria dificultad, si tenemos en cuenta no sólo la abundancia de formas comunicativas existentes en la Red, muchas veces complementarias e intercambiables, sino también que es precisamente este ámbito (la teorización sobre los tipos de contenidos y sobre los distintos modelos de comunicación en Red) el menos estudiado de todos los que contempla la materia” (2005a:16).

Partiendo de las hipótesis esbozadas hace ya varias décadas por Marshall McLuhan (1996) a propósito de la extensión sistemática de las tecnologías y los medios de comunicación en la vida cotidiana, y teniendo en cuenta las tempranas tipologías que respecto de la comunicación en Internet elaboran Slevin (2002) y Morris y Ogan (2002), la taxonomía de este autor distingue entre medios de comunicación interpersonal y medios de comunicación colectiva (López Escobar, 1997: 18-19). Así, dentro del primer grupo distingue entre la “comunicación sincrónica (chats, redes P2P y juegos en red) y comunicación asincrónica: e-mail, listas de distribución, grupos de noticias, foros de debate, wikis, encuestas y comunidades virtuales” (2005b: 79). Y en los medios de comunicación colectiva, el autor distingue entre “medios de representación: páginas personales, weblogs, páginas de asociaciones, instituciones y empresas” (2005b: 80); y “medios globales: portales y cibermedios” (2005b: 81)

Dentro de esta clasificación general, los cibermedios constituyen aquellos sitios web cuya finalidad esencial es el desarrollo y transmisión de contenidos informativos, esto es, aquellos sitios web que cumplen en internet el papel de los medios de comunicación social. Sus características diferenciales sería, fundamentalmente: a) la primacía del contenido propiamente periodístico (frente a otro tipo de oferta, como por ejemplo la venta de productos, los espacios de discusión, etc.); b) la sujeción a la actualidad en su temática; y c) el empleo de criterios periodísticos y profesionales en la generación de contenidos (López García, 2005).

A su vez, este autor (López García, 2005^a: 176-182) establece diversas diferenciaciones dentro del ámbito de los cibermedios:

- de una parte, se distingue entre los cibermedios que son *representación en internet de los “medios convencionales”* (diarios impresos, emisoras de radio y cadenas televisión), que comienzan paulatinamente, como hemos visto, a desplegar sus contenidos también en internet, y aquellos *medios exclusivamente desarrollados en internet*.
- de otra parte, se atiende también a la distinción entre cibermedios *generalistas* y *especializados*, también mencionada con anterioridad.
- por último, se establece una diferenciación atendiendo a la profesionalización o no de los contenidos del cibermedio. Esta diferencia, en principio contradictoria con la tercera de las características específicas de los cibermedios que veíamos anteriormente, surge en internet a partir del desarrollo, en paralelo, de dos tipos de prácticas: de una parte, los denominados medios de “contrainformación” o de “comunicación alternativa”. Este tipo de cibermedios no sólo renuncia a los criterios de noticiabilidad tradicionales del periodismo, sino que en su gestión y configuración funcionan como comunidades de usuarios –y no como empresas mediáticas– que son también, prácticamente siempre, los encargados de generar los contenidos. Esto ocurre así en medios como Nod50.org o las distintas versiones de Indymedia. De otra parte, cabría hacer mención a las diversas prácticas relacionadas con lo que ha venido a denominarse “periodismo ciudadano”, que en su versión más extremada consiste precisamente en el desarrollo de medios periodísticos mediante la colaboración del público. En España no encontramos, fuera de la mencionada “comunicación alternativa”, grandes medios ciudadanos. Es más, algunos de los experimentos llevados a cabo en este sentido (como “Reportero Digital”, surgido a partir de “Periodista Digital”) resultan más que deficientes en cuanto a su éxito de público, la implicación de la audiencia y la calidad de los contenidos. Sin embargo, sí que es cada vez más habitual que los grandes medios impliquen al público en la generación de parte de sus contenidos (como, por ejemplo, ocurre con la sección

“Yo, periodista” del diario El País), así como el empleo de herramientas participativas (por ejemplo, la posibilidad de comentar las noticias entre el público) y sistemas provenientes de la Web 2.0 (como la inserción de vídeos de YouTube y sistemas similares) como parte de la oferta informativa de los principales cibermedios

3.2.3. Tipologías centradas en los elementos que conforman los cibermedios

Un ejemplo característico de la tipología centrada en los elementos que componen los cibermedios es aquella que los clasifica dependiendo del tipo de contenidos que, de una forma más o menos dominante, se da en ellos. Así por ejemplo, el informe de Telefónica del año 2000 establecía una clasificación de contenidos que bien puede servirnos en la actualidad para establecer una taxonomía acerca de su uso, esto es, indicando qué medios los emplean y cómo los emplean. Así, la tipología que propone este informe es la referida a contenidos intangibles, tangibles, de servicios y de infomediación.

Otro ejemplo de tipología centrada en los elementos que conforman los cibermedios es la propuesta por Alonso (2005), que distingue entre los diferentes grados de participación/implicación de los sujetos que participan en los cibermedios. Se presenta un doble nivel: por un lado, se realiza una distinción básica entre el tipo sujetos: gestor o usuario. En segundo lugar, se entra en cada uno de ellos: el gestor puede ser productor o moderador (de contenidos); mientras que el usuario puede ser pasivo, activo o determinante.

3.2.4. Tipologías centradas en el objeto o finalidad de los cibermedios

Una tipología centrada en el objeto o finalidad implica clasificar los cibermedios dependiendo de *para qué se han desarrollado o elaborado*. Dicha finalidad puede adquirir muchas dimensiones, pero en la propuesta de Alonso y Martínez (2003) se concreta en: cibermedios con finalidad predominantemente informativa o noticiosa; con finalidad comunicativa o relacional, con finalidad de servicio y cibermedios con finalidad de infomediación o intermediación.

4. BIBLIOGRAFÍA

- AGUADO, Juan Miguel (2004): *E-Comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. Sevilla: Comunicación Social.
- ÁLVAREZ MARCOS, J; PARRA VALCARCEL, D. (2004): *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.
- ALONSO, Jaime (2005): “Comunicar en internet: el papel interactivo de los sujetos en los nuevos medios”. En: *Opción*, núm. 48, pp. 57-78
- ALONSO, Jaime; MARTÍNEZ, Lourdes (2003): “Medios interactivos: caracterización y contenidos”. En DÍAZ NOCI, J.; SALAVERRÍA, R.: *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- ARMAÑANZAS, E.; DÍAZ NOCI, J. y MESO AYERDI, K (1996): *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.
- ARMENTIA, I.; CAMINOS, J.M.; ELEXGARAY, J.; MARÍN, F.; MERCHÁN, I. (2000): *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch.
- ARMENTIA, I.; ELEXGARAY, J.; PÉREZ, J.C. (1999): *Diseño y periodismo electrónico*. Leioa: Servicio Editorial UPV.
- CANCIOLA, Claudio; HERNÁNDEZ, Ricardo (1992): *Informática en periodismo*. México: Trillas.
- CANGA LAREQUI, Jesús (1988): *La prensa y las nuevas tecnologías*. Bilbao: Deusto.
- CANGA, J.; COCA, C.; MARTÍNEZ, L.; CANTALAPIEDRA, M.J.; MARTÍNEZ, E. (1999): *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Leioa: Servicio Editorial UPV.
- CARLSON, David (2003): “The History of Online Journalism”. En KAWAMOTO, Kevin (ed.): *Digital Journalism. Emerging Media and Changing Horizons of Journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- CARVALHO, Marcelo Sávio (2006). “A trajetória da Internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança”. Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

- Disponível em: <http://www.mci.org.br/biblioteca/internet-br-dissertacao-mestrado-msavio-v1.2.pdf>
- CEREZO J.M.; ZAFRA, J.M. (2003): *El impacto de internet en la prensa*. Madrid: Fundación Auna.
- CORNELLA, Alfons (2002): *Hacia la empresa en red*. Barcelona: Gestión 2000.
- DE PABLOS, J.M. (2001): “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre internet”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, pp. 57-67. Madrid: Universidad Complutense.
- DÍAZ NOCI, J. (2002): *El discurso digital*. Bilbao: Servicio Editorial UPV.
- DÍAZ NOCI, J. (2001): *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Servicio Editorial UPV.
- DÍAZ NOCI, J.; MESO AYERDI, K. (1999): *Periodismo en internet. Modelos de la prensa digital*, Bilbao: Servicio Editorial UPV.
- DÍAZ NOCI, J.; SALAVERRIA, R. (coords.) (2003): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- DÍAZ NOCI, J.; LARRAÑAGA, J.; LARRONDO, A.; MESO, K. (2007): *El impacto de internet en los medios de comunicación vascos*. Leioa: Servicio Editorial UPV.
- EDO, Concha (2002): *Del papel a la pantalla. La prensa en internet*. Sevilla: Comunicación Social
- ESTÉVEZ, Jaime (2002): *Periodismo en la Red*. Madrid: Anaya Multimedia
- FLORES VIVAR, J; MIGUEL ARRUTI, A. (2001): *Ciberperiodismo*. XXXX: Ediciones 2010.
- GARCÍA, Antonio (1988): *Prensa y tecnología*. Madrid: Alambra.
- GIFREU, Josep (1996). *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona: Pòrtic/Media.
- GÓMEZ y MÉNDEZ, J.M.; LEAL, E. (2001): “Delimitación del vocablo Cibernética y otras voces tecnológicas en Periodismo”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 7, pp. 95-107. Madrid: Universidad Complutense.
- KAYSER, Jacques (1974): *El diario francés*. Barcelona: ATE.
- KILIAN, Crawford (2001). *Escribir para la Web*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- LÓPEZ ALONSO, Covadonga; SÉRÉ, Arlette (2003): *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban (1997). “Comunicación y comunicación colectiva”. Estudio introductorio de McQUAIL, Denis, y WINDAHL, Sven. *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa.
- LOPEZ GARCÍA, Guillermo (2005a): *Modelos de Comunicación en internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005b). "Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología". En LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. pp. 55-86. Disponible en <http://www.uv.es/demopode/libro1/GuillermoLopez2.pdf>
- LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. (2003): “Modelos del ciberperiodismo gallego: de la definición a la consolidación de un nuevo entorno”. En *Zer*, núm. 14, mayo. Leioa: Servicio Editorial UPV.
- LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. (2002): *Novas tendencias do xonarlismo electrónico*. Santiago: Edicións Lea.
- LOPEZ, X.; LIMIA, M.; ISASI, A.; PEREIRA, X.; GAGO, M.; CALVO, R. (2005): “Tipología de los cybermedios”. En SALAVERRIA, Ramón (coord.): *Cybermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- MARTÍN AGUADO, José Antonio (dir.) (1993): *Tecnologías de la información impresa. Desarrollos tecnológicos y perspectivas*. Madrid: Fragua.
- MASIP, Pere (2003): “Presencia y uso de internet en las redacciones catalanas”, en *Zer*, num. 14, Bilbao: Servicio Editorial de la UPV, pp. 29-42.
- McLUHAN, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McQUAIL, Denis (1999). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

- MCQUAIL, Denis (ed.) (2002). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. Londres: Sage Publications.
- MCQUAIL, Denis, y WINDAHL, Sven (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa.
- MERELLO, J.J.; ORIHUELA, J.L.; RUIZ, V.; TRICAS, F. (2004): "Revisiting the Spanish Blogosphere", Blog Talk 2.0: A European Weblog Conference, Viena (Austria), 5-6 de julio de 2004.
- MESO AYERDI, Koldo (2006): *Introducción al ciberperiodismo*. Leioa: Servicio Editorial UPV.
- MESO AYERDI, K.. (2006b): "Los confidenciales, nuevos modelos de comunicación al asalto del ecosistema digital". En: SABÉS TURNO, Fernando (ed.): *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón.
- MESO AYERDI, K. (2004): "Los diarios electrónicos de provincias: el caso vasco". En *Mediatika*, núm. 10.
- MESO AYERDI, K. y CANTALAPIEDRA, M.J. (2004): "Presencia de los medios de comunicación vascos en internet". En *Mediatika*, núm. 10.
- MESO AYERDI, K. y DÍAZ NOCI, J. (1997): *Medios de comunicación en internet*. Madrid: Anaya Multimedia.
- MESO, K. y DÍAZ NOCI, J., LARRONDO, A., SALAVERRÍA, R., SÁDABA, Ch. y CORES, R. (2006): "Presencia y uso de internet en las redacciones digitales de los diarios vascos y navarros con versión en la Red". En SABÉS, Fernando: *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. Zaragoza:, Asociación de la Prensa de Aragón.
- MORENO MUÑOZ, Antonio (2000): *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Barcelona: Paidós.
- MORRIS, M.; OGAN, C. (2002). "The Internet as mass medium". In: MCQUAIL, Denis (ed.) (2002). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. Londres: Sage Publications.
- NIELSEN, Jacob (2000): *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid: Prentice Hall.
- ORIHUELA, José Luís (2006): *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- PALACIOS, Marcos Silva; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; NARITA, Sandra; RIBAS, Beatriz (2002a). "Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro". Trabalho apresentado no Seminário da REDECOM, UFBA, Salvador. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf
- PALACIOS, Marcos Silva; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; NARITA, Sandra; RIBAS, Beatriz (2002b). "Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português". In: *Comunicarte*, vol 1, n.2, 160-170, Aveiro, Portugal, set. 2002.
- PALOMO TORRES, M^a B. (2004): *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social.
- RODRIGO, Miquel (1989). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- RODRIGO, Miquel (2001). *Teorías de la comunicación*. Valencia / Barcelona / Castellón: Universidad de Valencia / Universidad Autónoma de Barcelona / Universidad Jaume I.
- SALAVERRIA, Ramón (coord.) (2005): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- SALAVERRÍA, R.; CORES, R.; DÍAZ NOCI, J.; MESO AYERDI, K.; LARRONDO, A (2004): "Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y Navarra". En *Comunicación y Sociedad*, Año XII, núm. 1. Pamplona: Universidad de Navarra, pp. 161-189.
- SALAVERRÍA, R.; SÁDABA, Ch. (eds.) (2004): *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organizations and Audiencies. II COST A20 International Conference Proceedings*. Pamplona: Eunete.
- SAPERAS, Enric (1998). *Manual básico de Teoría de la Comunicación*. Barcelona: CIMS.
- SCHULTZ, Tanjev (1999). "Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers". In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 5(1)
- SLEVIN, James (2002). "The Internet and forms of human association". In: MCQUAIL, Denis (ed.) (2002). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. Londres: Sage Publications.
- TELEFÓNICA, Informe (2000): *La sociedad de la información en España 2000*.

- TRICAS, F.; RUIZ, V.; MERELO, J.J. (2004): "Do we live in a small World? Measuring the Spanish-speaking Blogosphere". En T. N. BURG (ed.): *Blog Talks: First European Conference on Weblogs*. Viena, Zentrum für Wissenschaftliche Forschung und Dienstleistung: 158-172. <<http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>>, 06/11/2007.
- UNITED NATIONS (2006). Millennium Goals Development Indicators, 2006. Disponible em: <http://mdgs.un.org/unsd/mdg/SeriesDetail.aspx?srid=608&crd=>
- VALBUENA, Felicísimo (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis.
- VERDÚ, Vicente (1994): "Expansión de los periódicos electrónicos". En *El País*, 15 de octubre.
- WURFF, Richard van der; LAUF, Edmund; O'SULLIVAN, J. (2005): *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis.