Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)
Kulturwissenschaftliche Fakultät
Professur für Sprachgebrauch und Sprachvergleich

La imagen de la 'Sociedad Digital' en los medios de comunicación.

Un análisis de los diarios online con mas importancia en España, Francia y Alemania

Trabajo para el Seminario Pragmática y medios de comunicación

autor:	Nicole Schaupke
carrera:	Master Intercultural Communication Studies
número de matriculo:	38918
módulo:	ZM2 Empirical and Methodological Approaches to Forms of Intercultural Communication
fecha de nacimiento:	01.05.1985
email:	nicole.schaupke@netaction.de

examinador:	Dr. María Elena Gómez Sánchez
fecha de entrega:	el 2 de octubre 2011

Indice

1 Introducción..... 1
1.1 La metodología..... 2
1.2 El corpus analizado..... 5
1.2.1 España: 20minutos.es, abc.es, elmundo.es, elpais.es, lavanguardia.es..... 6
1.2.2 Francia: 20minutes.fr, lefigaro.fr, lemonde.fr, liberation.fr, ouest-france.fr..... 8
1.2.3 Alemania: faz.net, spiegel.de, sueddeutsche.de, welt.de, zeit.de..... 9

3 La imagen de la 'Sociedad Digital' en la prensa online 10
3.1 Listado de los principales términos analizados..... 10
3.1.1 Listado de términos relacionados con Internet en general..... 12
3.1.2 Listado de actores..... 12
3.1.3 Listado de términos relacionados con la seguridad..... 13
3.1.4 Listado de términos relacionados con la libertad y democracia... 14
3.1.5 Listado de términos relacionados con la privacidad y identidad.. 15
3.1.6 Listado de términos tecnológicos..... 15
3.1.7 Listado de términos relacionados con la economía..... 16
3.1.8 Listado de marcas..... 16
3.2 Los sinónimos de digital: Estudio de caso..... 17
3.3 El Ciberactivismo: Estudio de caso..... 18
3.5 Las redes sociales: Estudio de caso..... 22

4 Conclusión..... 24

5 Bibliografía..... 26
5.1 Fuentes primarias..... 26
5.2 Bibliografía..... 27
5.3 Bibliografía online..... 27

1 Introducción

Datenkrake, *Cyberkriminalität* o *Netzaktivist* palabras con frecuencia usado para la prensa y los políticos alemanes: La observación de la prensa alemana alrededor del tema "Internet y sociedad" puede llegar a la conclusión que los medios de comunicación están creando una imagen negativa y, aveces, peligrosa de Internet y sus elementos. Del niño a la abuela cada uno ya está familiarizado con el nombre de Facebook o términos como ciberdelitos sin saber manejar los nuevos fenómenos de Internet. El coloquio *Wake the Blog – von Datenkraken und Internettätern. Warum die digitale Gesellschaft eine PR-Strategie braucht.* [Neumann 2011] volvió el tema de imagen de la sociedad digital construido por los medios de comunicación durante la conferencia re:publica en abril 2011 en Berlín. Esta discusión y observaciones personales durante el empleo en el departamento de relaciones publicas de VZ Netzwerke suministrador de las redes sociales alemanes studiVZ, schülerVZ y meinVZ dieron el impulso para profundizar y elaborar la representación y percepción de las evoluciones y fenómenos alrededor de Internet.

La idea principal es una investigación de la percepción y representación de elementos y fenómenos de Internet en los medios de comunicación, sobre todo en los diarios online con mayor importancia en España, Francia y Alemania. Hasta el momento, no se encuentran análisis amplios del campo lexicológico y semántico alrededor de los publicaciones periodistas sobre Internet. Por eso, hace falta elaborar estos campos en primer paso. Sobre la base de primera investigación será posible responder a las preguntas cuales términos están empleado en los medios de comunicación en España, Francia y Alemania y que fenómenos los tratan. Los resultados de este análisis están presentados en los listados de principales términos analizados. El siguiente

paso pone la pregunta cual imagen producen los expresiones y términos del corpus analizado. En el capítulo *La imagen de la Sociedad Digital en la prensa online* se presentan los resultados obtenido del análisis general que consiste en el estudio del campo lexicológico, de temas tratados y, por fin, en sus implicaciones a la imagen de la *Sociedad Digital*. En primer lugar, se presentan los listados de los términos encontrados agrupado temáticamente: Internet en general, actores, seguridad, libertad y democracia, privacidad y identidad, tecnología, economía y, por fin, marcas. Sobre la base de esta investigación siguen tres estudios de casos: sinónimos de digital, el fenómeno del ciberactivismo y, por último, las redes sociales.

Por principio es aplicable dar en cuenta que un periódico no es una entidad aislada. Más bien se encuentra dentro de una sociedad y está caracterizado por el intercambio tanto con la sociedad como con el discurso político. Los medios de comunicación influyen la sociedad y, a la inversa, la sociedad influye los medios. El origen y el destino de noticias es el mismo - la sociedad. Los medios intentan a informar la sociedad sobre lo que ocurre de modo más o menos neutro. No se puede saber si las intenciones elaboradas en este análisis estuvieron realmente presente. Queda imposible responder a la pregunta si el periodista eligió los términos conscientemente por influir el lector de cualquier manera o simplemente a la búsqueda de sinónimos.

1.1 La metodología

El primer paso fue la elección de los diarios y la decisión analizar los diarios en línea. Con esto ya es asociado el primer problema: la falta de equivalencia y comparabilidad de la prensa online en Alemania, España y Francia. Según *Models of Media and Politics*, una investigación empírica sobre los sistemas de medios de Europa Occidental y Norteamérica de Hallin

y Mancini en 2004 se distinguen tres modelos: The Mediterranean or Polarized Pluralist Model, The North/Central European or Democratic Corporatist Model and The North Atlantic or Liberal Model [Hallin/Mancini 2004]. Hallin y Mancini clasifican el sistema alemán al modelo Democratic Corporatist, el español al modelo Polarized Pluralist y el sistema francés al dentro de lo dos. Cada modelo se destaca por su estructura especial del sistema de medios, por las semejanzas y diferencias en el poder, estilo y por su relación con el público (Tabla 1).

	The Mediterranean or Polarized Pluralist Model	**The North/Central European or Democratic Corporatist Model**	**The North Atlantic or Liberal Model**
Países	Francia*, Grecia, Italia, Portugal, España	Bélgica*, Dinamarca, Alemania, Finlandia, Países Bajos, Austria, Suecia, Noruega, Suiza	Gran Bretaña, Irlanda, Canadá, EE.UU.
Industria de periódicos	tirada baja, prensa se orienta por la elite política	tirada elevada, desarrollo prematuro de medio de masas	media tirada, desarrollo prematuro de medio de masas
Paralelismo político	paralelismo político, periodismo de opiniones, sistema de "politics-over-broadcasting"	paralelismo político, prensa de partidos históricamente importante, comercialización, periodismo de opiniones, sistema de "politics-over-broadcasting" con la autonomía periodística	prensa independiente y comercial, periodismo de noticias,modelo autónomo y profesional
Profesionalización	nivel bajo de profesionalización, instrumentalización de periodistas	nivel alto de profesionalización, autocontrol institucionalizado	nivel alto de profesionalización, no autocontrol institucionalizado
Rol del estado	intervencionismo, períodos de censura, desregulación drástica	intervencionismo al respeto de la libertad de prensa y promoción	modelo del mercado domina

*** forma híbrida**

Tabla 1: Models of Media and Politics [Hallin/Mancini 2004]

Desde hace unos años se nota un cambio en el consumo de los periódicos. Los lectores acuden progresivamente a Internet en su demanda de noticias. "Un porcentaje muy elevado de internautas españoles utiliza Internet como fuente de información. Según la Fundación BBVA [...], el 82,0% de ellos busca información en Internet, y el 46,7% lee noticias o periódicos en línea. [Larrañaga 2009]" Este desarrollo se produce en diferentes países como en Francia y en Alemania. Al mismo tiempo, el grado de penetración de prensa en papel está reduciendose. Por otra, la cifra de otros proveedores online de noticias como el blog aumenta. Las nuevas tecnologías están acelerando estos procesos. En el ámbito europeo, Alemania está en medio campo con un alcance de periódicos de 71%[1] en oposición con Francia (44%) y España (42%) [Pasquay 2010]. Los periódicos en línea se distinguen en los siguientes indicadores de sus equivalentes en papel: la frecuencia de actualización, la hipertextualidad, la interactividad y, por fin, la multimedialidad. Esta evolución y la mejor disponibilidad de los diarios online justifican la decisión por las siguientes diarios analizados: *20minutos.es, abc.es, elmundo.es, elpais.es, lavanguardia.es, 20minutes.fr, lefigaro.fr, lemonde.fr, liberation.fr, ouest-france.fr, faz.net, spiegel.de, sueddeutsche.de welt.de* y *zeit.de* - los diarios de información general con mayor influencia en su país y con gran alcance.

El segundo paso fue la búsqueda de artículos relevantes en los diarios online sobre la base del término de búsqueda *Internet* durante el periodo de una semana. El análisis del contenido mediante palabras claves fue utilizada por el listado de expresiones y términos. A continuación de la recopilación, los artículos encontrados estuvieron agrupados por esferas temáticas: *Internet en general* (Internet y sus elementos, Internet y sociedad, redes sociales,

1 Prensa en papel + online

actividades), *actores* (internautas, informáticos, activistas), *seguridad* (seguridad, riesgos, tecnología, criminalidad, piratería, guerra), *libertad y democracia*, *privacidad* (privacidad, identidad, datos personales, términos jurídicos), *tecnología* (tecnología, dispositivos), *marcas* (marcas estadounidenses, marcas nacionales, personas). En seguida, veremos que algunos términos pueden englobarse dentro de distintas esferas. Los ámbitos no considerados incluyen los artículos solamente refiriendose al Smartphone debito al avalancha de información de cada tecnología nueva y las informaciones publicado en los blogs del periódicos. Pues, sería de interés especial saber si el bloguero aficionado y más familiar con las nuevas tecnologías y evoluciones alrededor de Internet escribe de otra manera que los periodistas clásicos.

Una vez establecidas tales esferas, siguen el análisis global y estudios de casos particulares. Por motivos obvios de espacio, el estudio de casos se centra en la investigación de sinónimos de digital, del ciberactivismo y de las redes sociales están profundizado. La investigación del campo semántico del término digital parece fundamental porque estos términos forman la base de muchas palabras compuestas en las tres lenguas. La selección del ciberactivismo y de las redes sociales por un estudio de caso se justifican a causa de su influencia en la sociedad y su omnipresencia.

1.2 El corpus analizado

El corpus analizado consiste en los quince periódicos online, respectivamente cinco diarios españoles, cinco diarios franceses y cinco diarios alemanes. Durante la semana del 5 de septiembre 2011 al 11 de septiembre 2011 se encontraron 92 artículos españoles, 55 artículos franceses y 85 artículos alemanes (Tabla 2).

20 Minutos	15	20 Minutes	10	FAZ	10
ABC	15	Le Monde	18	Der Spiegel	33
El Mundo	30	Le Figaro	10	SZ	12
El País	16	Libération	8	Die Welt	20
La Vanguardia	16	Ouest-France	9	Die Zeit	10
España: 92 artículos		**Francia: 55 artículos**		**Alemania: 85 artículos**	

Tabla 2: Numero de artículos por periódico

Se encontraron más de quinientos términos aproximadamente 200 en español, 140 en francés y 260 expresiones alemanes. La mayoría de expresiones analizadas aparecieron en la seleccione de Tecnología. Algunos periódicos como *El País* y *Spiegel* tienen selecciones directamente dirigidas al tema Internet que se llaman *Ciberpaís* y *Netzwelt*. Entre otras cosas, el análisis tuve en cuenta especialmente los términos relacionado con las valores de seguridad, democracia, libertad y privacidad que están en cierta medida sujeto de la percepción subjetiva.

1.2.1 España: 20minutos.es, abc.es, elmundo.es, elpais.es, lavanguardia.es

Al comienzo de los años 2000, *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia* figuraron entre los más importantes periódicos impresos en España. Desde hace unos años se puede notar un cambio en el consumo de los periódicos. Hoy en día, todos los periódicos tienen lógicamente una edición en línea. *El País*, fundado en 1976, se encuentro ideológicamente en el centro-izquierda. "Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión y referidos al período de enero a diciembre de 2010, el promedio de tirada de *El País* fue de 473.407 ejemplares y el promedio de difusión de 370.080, lo que le convierte en el periódico no deportivo de mayor difusión de España. [OJD 2010]" El periódico pertenece al Grupo PRISA y incluye algunos suplementos como cada jueves *Ciberpaís,* el suplemento sobre electrónica y informática. *El Mundo*, fundado en 1989, define su línea

editorial conservadora. El periódico con sede en Madrid es el segundo mayor diario español atrás *El País*. La edición digital elmundo.es se creó en 1995 con una propia redacción. *El Mundo* forma parte del grupo editorial RSC Media Group, una empresa italiana. Un de los más antiguos periódicos diarios españoles es *ABC*, fundado en 1903. "Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión y referidos al período de enero a diciembre de 2010, el promedio de tirada de *ABC* fue de 326.584 ejemplares y el promedio de difusión de 249.539 [OJD 2010]." *ABC* se define ideológicamente a la derecha y cerca del monarquismo. *La Vanguardia* es el líder de los diarios en Cataluña con sede en Barcelona y está publicada en las dos lenguas, catalán y español. Este periódico, fundado en 1881, pertenece al Grupo Godó y se define políticamente al centro velando por los intereses catalanes. "Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión y referidos al período de enero a diciembre de 2010, el promedio de tirada de La Vanguardia fue de 233.229 ejemplares y el promedio de difusión de 200.370 [OIJ 2010].

El más leído diario digital es *20minutos.es*. Con 2.448.000 lectores el diario supera por primera vez a todos los de pago, incluidos Marca y El País [20 Minutos, consultado el 8 de mayo 2011]. El caso de *20 Minutos* está en todas formas especial por que se trata de un periódico de distribución gratuita. En 2005 se lanzó *20minutos.es*, la edición digital. Según un estudio realizado por Orange Media en mayo de 2007, de los encuestados que creen que 20 minutos tiene orientación política, un 32% lo sitúa en la izquierda o centro-izquierda, frente a un 19% que lo considera de derecha o centro-derecha y un 13% que opina que es de centro [Orange Media 2007]. En vista del análisis del imagen de la "Sociedad Digital" en la prensa en línea, se tiene que añadir el hecho que el diario 20 Minutos es el único con licencia Creative

Commons. Publicar bajo está licencia significa el permiso para copiar, distribuir, hacer trabajos derivados y usar comercialmente sus contenidos. Ademas, 20 Minutos está cerca de los medios sociales y la blogosfera.

1.2.2 Francia: 20minutes.fr, lefigaro.fr, lemonde.fr, liberation.fr, ouest-france.fr

El mercado de prensa francesa está mucho variado. En 2005, se contó más que 4.400 distintos títulos [Französische Botschaft in Deutschland 2007]. Debido al centralismo francés, la prensa nacional está focalizada a las noticias parisinas. Los líderes nacionales son *Le Monde*, *Le Figaro* y *Libération*. Desde hace unos años el mercado se ha cambiado. La influencia de la prensa regional aumenta. Hoy en día, *Ouest-France* es un diario regional con muchos lectores. Además cada vez más lectores se informan online o leen los diarios de distribución gratuita como *20 Minutes*. *Le Monde* es el diario francés con mayor presencia fundado en 1944. El periódico define su lineal editorial como de centro o de centro-izquierda. Un de los más antiguos diarios francés es *Le Figaro* fundado en 1826. La línea editorial de *Le Figaro* es de centro o de centro-derecho cerca a la ideológica del partido UMP. Según los datos certificados de Nielsen Médiamétrie/Net-Rating de 2008, lefigaro.fr está líder entre los sitios Web de información antes de lemonde.fr [Le Figaro 2008]. *Libération* (Libé) fundado en 1973 por el filósofo Jean-Paul Sartre se define ideológicamente a la izquierda. 20 Minutes es el equivalente francés de 20 Minutos fundado en 2002. *20minutes.fr* figura en quinta posición entre las paginas de información con 3.9 millones de visitantes únicos en 2010 según Nielsen Médiamétrie. Ouest-France es el diario regional con mayor importancia y, desde hace 30 años, el periódico más vendido en Francia. Su línea editorial es de centro-derecho. Este periódico fundado en 1944 es basado en Rennes.

1.2.3 Alemania: faz.net, spiegel.de, sueddeutsche.de, welt.de, zeit.de

El mercado de prensa alemán está el mas grande en Europa. Siete de diez Alemanes de más de 14 anos leen con regularidad diarios escogiendo entre 351 distintos títulos con una tirada de 19.9 millones ejemplares [Pasquay 2010:1]. La estructura del mercado de prensa alemán está caracterizado de gran aceptación de periódicos de cobertura local y regional. *Spiegel Online* (SPON) es un de los periódicos online con mayor importancia y con el alcance de 10.01 millones usuarios únicos [Agof Junio 2011]. *Spiegel Online (spiegel.de)* es el equivalente digital de Der Spiegel, la mayor revista semanal de Europa. La edición digital fue lanzada en 1994 como primer diario digital a nivel mundial. *Die Welt* publicado por Axel Springer fue fundado. Su línea editorial se define liberal-conservadora. El periódico welt.de juega un gran papel con 6.98 millones usuarios únicos [Agof Junio 2011]. Además de *Die Welt* el *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) y el *Süddeutsche Zeitung* (SZ) son los diarios supraregionales alemanes con mayor importancia. El alcance de *sueddeutsche.de* es con 5.53 millones usuarios únicos obviamente superior que el del faz.net con 3.25 millones usuarios únicos [Agof Junio 2011]. El FAZ fundado en 1949 define su línea editorial liberal-conservadora. Desde 2001, la edición digital faz.net existe. El *Süddeutsche Zeitung* es un de los directos competidores del FAZ. El SZ fue fundado en 1945 después del fin de la segunda guerra mundial. Die Zeit es un periódico semanal fundado en 1946. Su posición política está situado en el ámbito liberal. Desde 1996 zeit.de informa de la actualidad diaria. Según Agof 3.65 millones usuarios únicos visitaron el sitio de la edición digital de *Die Zeit*. En 2008, *Zeit Online* fundó con otros compañeros como el DFB y el red social studiVZ el portal Netz gegen Nazis una plataforma contra el racismo en Internet.

3 La imagen de la 'Sociedad Digital' en la prensa online

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenido en el análisis general que consiste en el estudio del campo lexicológico, de temas tratados y, por fin, en sus implicaciones a la imagen de la *Sociedad Digital*. En primer lugar, se presentan los listados de los términos encontrados y agrupado temáticamente: Internet en general, actores, seguridad, libertad y democracia, privacidad y identidad, tecnología, economía y, por fin, marcas. Sobre la base de esta investigación siguen tres estudios de casos particulares: los sinónimos de digital, el fenómeno del ciberactivismo y, por último, las redes sociales.

3.1 Listado de los principales términos analizados

Los listados presentados aquí son el resultado del primer investigación de los artículos encontrados durante el periodo de una semana en los diarios online. Finalmente, los términos y expresiones están agrupados en diferentes esferas como muestran los ocho listados.

Al principio, el corpus analizado se distingue en materia de diversidad y numero de términos encontrados. Los artículos alemanes muestran la mayor diversidad y cantidad en general. En parte, se puede explicar a causa de la longitud de los artículos por encima del promedio publicado en zeit.de. Fuera de la cantidad diferente los temas centrales son parecidos a par de la tecnología se tratan sobre todo la esfera de seguridad y privacidad al respecto a las redes sociales y acontecimientos y fenómenos de criminalidad. Otros temas están por ejemplo el desarrollo económico de empresas global como Google y Facebook que son al mismo momento las marcas más mencionadas

en todos los artículos. Además, el listado de marcas subraya el hecho que las marcas de origen estadounidense dominan los medios analizados. La llevada presencia de términos en el campo de seguridad refuerza el tesis que la imagen del Internet y sociedad creado por los medios de comunicación está en general más negativa poniendo en relieve los riscos y peligros. A pesar de todo, oportunidades de Internet con respecto a los valores libertad y democracia están tratadas para los periodistas de modo positivo.

El análisis lingüístico llega a la conclusión que existe un vocabulario rico sobre la base de las palabras compuestas con *Internet*, *digital*, *online* y *virtual* y el prefijo *ciber*. Estos nuevos términos se refieren a términos de nuestra vida real y conceptos ya conocidos. En vista de nuevas termino-logías que proceden en su mayor parte del inglés se pone la pregunta del tratamiento de estas nuevas terminologías. Para esto hay distintas estrategias establecidas: traducir términos, inventar palabras nuevas o respetar su forma original. Durante la investigación se muestra que los Alemanes usan anglicismos con más alta frecuencia que los Franceses y eepañoles que pasan revista a una historia de política lingüística y cuidado y conservación de su propia lengua.

Un ejemplo por la traducción de términos es el término online llamado en línea en *español* y *en ligne* en *francés*. El término francés *logiciel* es el ejemplo clásico para mostrar la creación de nueva terminología. Logiciel significa el software. Encima de esto se observa la asimilación morfológica. El caso de Twitter se presta a subrayar esta proposición. El verbo para escribir un mensaje en Twitter se deriva de la marca. Los españoles tuitean, los franceses tweetent y los alemanes twittern. Los nuevos verbos están asimilada morfológicamente y siguen las reglas de conjugación. Además, en el caso del término español tuitear la ortografía está adaptado a la fonología.

3.1.1 Listado de términos relacionados con Internet en general

Internet y sus elementos

biblioteca digital, bitácora, blog, diario online, digital, electrónico, en línea, foro, gigante de Internet, gigante informático, Internet, Internet móvil, lista, microblogging, online, página web, plataforma, portal, red, sitio web, virtual, web	blog, digital, en ligne, Internet, l'univers du web, la Toile, le Net, le Web, microblogging, numérique, page Internet, plateforme, portail Internet, site Internet, virtuel, Web 2.0	Blog, Chaträume, Cyberspace, digital, Digitale Medien, Fachblog, Internet, Internetblog, Internetseite, Netz, offline, online, Plattform,virtuell, Web, Web 2.0, Website, World Wide Web

Internet y sociedad

	amis virtuels, Génération Internet, Génération Web	Digitale Gesellschaft, Digitale Szene, Digitale und vernetzte Welt, Digitales Klassenzimmer, Digitalkultur, Internetgesellschaft, Internetwelt, Netzwelt, Virtuelle Parallelwelten

Redes sociales

comunicación bidireccional, fan, hashtag, la cuenta de Twitter, me gusta, muro, perfil, retuitear, seguidor, tuit/tweet, tuitear, twitero	communauté, compte, fans, réseaux sociaux, time-line, tweet/twitt, tweeter	Community, Account, Facebook-Button, Facebook-Freunde,Facebook-Partys, Fanpage, Follower, Online-Netzwerk, Social Communities, Social Media, Soziale Netze, Soziales Netzwerk, Tweet, Twitterer, twittern

Actividades

difundir información, descargar datos, informarse, navegar, publicar en Internet	cliquer, enregistrer, poster, télécharger, uploader	bloggen, digital kommunizieren, digitalisieren, einloggen, online einkaufen, online kommunizieren, posten, surfen

3.1.2 Listado de actores

Internautas

bloguero, cibernauta, internauta, usuario	blogueur, digital natives, homo internetus, internaute, usager, utilisateur	Blogger, Chatter, Digital Native, Digitalo, Homo internet, Internet-Nutzer,

Internautas		
		Netznutzer, Netzwerker, Nutzer, Online-Bewohner, Surfer, Websurfer
Informáticos		
administrador, geek, ingeniera de software, ingeniero informático	informaticien, crack d'Internet	Computerfreak, Freak, Geek, Nerd
Activistas		
activista, hacker, pirata	hacker, pirate	Digitale Robin Hoods, Hacker-Aktivist, Internetaktivist, Netzakteure, Netzaktivist, Whistleblower, white hat hacker/black hats

3.1.3 Listado de términos relacionados con la seguridad

Seguridad		
aportar una mayor seguridad, confianza, fomentar la confianza y seguridad en Internet, garantizar la inviolabilidad, garantizar seguridad total, percepción de seguridad	cybersécurité, fuite des informations, se fier à, sécuriser, sécurité informatique	Computer-Sicherheit, Datensicherheit, Elektronische Sicherheit, Gefahren und Risiken, Sicherheit, Sicherheitslücke
Riesgos		
adicción digital, adictos a nuevas tecnologías, connectividad, estar disponible, falta de ortografía, funcionamiento y estabilidad, importancia de estar en redes sociales, mal uso/uso correcto, tiempo real	comportement d'addiction, L'Internet rend-il bete	Authentizität, Cybermobbing, Echtzeit, Enthemmung, Medienkompetenz, Mobbing im Internet, Pornografische Inhalte
Tecnología		
acceso no autorizado, certificado SSL, código malicioso, malware, software ilegal	attaque “man-in-the-middle”, bug, certificat de sécurité, cryptage, ingénieurie sociale	Firewall, Phishing. Sicherheitstechnologie, SSL Zertifikate, Trojaner
Criminalidad		
ciberdelito, delitos cometidos por internet, hackear, hacker, seguridad informática,	cybercriminalité, hacker, paralysie des systèmes informatiques, usurpation	Computerkriminalität, Cybergangster, Cyberkriminalität, Cyberkriminelle,

Criminalidad

Unidad de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil	d'identité, voler des certificats, vols de données confidentielles, vulnérabilité	Cybertäter, Cyberverbrechen, hacken, Hacker, Hackerepidemie, Internetkriminalität, Internetstraftaten, Internetwacht, IT-Verbrechen, Netzüberwachung

Piratería

herramienta de pirata, instrumento de piratería, pirata, pirata del software, piratas informáticos, piratear los programas informáticos	piratage, pirate, pirate informatique, titre piraté	

Guerra

ataque cibernética, ataque de certificados falsos, ciberataque, ciberintrusión, ciberocupación, ofensiva contra los dominios, twitterorismo	accusation d'espionnage, attaque “man-in-the-middle”, attaque informatique, espionnage informatique, opération d'espionnage, sous le feu des cyberattaques, twitTerroiste	Digitaler Erstschlag, Cyberabwehrzentrum, Cyberangriff, Cyberkrieg, Cybersicherheitsbeauftragter, Cyberspace als 5. Operationsraum, Cyberwächter, Hacker-Attacke, Hackerangriff, Operation Payback

3.1.4 Listado de términos relacionados con la libertad y democracia

Libertad y democracia

apelar a la autorregulación, autorregulación, bloquear el acceso, censurar, democracia y Internet, libertad de expresión, neutralidad en la Red, no discriminación del acceso a Internet,periodismo ciudadano, revolución tecnológica y sociológica, salir a la luz en Internet, transparencia, visibilidad a contenidos de crítica social	la révolution Internet, accèder à une offre gratuite, censure, droit démocratique, e-gouvernance, la révolution digitale, la révolution Facebook, liberté d'expression	Demokratie, Digitale Bürgerrechte, Digitale Revolution, Digitaler Aktivismus, Freie Meinungsäußerung, Freier Austausch von Wissen, Freiheit des Netzes, Freiheit im Netz, Informationsfreiheit, Internetpartei, Klarnamenzwang, Liquid democracy, Meinung frei artikulieren, Menschenrecht auf Anonymität, Netzpolitik, Pseudonym, Transparenz, Vermumungsverbot im Internet, Virtueller Protest, Vorratsdatenspeicherung, Zensur

3.1.5 Listado de términos relacionados con la privacidad y identidad

Privacidad

controlar la privacidad, evitar suplantaciones de identidad, herramientas de privacidad, responsabilidad de regular el contenido, restringir la privacidad	jouer les Big Brothers, protection des droits, protections de la vie privée, responsabilité	Gesichtserkennung, Offensive Selbstdarstellung, Privatsphäre, Privatsphäre-Einstellung

Identidad

evitar suplantaciones de identidad		Alias-Name, Authentifizierung der Benutzer, Digitale Identität, Identität schützen, Nickname, Online-Identität, Sichere Identität

Datos personales

datos personales, recolectar información de usuarios	anonymisation des données	Datenkrake, Datenschutz, Datenschutzbeauftragte, Datenwolke. Demonstration für Datenschutz, Personenbezogene Daten

Términos jurídicos

Copyright, protección de los derechos del autor	droit d'auteur, droit de propriété intellectuelle, protéger leur propriété intellectuelle	Bundesdatenschutzkonferenz, Copyrightverletzung, Datenschutzanforderung, Datenschutzpolitik, Datenschutzrecht,Jugendschutz, Selbstverpflichtung,Verbraucherschutz

3.1.6 Listado de términos tecnológicos

Tecnología

algoritmo de búsqueda, almacenamiento, aplicación, barra de búsqueda, buscador, código, CSS, dirección numérica, DNS, dominio, driver, email/correo electrónico, enlace, geolocalización, HTML, mensajería instantánea, motor de búsqueda, navegador, plantilla, progra-	application, barre, cryptage, domaine, email/courrier éléctronic, géolocalisation, jeux vidéo, lien, logiciel, moteur de recherche, navigateur, nouvelles technologies, numérisation, serveur, service d'anonymisation, streaming	Betaversion, App, Betriebssystem, Browser, Cloudcomputing, Cookie, DNS-System, Download, E-Mail, Feature, Flash, HTML5, Internetprovider, IP-Adresse, Link, Open-Source-Projekt, Plug-In, Router, Server, Streaming-Protokoll, Suchmaschine, Suchmaschinen-

Tecnología

ma, prueba piloto, sistema operativa, streaming, wifi		Roboter, Suchmaschinen-Technologie, Web-Applikation, Wlan

Dispositivo

dispositivos móviles, ordenador portátil, Smartphone, tableta,teléfono inteligente	Smartphone, tablette tactile	Smart-TV, Smartphone

3.1.7 Listado de términos relacionados con la economía

Economía

App Store, audiencia de Internet, comercio electrónico, compañía online, comprar desde el ordenador, comprar online, distribución online, ebook, libro digital, libro electrónico, libro virtual, mercado digital, productos virtuales, tienda online, tienda por Internet, tienda virtual, vender por Internet	commerce en ligne, e-commerce, livre numérique, site de vente en ligne	Home-Banking, Internet-Senkrechtstarter, Internet-Unternehmen, Internetblase, Internetboom, Internet-branche, Internetkonzern, Online-Auktionshäuser, Online-Händler, Online-Shop, Online-Werbeeinnahme, Online-Werbeunternehmen, Online-Werbung, Online-banking, Schnäppchen-Webseite, Shopping-Webseite

3.1.8 Listado de marcas

Marcas de origen estadounidense

Amazon, Android, Aol, Apple, ComScore, ebay, Facebook,Foresquare, Google, Google Chrome, Google+, Internet Explorer, iPad, Kindle, LinkedIn, McAfee, Microsoft, Mozilla Firefox, Netflix, Norton, Pay-Pal, Techcrunch, Tumblr, Twitter, Wikileaks, Wordpress, Yahoo,Yelp, YouTube, Zynga	Amazon, Aol, Apple, Delicious, Facebook, Flickr, Google, LinkedIn, Meetic, Microsoft, Mozilla, Pandora, Skype, Spotify, Sun Microsystems, Techcrunch, Twitter, Wikipedia, Yahoo, Yelp, YouTube, Zynga	Amazon, Aol, Apple, Facebook, Google, Google Chrome, Google+, Groupon, Internet Explorer, LinkedIn, Microsoft, Mozilla Firefox, Myspace, Techcrunch, Twitter, Wikileaks, Wikipedia, Yahoo, Yelp, YouTube, Zynga

Marcas nacionales

elowcost.com, restalo.es, Telefónica, Tuenti	Alice, Deezer, Numéricable, Orange, Diginator	schülerVZ, stayfriends, studiVZ, Xing, Baidu, Diginator, Samsung
Marcas y personas		
Anonymous, Mark Zuckerberg, Steve Jobs	Anonymous, LulzSec	Anonymous, Chaos Computer Club, Julian Assange, Larry Page, Mark Zuckerberg

3.2 Los sinónimos de digital: Estudio de caso

Desde el *ciberespacio* hasta la *sociedad digital*: Sobre la base del corpus analizado se cristaliza el campo semántico de *digital*, *virtual*, *en línea/ online/en ligne* y *ciber*. Al principio, se puede constatar que falta un término alemán de online. En vista de todo el corpus, esto parece típico por la lengua alemana al contrario del español y del francés. El uso de anglicismos y el respecto de término original es más común, mientras que en Francia y España se inventan palabras nuevas o se intentan traducir la nueva terminología de origen ingles.

En primer paso, cada término tiene su origen propio y significados diferentes. Según la definición de la Real Academia Española, *digital* [del lat. Digitālis] se refiere a los números dígitos y en particular a los instrumentos de medida que la expresan con ellos. Aparte de esto, existe el término numérique en francés. El uso del término *digital* es lo más generalista según esta investigación. Dentro del corpus analizado se encuentran términos de cada esfera como *digitale Gesellschaft*, *digitaler Erstschlag*, *evolution digitale* y algunos más. Respectiva al cantidad, los periodistas no usan con frecuencia el término digital. También el término está elegido raras veces.

El término *virtual* también deduce del latín del término virtus que significa fuerza y virtud. Según el diccionario Salamanca *virtual* significa que no se concreta en la realidad aunque reúne las condiciones para ello o que

tiene existencia aparente y no real. Unos términos encontrados se refieren a la diferencia entre realidad y virtualidad como *amis virtuels*, *virtuelle Welt* o *tienda virtual*. El próximo término es *online* por el cual hay sinónimos perfectos en español *en línea* y en francés *en ligne*. *Online* viene del inglés *to be on the line* con el contenido significativo estar conectado con Internet. Respecto a la investigación, el término *online* y sus sinónimos están empleados para la esfera del comercio y de la economía como por ejemplo *comprar online* o *Online-Werbung*. En resumen se puede constatar que los términos *digital, virtual* y *online* se usan como adjetivos.

El prefijo *ciber* proviene del griego y significa timón [Bühl 1996:19]. Por primera vez William Gibson popularizó el término del *ciberespacio* en su novel Neuromante en 1984. Desde entonces, ciber esta relacionado con el ámbito del Internet y como morfema léxica bastante productiva. Echando una vistazo al corpus analizado el empleo del término ciber está limitado a la esfera de la seguridad y criminalidad como el *ciberdelito*, la *cybersécurité* o *Cyberkriminalität*.

En conclusión se puede decir que los términos ofrecen unas posibilidades derivar nueves términos y crear palabras compuestas. Además, a la base de digital, online, virtual y ciber se crean nuevas términos relacionado con Internet de términos y conceptos ya existiendo. En muchos casos, los periodistas eligen entre los términos tratandolos como sinónimos.

3.3 El Ciberactivismo: Estudio de caso

Alrededor del *Ciberactivismo* aparecen muchos términos distintos en los periódicos. La “guerra semántica en las redacciones de todo el mundo” [Rodríguez 2010] ha comenzado. Los periodistas asimismo como los políticos usan los términos de ciberactivistas, hacker, (ciber-)piratas o la ciberguerra

para describir fenómenos como Anonymous. No solo faltan las palabras sino también la comprensión y el conocimiento sobre los fenómenos. Un análisis profundizado de los términos devela que no hay sinónimos perfectos. En su articulo "Diccionario para hacerse el listo entre hackers y ciberguerras" el periodista Rodríguez tentó a explicar las diferencias entre los términos de hacker, ciberactivista y pirata. La investigación siguiente intenta a explicar la diferencia entre los términos y su influencia del uso en los artículos hablando sobre nuevas fenómenos como Anonymous.

El campo semántico del *ciberactivismo* basándose al corpus analizado es compuesto de *activista, hacker, pirata, hacker, pirate* y *Digitale Robin Hoods, Hackeraktivist, Internetaktivist, Netzakteure, Netzaktivist, Whistleblower, white hat hacker, black hats*. En la literatura empleada parecen otros términos con relación al ciberactivismo como *ciberactivista*, *ciberpirata*, *ciberpiratería* y *hacktivismo*. En la actualidad la prensa usa los términos de forma corriente como sinónimos. Igual que los motivos del activismo pueden ser terroristas, criminales o ideológicos se distinguen los términos del campo semántico. Por lo tanto, no se trata de sinónimos perfectos sino de sinónimos referenciales. En la mayoría, estos términos tienen una connotación negativa empleado en los artículos analizados. La investigación siguiente intenta a explicar la diferencia entre los términos y su influencia del uso en los artículos hablando sobre nuevas fenómenos como Anonymous.

En primer lugar, el concepto de ciber*piratería* se refiere al derecho de propiedad. Según la definición de la Real Academia Española, un pirata es una persona que, junto con otras de igual condición, se dedica al abordaje de barcos en el mar para robar. En el contexto de Internet, la piratería se refiere sobre todo con la descarga o copia de material informático. "La cibercultura

está buscando de manera directa o indirecta abolir ciertos esquemas de propiedad. [Peña Valenzuela 2006:150)" En este caso, se habla de un delito. Un pirata no tiene mucho en común con movimientos como Anonymous o Wikileaks. Refiriendose a la investigación de artículos se nota que el término solamente existe en el corpus español y francés.

A continuación, el término *hacker* describe un ingeniera informático apasionado por la seguridad informática. Para actuar como un hacker hace falta de extraordinarios conocimientos técnicos y pose teóricamente un código moral. La ética hacker se refiere valores como transparencia [Löwgren 2000, Rodríguez 2010]. El término *hacker* tiene connotaciones positivas y también negativas. Por eso, se distingue entre los *White hats* y los *Black hats*. Los blancos se refiere a una ética hacker con el fin de proteger los sistemas practicando la ingeniería social como por ejemplo los miembros del *Chaos Computer Club* en Alemania. Más allá de esto, el artículo analizado sobre el *Chaos Computer Club* publicado en zeit.de usa la expresión de los *digitale Robin Hoods* que alude la imagen del defensor de los pobres y oprimidos Ellos son los "superhéroes" [Rodríguez 2010] de seguridad informática, mientras que la mayoría de los medios de comunicación utilizan el término refiriendose a los criminales informáticos.

Por fin, el término del *activista* aparece con frecuencia en todos los artículos hablando sobre formas de movimientos en Internet. Según la definición de la Real Academia Española ,un *activista* es un agitador político, miembro que en un grupo o partido interviene activamente en la propaganda o practica la acción directa. Desde hace unos meses, la presencia del término (ciber-)activista aumenta en relación con la apariencia de los fenómenos *Wikileaks*, *Anonymous* y revoluciones y protestas en el mundo árabe de 2010-

2011 con gran efecto mediático. Finalmente, los medios internacionales llamaron las revoluciones aún Facebook Revolución [Alawi 2011].

La investigación del fenómeno de *Anonymous* llega a la conclusión de que las redacciones de todo el mundo usan los términos de hacker, ciber-activista y piratas informáticos como sinónimos mientras están en busca de términos adecuados al fenómeno. *Anonymous* se define como movimiento sin líderes luchando por la transparencia, la libertad de expresión y los derechos humanos. El movimiento tiene ni portavoces ni una cara, por eso la máscara del anarquista revolucionario de V de Vendetta se ha convertido en el símbolo de *Anonymous*. Tanto el término *hacker* como el a*ctivista* parecen insuficiente y discutible. Por un lado, un hacker es alguien con extraordinarios conocimientos técnicos y, de hecho, no todos miembros de son ingenieros informáticos. Un reportaje del *Ciberpaís* explica en detalle que "No todos los miembros de *Anonymous* son hackers, no. Los hackers son una gran minoría del colectivo. La mayoría son ciberactivistas que participan en la conversación online y, ocasionalmente, en la protesta en la calle. [El País 16-01-2011]" El miembro de Anonymous interrogado por la entrevista concreta que los miembros del movimiento "son usuarios de Internet como cualquiera, solo que con una motivación para el activismo digital. El País 16-01-2011]" Por otro lado, hablar del ciberactivismo parece también insuficiente y discutible porque este término limita el activismo al red. Y, como el miembro inter-rogado ya dijo. Ocasionalmente, la protesta tiene lugar en la calle. Limitar los movimientos a Internet es una forma de quitarlos valor. Por lo demás, el origen del concepto Anonymous no es político. Cada usuario de Internet puede ser Anonymous como el término esta inspirado en el anonimato. Así, usuarios pueden publicar comentarios en Internet sin revelar su identidad.

Volviendo al fenómeno de la llamada *Facebook Revolución*, lo que salta a la vista es que el término ciberactivista está empleado ante todo por los blogueros, y ni por la gente en la calle ni por la gente que convocó el protesto en las redes sociales como Twitter y Facebook. Es un hecho que los blogueros árabes criticaron a los dirigentes de sus países en sus blogs. Pero su influencia real queda discutible. El término *Facebook Revolución* esta criticado y parece exagerado. Por otra parte, servirse del término activista cuando se trata de blogueros no es un fenómeno tan reciente como las revoluciones en el mundo árabe. Desde hace algún tiempo, los periodistas alemanes han elegido los términos como *Netzaktivist* y *Internet-Aktivist* para llamar blogueros con gran influencia como Markus Beckedahl, el bloguero de www.netzpolitik.org.

En resumen, se puede decir que *ciberactivismo* podría operar como término genérico englobando todos los fenómenos diferentes. Por fin, el fenómeno del ciberactivismo parece complejo con muchas formas distintas. "Entender el universo Anonymous no es cosa fácil, el fenómeno es el perfecto reflejo del nuevo mundo en el que vivimos, de la nueva sociedad que está naciendo a raíz de la revolución digital. [El País 16-01-2011]"

3.5 Las redes sociales: Estudio de caso

Otras grandes protagonistas actuales de la sociedad digital son las redes sociales. El termino *red social* ya está usado desde hace unos decenios en sociología. "Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. [Caldevilla Domínguez 2010:46]"

En general, los periódicos hablan sobre Facebook el líder en el mercado internacional y, desde nuevo, sobre GooglePlus. Mientras que la presencia de las redes sociales nacionales como Tuenti o studiVZ está marginal. La sentida dominancia confirma el campo lexicológico relacionado con las redes sociales. Las marcas y palabras compuestas o derivadas de ellas dominan (Tabla 3).

comunicación bidireccional, fan, hashtag, la cuenta de Twitter, me gusta, muro, perfil, retuitear, seguidor, tuit/tweet, tuitear, twitero	communauté, compte, fans, réseaux sociaux, time-line, tweet/twitt, tweeter	Community, Account, Facebook-Button, Facebook-Freunde,Facebook-Partys, Fanpage, Follower, Online-Netzwerk, Social Communities, Social Media, Soziale Netze, Soziales Netzwerk, Tweet, Twitterer, twittern

Tabla 3: Listado de términos relacionado con las redes sociales

Por otro lado, el gran parte de expresiones de la esfera de seguridad y privacidad proviene de los artículos sobre redes sociales. “La gran mayoría de las desventajas que observamos en las redes sociales, dependen en gran parte de las intenciones y los criterios ético-morales del usuario. [Caldevilla Domínguez 2010:66]” Los periodistas reflejan el discurso político y la discusión actual sobre el tratamiento de privacidad y datos personales que, hoy en día, no está terminado. Se puede criticar es lo que no se trata de noticias informativas sino de una retoma del discurso polémico entre los líderes Google y Facebook y los políticos nacionales. Los medios están creando una imagen parcial sin distancia. En este punto, los periódicos no informan sus lectores. Mucha gente no sabe como manejar las redes sociales y proteger su privacidad. “Según un informe de la Agencia Española de Protección de Datos, el 43% de los usuarios tiene configurado su perfil sin limitación alguna. Por desconocimiento o imprudencia, cedemos nuestra intimidad a miles de internautas que pueden hacerse con los contenidos e imágenes de nuestras cuentas y darles un uso peligroso. [Caldevilla Domínguez 2010:59]”

4 Conclusión

En general, los periodistas no pintan la imagen de la Sociedad Digital ni todo blanco ni todo negro. Más bien, hay la intención entender Internet, sus elementos y mecanismos para concebir la complejidad y dibujar una imagen amplia. Pero, la llevada presencia de términos en el campo lexicológico de seguridad refuerza el tesis que la imagen del Internet y sociedad creado por los medios de comunicación está en general más negativa poniendo en relieve los riscos y peligros.

En primer lugar, el resultado de la investigación de la imagen de la Sociedad Digital es el listado amplio de términos y expresiones frecuentes usado en los artículos sobre Internet. A parte de la cantidad, no hay diferencias significativas entre los países analizados. Los fenómenos y temas son las mismas y, también, el discurso político está parecido. La mayoría de los términos encontrados proviene del inglés o son palabras compuestas o derivadas sobre la base de *digital, online, virtual* y ciber. Así se puede crear de forma fácil nuevos términos relacionado con Internet basando en conceptos que ya existen. En muchos casos, los periodistas se sirven de sinónimos sin prestar atención a sus diferencias semánticas. Parecido con el campo semántico de digital, la mayoría de periodistas trata los términos hacker, pirata y activista como sinónimo perfecto. En resumen se puede decir que el término ciberactivismo podría operar como término genérico englobando todos los fenómenos diferentes. Por fin, el fenómeno del ciberactivismo parece complejo con muchas formas distintas. Pero, la cualidad de artículos y la sensibilidad de los periodistas por las diferencias semánticas aumentan y, sobre todo en las reportajes, los periodistas muestran su capacidad para diferenciar entre los términos hacker, pirata y activista. Sin embargo, la

mezcla de términos se mantiene sea por falta de conocimiento, a propósito o a la busca de sinónimos. Además el término ciberactivismo y su campo semántico es apropiado por una investigación individual más amplia.

Esta investigación sirve en primer lugar para dibujar una primera imagen de la Sociedad Digital sobre la base de los listados y campos lexicológicos. Los próximos pasos podrían ser una análisis de medios audiovisuales o una comparación con la lengua de los blogueros. Otra idea sería una investigación profundizada de fenómenos particulares como el ciberactivismo.

En conclusión, los periodistas reflejan las discusiones en la sociedad y el discurso político de misma manera como los influyen. Hay discusiones fundamentales que se refieren a la contraposición de los derechos de propiedad y de privacidad versus el derecho de información, al contrario entre transparencia y ocultamiento y censura o a la discusión. En Internet se encuentran los conceptos contradictorios de la centralización y descentralización. Hoy en día, no tenemos las repuestas, ni los políticos, ni las empresas, ni los ciberactivistas.

5 Bibliografía

5.1 Fuentes primarias

20 Minutes (2011): Artículos analizados www.20minutes.fr
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

20 Minutos (2011): Artículos analizados www.20minutos.es
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

ABC (2011): Artículos analizados www.abc.es
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Der Spiegel (2011): Artículos analizados www.spiegel.de
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Die Welt (2011): Artículos analizados www.welt.de
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Die Zeit (2011): Artículos analizados www.zeit.de
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

El Mundo (2011): Artículos analizados www.elmundo.es
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

El País (2011): Artículos analizados www.elpais.es
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2011): Artículos analizados www.faz.net
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

La Vanguardia (2011): Artículos analizados www.lavanguardia.es
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Le Figaro (2011): Artículos analizados www.lefigaro.fr
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Le Monde (2011): Artículos analizados www.lemonde.fr
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Libération (2011): Artículos analizados www.liberation.fr
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Süddeutsche Zeitung (2011): Artículos analizados www.sueddeutsche.de
consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

Ouest-France (2011): Artículos analizados www.ouest-france.fr consultado del 05-09-2011 al 11-09-2011

5.2 Bibliografía

Bühl, Achim (1996): Cybersociety. Mythos und Realität der Informationsgesellschaft

Caldevilla Domínguez, David (2010): Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las Ciencias de la Información 2010, vol. 33 (pp. 45-68)

Gómez Sánchez, María Elena (2005): Los sustitutos eufemísticos y la claridad del texto informativo. Estudios sobre el Mensaje Periodístico vol. 11 (pp. 309-327)

Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): Comparing Media Systems – Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press

Jäckel, Michael et al. (2005): Online-Vergesellschaftung? - Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien.

Larrañaga, Julio (2009): La demanda de los periódicos impresos y online: un análisis económico. Àmbitos 2009. vol. 18 (pp. 23-39)

Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (2006): Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. Österreichische Zeitung für Politikwissenschaften 2006, vol. 35 (pp. 337-360)

Pasquay, Anja (2010): Die deutsche Zeitungslandschaft – Entwicklungen und Perspektiven. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV)

Peña Valenzuela, Daniel (2006): Reflexión conceptual sobre la ciberpiratería. Revista la Propriedad inmaterial (pp. 149-156)

Salaverría, Ramón (2005): Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España

Universidad de Salamanca (2006): Diccionario Salamanca. Español para extranjeros

5.3 Bibliografía online

20 Minutes (2009): Audiences de 20 Minutes http://bit.ly/mOQS48 consultado el 30-09-2011

Alawa, Zahi (2011): Facebook Revolution. Wo war der Anfang und wie geht's weiter http://bit.ly/n3kENK consultado el 21-09-2011

Botschaft von Spanien:(2011): Über die spanische Medienlandschaft. http://bit.ly/chlq85 consultado el 21-09-2011

El País (16.01.2011): Somos Anonymous. http://bit.ly/gNn8zo publicado el 16-01-2011, consultado 01-10-2011

Französische Botschaft in Deutschland (2007): Medien in Frankreich. http://bit.ly/pBkmrv consultado el 21-09-2011

Le Figaro (2008): Lefigaro.fr premier site d'information généraliste http://bit.ly/pBp5uT consultado el 30-09-2011

Löwgren, Jürgen (2000): Hacker culture(s) http://bit.ly/bKKuF6 consultado el 01-10-2011

Neumann, Karin; Stankovic, Sanja (2011): Wake the Blog – von Datenkraken und Internettätern http://bit.ly/gA79pP consultado el 21-09-2011

Oficina de Justificación de la Difusión [OJD] (2010): El Pais, ABC. http://www.ojd.es consultado el 25-07-2011

Orange Media (2007): Exprimiendo la prensa gratuita. http://bit.ly/pK82N7 consultado el 22-09-2011.

Real Academia Española (2011): Diccionario de la lengua española. http://rae.es consultado el 01-10-2011

Rodríguez, Delia (2010): Diccionario para hacerse el listo entre hackers y ciberguerras. http://bit.ly/qDEVuU consultado el 20-09-2011

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die von mir am heutigen Tage eingereichte Seminararbeit am Lehrstuhl für Sprachgebrauch und Sprachvergleich zum Thema

La imagen de la 'Sociedad Digital' en los medios de comunicación. Un análisis de los diarios online con mas importancia en España, Francia y Alemania

vollkommen selbstständig verfasst und keinen anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel beutzt, sowie Zitate kenntlich gemacht habe.

Berlin, 2. Oktober 2011

Unterschrift .....

Nicole Schaupke