

# Kazetarien formazioa aro digitalean

(Journalistic information in the digital era)

Peña Fernández, Simón

Eusko Ikaskuntza

UPV / EHU. Kazetaritza II saila. Sarriena auzoa, z/g. 48940 Leioa

BIBLID [1137-4462 (2005), 11; 319-326]

Jaso: 04.05.18

Onartu: 04.07.22

---

*Aro digitalean murgilduta, kazetaritzak orain arte izan dituen hainbat ezaugarri berrir definitzeko beharra du. Garai honek komunikatzeko aukera eta teknika berriak ekartzen dituen era berean, unibertsitatek erantzun bat jaso beharko luketen hainbat eronkei aurre egin behar die ere lanbideak: informazioaren profesionalizatzea eta kazetarien formazioa, bitartekotza prozesuaren monopolioaren amaiera eta kalitatea eta erreferentzialtasunaren nagusitasuna eta negozio-eredu propioak finkatzea, besteak beste.*

*Giltza-Hitzak: Kazetaritza. Internet. Aro digitala. Unibertsitatea.*

*Inmerso de lleno en la era digital, el periodismo necesita redefinir muchas de las características que hasta el momento han sido las suyas. En esta época, que a un tiempo aporta nuevas posibilidades y técnicas de comunicación, la profesión debería recibir una respuesta desde la universidad ante los retos que tiene ante sí: la profesionalización de la información y formación de los periodistas, el fin del monopolio del proceso de mediación y la supremacía de la calidad y referencialidad, y la consolidación de modelos de negocio propios, entre otros.*

*Palabras Clave: Periodismo. Internet. Era digital. Universidad.*

*Immergé en plein dans l'ère numérique, le journalisme a besoin de redéfinir beaucoup des caractéristiques qui ont été les siennes jusqu'à maintenant. A cette époque qui, en même temps, apporte de nouvelles possibilités et de nouvelles techniques de communication, la profession devrait recevoir une réponse de l'université face au défis qui se présentent à elle: la professionnalisation de l'information et la formation des journalistes, la fin du monopole du processus de médiation et la suprématie de la qualité et de la «référenciabilité», et la consolidation des modèles des entreprises propres, entre autres.*

*Mots Clés: Journalisme. Internet. Ere numérique. Université.*

## 1. ARO DIGITALA

Gaur egungo informazioaren gizartea digitalizazioaren aroan guztiz murgilduta dago, ez dago prozesu honi ihes egiten dion arlorik. Teknologia eta tresneriaren binarizazio hau ezagutzen genituen esparru guztietara zabaldu da (telefonía, domotika...), komunikazio aukerak zabalduaz. Ezin daiteke esan, dena den, prozesu guztiz berri bat denik: aro digital honek oinarri duen informatizazioa 80ko hamarkadan zabaltzen hasi zen eta Internet, informazioaren arloan mugarri, 90eko hamarkadatik aurrera eman zuen bere burua ezagutzera.

Komunikabideak ere prozesu horretan buru-belarri sartuta daude eta sareko hedabideei irрати eta telebista digitalak gehitu zaizkie. Digitalizazio prozesu horren azken fasean daude hedabideak, seinalea hartzeko sistemei dagokiena, hain zuzen. Azken hogeitertan, komunikazio enpresa guztiek bere ekoizpen eta banaketa prozesuak formato berrira egokitu dituzte; prentsan, erredakzioen informatizazioaren ondorioz, kazetariak albiste baten produkzio prozesu osoa kontrolatu dezake autoedizio programei esker, albistearen sorreratik orria inprimategira bidaltzen den arte. Irratian eta telebistan ere, bobinek, zintak eta binilozko diskoek euskarri digitalei lekua egin diete, eta seinalearen prozesamendua eta hedapena ia erabat digitala da. Are gehiago, Europako Batasunaren araudiaren arabera, 2011ko abendurako burutu beharko den *itzalaldi analogikoa*-k telebista-kate guztiak digitalak izatera derrigortuko ditu.

Begiak ez dira haatik itxi behar komunikabideentzat digitalizazioa izen den bide arantzatsuaren aurrean. Ekimen informatibo berrietako askok ez dute arrakastarik ezagutu edo oso harrera hotza izan dute. Adibidez, lurreko telebista digitaleko aurreneko proiektua, Quiero TV, epe laburrean hondoratu zen inolako arrakasta komertzialik lortu gabe. Era berean, estatu mailako satelite bidezko telebista digitaleko bi plataformek bat egin behar izan zuten 2003an, beraien arteko hamaika borroka eta liskarren ondoren, bideragarritasun ekonomikoa lortu ahal izateko. Beste batzuk, aldiz, mamuak bezala nekez bizi dira; hor daude, gure artean, baina ezin ditu inork ikusi/entzun. Irrati digitalaren arloan, adibidez, 2000ko uztailaz geroztik 18 irрати-kate digital martxan daude estatu mailan baina ez dute inongo entzulegorik, haien seinalea jaso ahal izateko hargailurik ez dagoelako. Telebista digitalarekin, beste horrenbeste.

Kasuak kasu, uneko arrakasta edo porrotek ez gaituzte ikuspegi orokorretik aldentu behar. Proiektu eta teknologia jakin batzuk beste batzuen kaltetan gailenduko dira eta nagusitasun hori ez da bakarrik enpresen eta erakundeen bultzaden eskutik etorriko, gizarteak izango du beti azken hitza. Hots, teknologia baten erabiltzaile kopurua da haren etorkizunaren bermea eta ez ezaugarri tekniko jakin batzuen ustezko ahalmenak<sup>1</sup>.

1. SMS mezuen arrakasta horren erakusgarri garbia da. GSM teknologiaren barruan *apaingarri* bezala aurkeztu zen -bigarren mailako zerbitzu bat testu oso laburrak telefono batetik bestera bidaltzeko- baina telefonía mugikorren hedadurak eta bere erabileraren arrakastak -koste baxuei esker- populazioaren komunikazio beharren ezinbesteko lagun bilakatu dute. Honela, itxuraz oso erabilera murrizta izan zezakeen teknologia batentzat zerbitzu informatiboak sortu dira, eskaintza zabaldu da ere eta hainbat telefonía zerbitzu jaso ahal izateko ezinbesteko giltza bihurtu da.

Ez dugu ahaztu behar ere, azkenik, digitalizazioaren aro hau prozesu orokor zabalago batean kokatu behar dugula –testu, irudi eta soinuen integrazioa sare global eta interaktibo baten baitan– eta honek, komunikazioaren izaeran oinarritzko aldaketa bat ekarriko duela (Castells, 1997). Alfabetoaren asmakizunak duela 2.700 urte diskurtso arrazionalaren agerpena ahalbidetu zuen –inprentaren asmakuntzatik aurrera indartu zena, batez ere– eta ezagutzan oinarritutako komunikaziorako azpiegitura mentalari bidea ireki zion. Baina diskurtso arrazionala posible egiteaz gain, idatzizko komunikazioa sinbolo eta pertzepzioetan oinarritutako ikus-entzunezko sistematik baztertu zuen ere, irudi eta soinuen mundua arte ederretako alorretara alboratuz. Ikus-entzunezko komunikazioa ordaina hartzen hasi zen XX. mendean, zinemaren agerpenarekin hasieran, irratia eta telebistarekin gero, idatzizko komunikazioaren indarra eta eragina menderatu arte gaur egungo gizartean. Lehia honen amaieran murgilduta gaudela defendatzen du Castellsek, komunikazio sistemen arteko sintesi garairen etorrerarekin; historian lehen aldiz, giza komunikazioaren eredu desberdinak –idatzizkoa, ahozkoa eta ikus-entzunezkoa– sistema berean txertatu dira eta sistema horrek sare global bat osatzen du, komunikazio-sare bat.

## **2. ARO DIGITALAREN EZAUGARRI INFORMATIBOAK**

Gizartearen osotasunean gauzatzen ari den eraldaketa bat izanik, aro digitalak komunikabideak ere bete betean harrapatu ditu eta hedabide tradizionalak komunikatzeko aukera berriei aurre egin behar izan diete. Euskarri analogikoek digitalizaziorako bidea hartu dute eta komunikabide berriak sortu dira ere, sarearen bitartez zabaltzen direnak, adibidez.

Bi izan ohi dira hedabide hauei eman ohi zaizkien komunikazio ahalbide diferentzial nagusiak: multimedialtasuna eta elkarreraginezotasuna. Baina gaur egun, oraindik ere, ez dirudi aukera berri horiek eskaintzen dituzten aukera informatiboak, komunikabideen ikuspegitik behintzat, muturreraino eraman direnik.

Multimedialtasuna, dudarik gabe, agerikoa da. Geroz eta gehiago, euskarri guztiek mezu mota guztiak jaso ahal dituzte: kameradun telefono mugikorrek, scanner, fax eta inprimagailuak bat eginik, gailu guztiak informazio mota oro jaso ahal izateko bidean daude. Mestizajea ikaragarria da, dudarik gabe. Garai analogikoaren amaierarekin batera funtzio bakarreko tresnen gainbehera iritsi da, eta hedabideak jasotzeko errezeptore eta euskarriak ez dira salbuespen bat: Telebista digitalean irratia entzun daiteke –Internetarako sarbidea ere ematen du–, irratia digitalak testuak eta irudiak zabaltzen ditu, zuntz optikoaren bitartez zerbitzu guztiak integraturik eskuratu daitezke...

Euskarri eta hedabideen arteko identifikazioaren amaiera iritsi da; komunikabide analogikoaren garaian, hedabide bakoitza euskarri batekin identifikatuta zegoen eta hau, era berean, hizkuntza eta teknika jakin batzuekin. Gaur egungo mestizajeak, edonon edozein formatotan zabaldutako informazioa jaso daitekeen garaian, euskarriaren araberrako formazioa, bereizketa eta teknikak zentzua galtzen ari dira.

Orain arteko esperientziek erakusten dutenez, multimedialtasun hori ez da modu orekatuan gertatzen. Idatzizko komunikabideetan jatorria duten Interneteko webguneetan –eta bestelakoetan ere, banda zabalera mugatuak ematen dituen aukera murrizak medio– testuaren nagusitasuna nabarmena da. Kontra-ko ikuspegitik, ikus-entzunezko ereduetatik abiatutako produktu multimediatikoetan –telebista interaktibo digitalean, adibidez– irudi eta soinuak testuei erraz nagusitzen zaizkie. Integrazioak, beraz, ez du esan nahi komunikabideek nortasuna erabat galdu dutenik; guztiek izaera propio bat mantentzen dute, eta multimedialtasun *asimetriko* batean islatzen da hori.

Elkarreraginezkoatasunaren alorrean, bestalde, ez dirudi dauden aukera guztiak gauzatu direnik ere. Dударik gabe, orain arte existitzen ziren itzulera kanalak handitu eta zabaldu dira, eta inoiz baino aukera gehiago ditu hartzaileak iritziak emateko, komunikabideekin harremanetan jartzeko... Berrelikatze prozesu hori ez da, oraingoz, ahal bezain arina eta anitza; mugatua da, edo behintzat, ezin daiteke esan osoa denik. Arlo honetan emango diren aurrerapausoak komunikabideen eta informazioaren erabateko pertsonalizazioaren bidea jarraitzen dute, norberak interesatzen zaizkion gaiak bakarrik jaso ahal izatea, hain zuzen. Honek, noski, ez du halaberharrez informazio hobe bat ekarriko: gehiegizko bereizketak jasotzen den informazioaren pobretzea dakar eta, bestetik, gai komunak desagertzen iritzi publikoaren kontzeptua kolokan jartzen du.

Arriskuak arrisku, gaur egun pertsonen araberrako edukien bereizketa erabat hedatua egotetik urrun dago, baina komunikazio ereduak, dudarik gabe, aldatzen ari da. Kazetariak egiten duen bitartekotza eta albisteen aukeraketa *gatekeeping misto* bat dela esan daiteke: kazetariak filtratzen zituzten albisteen artean hartzaile guztienganaino mezu bakarria iristen garaia gairiditu da, baina oraindik ere, komunikabideek sortutako eskaintzatik aukeratu behar dituzte mezuak hartzaileak. Nolabaiteko bereizketa bat da, beraz, baina ez erabatekoa.

### **3. KAZETARI DIGITALAREN FORMAZIOA**

Etorkizuneko profesionalak unibertsitateak ateratzen dira, eta kazetaritza ez da salbuespen bat. Profesionalizatze ezaren aroa, txukun idazten jakitea eta jakinmin natural bat izatea aski ziren garai hura, amaitu da. Komunikabideetan diharduten profesionalen gehiengo zabal batek ikasketak unibertsitateak ditu (Martínez, 2004).

Ikasketen zabalkunde honek ez ditu bestelako desfase batzuk desagertarazi. Honela, eguneroko jarduera profesionalak agerian uzten du unibertsitateari tradizionalki egotzi ohi zaion jauzietako bat; lizentziaturan zehar jasotako ikasketez gain, kazetarien formazioak komunikabideetan ezinbesteko jarraipena du (Meso, 2002). Profesional berrien formazioaren zati bat, oraindik ere, komunikabideetan egiten da. Are gehiago, hainbat komunikabidek –hauen artean izen handiko gehienak– graduondoko ikasketak propioak sortu dituzte eta bertatik hornitzen dituzte bere erredakzioak.

Gizartean eta kazetaritza-lanbidean dauden aldaketei erantzun geldoa egin die unibertsitateak, orokorrean. Horrela, hain fenomeno hedatua eta ezaguna den kazetaritza digitalak, azken hamar urtetan gure artean nabarmenki hazi eta finkatu arren, ez du enborrezko erantzunik izan ikasketa planetan –derrigorrezko irakasgaia izatea edo ibilbide propio bat izatea, alegia– eta hautazko irakasgaien zerrendetan galtzen dira arlo hau bultzatuaz sortutako irakasgaiak.

Ez dira nahastu behar, ordea, errealitatearen jarraipena eta ikasketa instrumentalak. Hedabide digitalen inguruko irakaskuntzari, dudarik gabe, dagokion tokia eman beharko litzaioke ikasketa unibertsitarioen barruan. Baina hezkuntza horren oinarria, dudarik gabe, komunikatzeko gaitasunaren lanketa izan beharko litzateke beti, eta ez programa edo teknika jakin batzuen erabileran trebatzea.

Irakaskuntza instrumental batek bitartekoak eta azken helburuak nahastera eramane dezake eta hezkuntza unibertsitarioak guztiz saihestu beharko luke teknifikazioaren eskutik amildegi horretan erortzeko arriskua. Teknika beharrezkoa da guztiz eta haren oinarritzko ezagutza ezinbestekoa erabat kazetariontzat komunikazio modu bakoitzari zer eska dakiokkeen jakiteko. Baina komunikazio ikasketen xedeak ez luke tresnen erabileraren inguruko prestakuntzara mugatu behar, baizik eta tresnen erabileraren bitartez modu eraginkorrean komunikatzeko gaitasunetan trebatzea izan beharko luke helburu. Kazetarion jomuga, teknologia aldakorretik haratago, beti izango baita, eskura dauden tresnekin, komunikatzeko gaitasuna modu egokian burutzea.

Unibertsitatearen erantzuna, honetan ere, ez da beti berdina izan. Ramón Salaverríak kazetari digitalaren formazioan nagusiki bi eredu egon direla azpimarratzen du (Salaverría, 2000). Alde batetik, hedabide digitaletan lan egiteko hezi diren kazetariak egongo lirateke eta, bestetik, aro digitalerako hezi direnak. Lehenengo ereduari jarraiki –gehien zabaldu dena– unibertsitateak ikasleari komunikabide digital batean lan egiteko behar dituen gaitasun teknikoak eman go lizkioke, gainontzeko komunikabideengatik desberdintzen den hezkuntza instrumental bat irakatsiaz: web-orrialdeen sorrera, irudi-tratamendua...

Eredu honen praktikotasuna ezin da zalantzan jarri, baina prestakuntza tekniko horiek ez dute erlaziorik sortzen bestelako kazetaritza ereduak egiteko moduekin. Eta lanbideak urteen buruan argi utzi du komunikazio arloko profesionalak gaitasuna daukatela euskarri batetik bestera jauzi egiteko, irratian kolaborazioak egin eta prentsan idazteko, edo paperetik Interneteko ediziora pasatzeko, batetik bestera mugitzeko ohitura oso hedatua dago. Teknikak desberdin du daitezke, baina eginbeharraren muinak berdina izaten jarraitzen du: komunikazio-gaitasuna eduki behar da eta kalitatezko informazioa ekoizten jakin behar da. Eta geroz eta multimediatikoagoak, integratuagoak eta nahasiagoak diren hedabide digitalen garaian, are gehiago.

Beraz, zalantzarik gabe, kazetari digitalaren formaziorako bigarren eredu aro digitalerako profesionalak prestatzea– hobeto egokitzen da errealitate informatibora. Irakaskuntza teknikoari muzin egin gabe kazetaria edozein komunikabidetan eta kazeta-iharduerako edozein ekoizpen fasetan erabilgarriak diren

baliabide digitalean trebatzea izango litzateke ardatza. Prestakuntza instrumentala ahaztu gabe, edukien lanketa izan beharko litzateke beti unibertsitate-formazioaren oinarria.

#### 4. KAZETARITZAREN ERRONKAK ARO DIGITALEAN

Dudarik gabe, digitalizazioaren aroan aukera informatibo berriak sortu diren neurri berean kazetaritza-lanbideak, eta ez bakarrik unibertsitate-formazioak, erroka berriei aurre egin behar izan die. Horietako askoren zurrunbiloan egonik zaila da ikuspegi orokor bat izatea, baina orain arteko ibilbidean hiru arazo nabarmendu daitezke nagusiki besteen gainetik: informazioaren profesionalizazioa eta kazetarien lan baldintzak, bitartekotza ereduaren gainbehera eta kalitatea eta erreferentzialtasunaren beharra, hirurak modu sakonean elkar lotuta daudelarik.

Ez dago zalantzarik informazioaren aroan komunikatzen dakiten pertsonak ezinbestekoak zaizkigula eta behar informatiboak dituzten erakundeak biderkatu direla ere. Horrek ez du esan nahi, hala ere, behar horiek asetzen dituzten pertsonak kazetariak direnik beti. Urte askotan, intrusismoa izan da lanbidearen inguruko eztabaidaren muina kazetaritza arloan. Kazetari titulua komunikabideetan iharduteko nahitaezko baldintza ez izanik, hedabideetan lan egiten zuten profesionalak beste karrera batzuetatik etortzea (filologia, historia...) edo inolako heziketa unibertsitariorik ez izatea zirudien arlo honetako arazo nagusia. Ikerketen arabera, arazo hau erabat gaindituta dagoela dirudienean (Canel, Rodríguez, Sánchez, 2000), beste batzuk sortu dira.

Intrusismoaren zati handi desagertzeak –ezin daiteke esan oraindik gertatzen ez denik– ez ditu, beraz, kazetaritza-lanbidearen mamu guztiak uxatu. Gaur egun, aro digitaleko komunikabideetan arazo nagusienetako bat lan baldintzak dira. Geroz eta ugariagoak dira, adibidez, kolaboratzaile edo *freelance* moduan etxetik lan egin behar duten kazetariak. Lan eredu honek abantailak baditu ere –askatasun maila zabala eta nor bere burua antolatzeko aukera handiagoa–, bere eskutik oinarrizko lan baldintza askok okerrera egin dute: ez dago enpresarekin lan loturarik –ez dago egonkortasunik, beraz–, eta kazetariak bere kabuz jarri behar ditu lana egin ahal izateko oinarrizko hainbat elementu: zama fiskalen ordainketa, lanerako ekipamendua eskuratu, eta abar. Kazetari digitalek lan baldintza gogorrekin egin behar diete aurre, eta gabeziak konpentsatzeko lan gehiago egitera behartuta ikusten dute bere burua (Rojo, 2001).

Logikoa dirudi, langileen egoera profesionala eskasa bada eta asko ekoiztera behartuta badaude, horrek guztiak produktuaren kalitatean eragina izan dezakeela. Eta, kasu askotan, hala somatzen da. Interneteko komunikabideetan *copy-paste* ohitura, edukiak kopiatu eta itsastearena, oso zabalduta dago. Alde bateatik, beste euskarrietatik ekarritako edukiak zuzenean irauli egiten dira, edukien lanketa edo egokitzapen berezirik egin gabe. Bestetik, eduki asko kopiatu, itzuli eta itxuraldatu egiten dira eta ez da arraroa funtsean testu berdina dena hainbat webgunerekin desberdinetan topatzea.

Horregatik, funtsezkoa da gogoratzea komunikabideek aro digitalean gorde eta defendatu behar duten oinarrizko balioa kalitatea eta erreferentzialtasuna izan behar dela. Informazioa nonahi topatu daitekeen ingurunean, hedabideen biziraupenerako gakoetako bat, oraindik ere, komunikabide eta kalitatezko informazioaren arteko lotura da. Komunikabideen bitartekotzaren gainbeheraren garaia iritsi da. Orain arte gizartearen aurrean bitartekari nagusiak zirenak, iritzi publikoa sortzeko gaitasuna esku artean zerabiltenak, –gertakarien berri ematez gain, erakunde guztiek haiengana jo behar zuten gizarteari mezu eraginkor bat helerazteko–, monopolio horren amaiera bizi dute.

Pavlik-ek ondo azaltzen duenez, komunikazio prozesua eraldatu egin da eta iturri, komunikabide eta irakurleek ez dute jada prozesu lineal osatzen, triangelu bat baizik (Pavlik, 2000). Irakurleak, honela, zuzenean informazio-iturri zein komunikabideengana joateko aukera dauka informazio bila eta enpresa zein erakundeek zuzenean jo dezakete hiritarregana, komunikabideen galbahetik igaro behar izan gabe. Are gehiago, irakurleak komunikazioaren protagonista bilakatu dira ere –*weblog*-en bitartez berriak zabaltzen dituzte, adibidez, eta edonork irratia, telebista edo aldizkari bat martxan jartzeko aukera du sarean– pertsona arteko komunikazio prozesuei orain arte ezagutu gabeko zabalkundea emanez. Erantzukizun sozialaren teoriaren arabera, komunikabideek gizartearen eskubide bat gorpuztu eta gauzatzen dute, baina hedabide digitalekin informazio eskubidearen eskusiba galdu dute, eta honek bai ukitzen duela, teknika jakin batzuen erabilerak ez bezala, lanbidearen muina.

Erronkak, dudarik gabe, ez dira hemen amaitzen. Enpresa ikuspegitik, ekimen informatiboen biziraupena bermatzen dituzten negozio eredu propioen bilaketa garrantzi handikoa izango da aurrerantzean, orain arte zalantzak nagusi diren merkatuan. Interneteko publizitate merkatua ere, ez da guztiz zuzpertia. Negozioa non dagoen topatzea zaila da –*El País* egunkariak lortutako 23.000 harpidetzek argi uzten dute hori– eta paradoxak, oraindik ere, nonahi aurkitu daitezke: paperezko ediziotik ekarritako testuak babestu nahi dira, atzoko berriak izanik, baina eguneko eta azken orduko albisteak mugarik gabe zabaltzen dira, balio informatibo handiagoa eduki arren.

Badirudi, beraz, unibertsitatearen zein hedabideen erantzunak, edukien bideari eutsi beharko liokeela nagusiki. Informazio eskubidea modu eksklusiboan gauzatu baino gehiago, hedabideek irakurleak bideratu, zuzenduko dituzte, informazioaren oihanean erreferente bat bilakatu beharko dute. Informazio iturriak geometrikoki hazi diren garaian eta eduki askoren kalitatea –eta, nola ez, inpartzialtasuna– zalantzarria den ingurune batean, informazioan aditua den kazetariaren lana –berdin dio nola izendatzen dugun zeregin hauek egiten dituenari– funtsezkoa izaten jarraituko du.

Pixkanaka berriro definitzen ari den lanbide honek kalitatezko informazioaren eredu bilakatzea izan beharko luke jomuga. Eta horretarako, uneko ikasketa instrumentaletatik haratago, komunikazio eraginkorra eta egokia gauzatzeko modua topatu beharko luke momentu bakoitzean eskura dituen tresnen bitartez. Asmakuntza teknikoen atzetik ibiltzera behartuta egon arren, teknologia berri

bakoitzari informatzeko bideak ireki beharrean, teknika horiek baliatuta komunikazioa hobetzeko moduak bilatu beharko lirateke beti. Zalantzarik gabe, aro teknologiazaleago batean bizi arren, edukiak lantzea kazetaritza-lanbidearen muina izaten jarraitu beharko du.

## BIBLIOGRAFIA

- CANEL, María José; RODRÍGUEZ, Roberto; SÁNCHEZ ARANDA, José Javier. *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*, Madril: Centro de investigaciones sociológicas, 2000.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información, vol. 1. La sociedad red*, Madril: Alianza Editorial, 1997.
- MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Lucía. "Diseción de la profesión: de cómo y por qué se accede al periodismo, sus estudios y sus salidas", *Latina*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040857odrizola.htm>
- MESO, Koldo. "La formación del periodista digital", *Chasqui*. <http://www.comunica.org/chasqui/84/meso84.html>
- PALOMO, María Bella. *El periodista on line. De la revolución a la evolución*, Sevilla: Comunicación Social, 2004.
- PAVLIK, John V. "New Media, New Rules". [http://www.unesco.org/courier/2000\\_02/uk/dossier/txt21.htm](http://www.unesco.org/courier/2000_02/uk/dossier/txt21.htm)
- ROJO, Iñaki I. "Mi nombre es Kunta Kinte". *Baquía*, 2001/02/06. <http://www.baquia.com/com/20010206/art00031.html>
- SALAVERRÍA, Ramón. "Criterios para la formación de periodistas en la era digital". <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm>