

El periodismo digital

Es difícil realizar pronósticos sobre la evolución de Internet y del desarrollo de las nuevas tecnologías. Incluso no se puede determinar cómo será el éxito económico para quienes se introduzcan en esta red. Sin embargo, de lo que sí podemos estar seguros es que los medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión han visto con muy buenos ojos el hecho de incursionar en el nuevo sistema de información global.

En una oportunidad el sociólogo Marshall Mc Luhan sostuvo que todo medio, en una primera instancia, integra al existente. En el caso de Internet la situación resulta clara, pues tanto la prensa, la radio y la televisión abrieron sus propios *web sites* en la red, con el objetivo de continuar con sus coberturas informativas en un escenario mundial, rompiendo con las fronteras y abriéndose paso en la conocida aldea global.

Existen muchas investigaciones que defienden al periodismo digital por su utilidad informativa, siendo un medio que tiene la libertad plena para dar a conocer los acontecimientos en el marco de la globalidad que ha impuesto Internet. Un ejemplo de ello, es la cobertura periodística que pudimos apreciar el pasado 11 de setiembre, cuando en la ciudad de Nueva York miles de personas murieron a raíz del atentado terrorista contra las Torres Gemelas del *World Trade Center*.

Según algunos comunicadores sociales, la CNN fue, como nunca, el medio más sintonizado en todo el mundo. La aldea mediática fue más global pero al mismo tiempo su atención estuvo más focalizada que en cualquier conflicto anterior. Incluso un colaborador de *The Wall Street Journal* explicó que esta desgracia se convirtió en “el primer desastre en el extranjero cubierto como noticia local. Con todo el planeta al tanto de lo que dicen los periodistas en el lugar de los hechos y con consumidores ávidos de noticias. El desastre de Nueva York impactó en la aldea global, tocando a ciudadanos de todo el mundo”.

Carmen Vidaurre Guiza
Profesora de Periodismo de la
Universidad Femenina del Sagrado
Corazón. Periodista e investigadora.
Consultora de multimedia y
comunicación empresarial

Ante estos hechos vimos que la gran mayoría de estaciones de radios y canales de televisión informaban de manera inmediata sobre lo que estaba ocurriendo en la ciudad norteamericana. En el caso de los periódicos, por su naturaleza y características, tuvieron que esperar al día siguiente para mostrar en sus amplias páginas el acontecimiento. Sin embargo, los medios digitales, informaron lo ocurrido de manera inmediata. Millones de personas que no tenían cerca un aparato de televisión o una radio, vieron en sus computadoras conectadas a Internet, la única vía de saber qué estaba ocurriendo en ese momento.

Definición del periodismo digital

La publicación de información en Internet, especialmente la periodística, ha adquirido una gran importancia. Desde las primeras ediciones digitales se han realizado y se vienen realizando investigaciones que centran sus estudios en los efectos y en la figura del destinatario y del discurso. También sobre las innovaciones tecnológicas, recursos, productos y públicos novedosos, fruto de la digitalización, e incluso sobre los cambios ocurridos en la labor periodística.

Publicar en Internet no es un trabajo fácil, pues implica conocer la lógica de producción, diseño de páginas; así como determinar las interfaces de navegación; cómo ampliar las informaciones periodísticas; y cómo utilizar de manera adecuada y responsable las fuentes que aparecen en la red.

Según Francisco Esteve Ramírez, doctor en Ciencias de la Información y profesor de Información Periodística Especializada de la Universidad Complutense de Madrid, este tipo de periodismo es difícil de definir, debido a que no acepta una nomenclatura fija. Muchos investigadores suelen reconocer a este periodismo como *on line*, electrónico, entre otras.

Sin embargo, Esteve Ramírez define como periodismo digital a aquel producto que es distribuido a través de un soporte electrónico y que permite la participación activa del destinatario. También considera que este tipo de periodismo no debe limitarse en sacar en la red la edición impresa en papel, como es el caso de la mayoría de periódicos digitales que existen.

Internet ha creado el hábitat adecuado para que se desarrolle el periodismo digital, considerado como un producto informativo, interactivo y multimedia, que permite al destinatario un margen de actuación. El usuario puede no sólo acceder a los más variados productos informativos, sino

también ponerse en contacto con personas e instituciones de todo el mundo con las que podría intercambiar información requerida.

Casi todos los medios de comunicación lanzaron sus productos informativos digitales. En un primer momento, lo único que hicieron fue trasladar todo su material periodístico, de la versión impresa, y por extensión, crearon una versión digital. Esto fue una consecuencia del desconocimiento del lenguaje propio de la gran red.

Poco a poco las empresas periodísticas están considerando que las informaciones de la edición de papel deben ser diferentes a las de la edición digital, pues nuestros usuarios requieren de información más actual, considerando que nuestro público se encuentra en la aldea global. Incluso ya han organizado salas de redacción con periodistas capaces de elaborar mensajes para el nuevo soporte. Como ejemplo, podemos mencionar las ediciones digitales de los medios de Estados Unidos, América Latina y Europa, cuya característica es la actualización de informaciones en sus ya famosos *breaking news* o *latest news*, lo que nosotros conocemos como las noticias de último minuto o avances o noticias destacadas.

Características del periodismo digital

Entre las características principales del periodismo digital tenemos que estos productos informativos se basan en un acceso no estrictamente secuencial a los diversos materiales que se ofrecen en texto, imágenes (fijas o en movimiento) y sonidos. El lector no tiene por qué seguir el camino marcado por el productor, por el contrario, el usuario tiene la libertad de tener acceso a la información que desee.

Eso ha hecho que se trate de ofrecer un producto digital que no indique un sólo camino a seguir, sino que proponga una serie de senderos por los que cada lector pueda adentrarse a su voluntad y recupere sólo aquella que realmente le interesa y lo haga siguiendo el camino, o la secuencia que más le interesa.

Un *web site* de un diario digital está lleno de enlaces de hipertexto, denominados *links*, los que facilitan la conexión de una parte del texto principal con otros textos relacionados. A través del hipertexto el lector puede saltar entre las secciones sin tener que seguir un orden determinado como lo hace cuando ojea el periódico de papel. Los textos que pasan de una página a otra quedan interconectados por vínculos lógicos, representados en pantalla.

Otra característica es la interactividad. Cuando hablamos de un medio de comunicación nos centramos en el proceso comunicativo que tiene tres partes esenciales y que conocemos: emisor-mensaje-receptor. Casi ningún medio logra esta interactividad. Sin embargo, Internet lo permite gracias al correo electrónico.

En la práctica, la totalidad de los periódicos digitales incorporan la posibilidad de que los usuarios envíen mensajes mediante el *e-mail* a los directores, responsables o redactores de la edición digital. Otros incorporan un formulario para conocer determinados datos sobre sus usuarios, de tal forma que les ayuden a conocer el perfil de los mismos; y obviamente se ha visto necesario colocar encuestas sobre determinados temas de actualidad las que son respondidas por los cibernautas en un tiempo real y de forma inmediata.

Otra característica es la profundidad, es decir, la posibilidad que ofrece Internet de brindar mayor información sin tener limitaciones de espacio y tiempo, cosa que sí lo tienen los diarios y medios audiovisuales respectivamente. Además, ante un tema periodístico específico pueden ser incluidos documentos pertinentes, como legislaciones, estadísticas, discursos, entre otros. Para Jack Driscoll, editor residente del *Media Lab* del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT), Internet puede ofrecer mucho más información en profundidad que la televisión, en eso es competencia directa para los periódicos impresos. Agrega que las versiones digitales son capaces de personalizar las noticias y diseminarlas a través de áreas geográficas.

Finalmente, otra característica es la disponibilidad de la información, es decir, cualquier usuario puede estar informado en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando tenga un ordenador, un módem, una línea telefónica y un servidor de Internet. Esa disponibilidad de estar en el lugar de los hechos y transmitir en vivo desde cualquier lugar del mundo, es lo que caracteriza a la televisión; ahora esta cualidad ya la tiene el periodismo digital, pues un acontecimiento que ocurra en cualquier lugar del mundo lo podemos conocer en la versión digital de nuestra preferencia y en el momento en que nosotros queramos.

Periodismo digital versus periodismo de papel

¿Cuáles son las ventajas del periodismo digital sobre el periodismo impreso? Podríamos señalar las siguientes:

La primera ventaja es la reusabilidad, es decir, la extrema facilidad que presenta la información digital para poder ser actualizada, modificada, editada, copiada, etcétera, y naturalmente reutilizada. La facilidad es tan grande que cualquiera que haya intervenido en la cadena de producción de un diario o de una revista sabe que los auténticos problemas empiezan cuando la información tiene que imprimirse sobre el papel, es decir, cuando pasa a un formato analógico.

Además, el usuario tiene la facilidad para copiar y reproducir información digital mediante operaciones del tipo “cortar y pegar” o descargando archivos de servidores remotos.

La segunda ventaja, ya lo hemos mencionado anteriormente, es la interactividad, es decir, la posibilidad de que un sistema de comunicación proporcione información en función de las diversas acciones del usuario. Con los medios impresos la interactividad es muy limitada o es mínima. En cambio, con los medios de información digital la interactividad, en principio, no tiene límites. El lector de un periódico digital podrá leer, escuchar o ver una filmación sobre la misma noticia, según su preferencia. Podrá limitarse a leer un breve resumen sobre ella o solicitar datos adicionales, pedir otros artículos anteriores publicados sobre el mismo tema, etcétera.

La tercera ventaja es la recuperabilidad que se refiere a la facilidad para encontrar información de un modo muy selectivo y con un tiempo de respuesta independiente del volumen de información a consultar. En el mundo de la prensa de papel tal cosa está muy lejos de ser fácil. La recuperabilidad se refiere a otra propiedad que no tiene paralelo en el mundo de la prensa, a saber, la de poder relacionar o cruzar informaciones. Por ejemplo, si deseo encontrar todos los artículos de una enciclopedia donde se hable de cine y de arte, cuando se busca en una enciclopedia en papel se tiene que limitar a consultar los artículos que haya bajo las correspondientes entradas y conformarme con la información que allí pueda encontrar, so pena de recorrer la enciclopedia secuencialmente desde la primera página hasta el final. En cambio, si la enciclopedia está en formato digital, puedo encontrar, casi instantáneamente, cualquier artículo donde se mencionen ambas palabras en el texto del artículo y descubrir así, otras fuentes de información inimaginables.

La virtualidad, finalmente, se refiere al hecho de distribuir de forma instantánea miles de copias del mismo documento con un costo ínfimo. De hecho, la tirada de los diarios digitales es independiente de su número de lectores, hasta el punto de que el diario más leído en Internet tira un solo ejemplar que, sin embargo, puede ser leído por millones de personas. La virtualidad de la información digital es tan elevada que los editores de todo el mundo comienzan a preocuparse seriamente: ¿qué pasará el día que los autores puedan tener su propio servidor *web* y distribuir directamente a sus lectores las copias de sus novelas?

Ante estas cuatro ventajas, pues hay que considerar que la información digital, naturalmente, tiene también algunas desventajas. Por ejemplo, su falta de impacto visual directo, es decir, su dependencia de un aparato de lectura, su fragilidad y, por el momento, su baja ergonomía comparada con el papel. Veremos qué sucede en el futuro con este balance de ventajas y desventajas.

¿Hacia dónde se dirige el futuro de los periodistas?

En un medio con el impresionante poder de convocatoria como es Internet, los periodistas están llamados a elegir el periodismo actual por uno que pueda subsistir en el futuro.

El periodismo digital es uno de los tantos caminos que pueden elegir los graduados de las escuelas o facultades de Periodismo. En muchos casos esta nueva actividad ha resultado un buen negocio para algunos periodistas, quienes se han dedicado a realizar publicaciones apoyados por la publicidad. La tendencia en la revolución digital está destinada hacia la madurez de un *software* diseñado para hacer del *world wide web (www)* un nuevo quiosco para periodistas, quienes desde sus hogares brindan información a través de sus computadoras.

El trabajo digital requiere que los nuevos profesionales de la información sean capaces para la creación de un *web site* y use lenguajes informáticos. Este nuevo especialista tendrá que ser un profesional que combina palabras con *links*, o también conocidos como enlaces a otros documentos, imágenes o sitios en el *web*. Para que un periodista pueda competir en este ciberespacio debe entrenarse en las cinco grandes aplicaciones que permiten las computadoras por el momento: telecomunicaciones, procesadores de texto avanzados, fotografía digital, planillas de cálculo y bases de datos. El nivel

de habilidad requerido es cada vez mayor. Ahora es necesario entrenarse o tener algún conocimiento en el uso del lenguaje HTML, códigos de JavaScript. Dominando estas técnicas el periodista podrá encontrar un trabajo con futuro.

Bibliografía

- 1.- Armañanzas, Emy y otros. El Periodismo Electrónico. Barcelona 1996. Editora Ariel Comunicación.
- 2.- Armentia Vizuite, José Ignacio y otros. El Diario Digital. Análisis de contenidos, aspectos formales y publicitarios. Editorial Bosch 2000.
- 3.- Echevarria, Javier. Internet y el periodismo electrónico. <http://www.portal.com/periodistas/echevarria,html.htm>
- 4.- Gil, Quim. Autocrítica del periodismo digital. www.saladeprensa.org/art166.htm
Diseñando el periodista digital (I). www.saladeprensa.org/art89.htm
- 5.- *PoliticsOnline. Special Report: America Under Attack.* <http://www.politicsonline.com/pol2000/tragedy/netascomm.asp>
- 6.- Trejo Delarbe, Raúl. Terror en la aldea global. <http://www.etcetera.com.mx/pag14ne12.asp>
- 7.- Palomo, Bella. La profesión periodística ante el reto de la sociedad de la información. <http://uoc.terra.es/art/uoc/0104011/palomo.html>