



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Innovación y creación de contenidos en multimedia: *La Gaceta de Galicia*

(2.743 palabras - 6 páginas)

Lic. Manuel Gago Mariño ©

Universidade de Santiago de Compostela

La Gaceta de Galicia es un proyecto de investigación del Departamento de CC. da Comunicación de la Universidade de Santiago de Compostela. Su director es Xosé López García y la adjunta a la dirección es María Luisa Otero López. El resto de los integrantes son Rosa Aneiros, Sonia Fernández, Manuel Gago, Berta García, Xosé A. Neira Cruz, Eva Martínez y José Pereira. Por el Centro de Supercomputación de Galicia es integrante del grupo de investigación Claudia Engel.

1.-GLOBAL Y LOCAL

Las rápidas dinámicas de la globalización deberían evolucionar por y para los ciudadanos. A pesar de que los referentes en contenidos, en diseño y en estrategias son cada vez más similares, y de que -al menos en las sociedades occidentales- la formación de un imaginario común es cada vez más rápido, la globalización es una carretera de doble sentido. Por un lado, la interrelación a través de Internet entre diferentes comunidades ha permitido romper determinadas barreras físicas y ha situado la información en el umbral mismo de la inmediatez. Pero, por otro lado, las propias tendencias de la globalización conducen a una mayor proximidad con los ciudadanos y con las culturas. Las posibilidades de participar en un diálogo a escala global son cada vez mayores para las culturas minoritarias y los pequeños países.

Un entorno diverso

Internet es vista como la gran herramienta de la globalización y la interculturalidad. Pero ha servido, al mismo tiempo, para encontrar una salida nueva al problema de la proximidad y al servicio próximo a los ciudadanos. La llamada "sociedad de la información" está siguiendo caminos y manifestaciones distintas en sus primeros pasos. Una serie de estudios de catalogación de los sitios web de Galicia (López, X. et al, 1998), (Gago, M., García, B., y Pereira, J., 1999) han permitido comprobar el desarrollo asimétrico de la presencia de colectivos e individuos en la Red y, sobre todo, la importancia de valores culturales, económicos y sociales contemporáneos y tradicionales en el empleo de estrategias de presencia y participación en Internet, incluso por encima de los condicionantes económicos que pueda suponer la conexión, y la propiedad de espacios web. Esto, al menos, es lo que demuestran los datos referentes al sector empresarial que aportó un estudio de la Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicacións de Galicia en la feria MITE de este año. Si bien un 65% de las empresas del país tienen conexión a Internet (financiada en buena parte con fondos públicos), tan sólo el 6% dispone de página web.

En el caso de la comunicación, Internet aún no es una apuesta estratégica de relevancia de los grandes medios gallegos. La edición electrónica de los diarios funciona de una forma operativa en El Faro de Vigo y en El Correo Gallego, a pesar de que no existe una redacción especializada. La televisión y la radio públicas gallegas han hecho un importante esfuerzo en la Red y han creado una de los sitios más completos de los del sector a nivel estatal. La retransmisión en directo de la programación radiofónica y televisiva, junto con las posibilidades de radio a la carta y ciertos servicios de portal y cámara web en lugares de Santiago de Compostela, han convertido al sitio web de la CRTVG en uno de los más relevantes entre los gallegos. Sí se ha producido, por el contrario, una eclosión importante en los medios de comunicación locales y en revistas de grupos y asociaciones. En septiembre de 1998, existían treinta publicaciones electrónicas (una buena parte con una edición impresa previa) (López et al., 1998) y en la actualidad, existen con bastante probabilidad alrededor de las cuarenta y cinco.

Uno de los factores fundamentales es el público. La última encuesta sobre Internet sitúa a Galicia en el furgón de cola en cuanto a accesos a Internet (AIMC, 1999) tan sólo por encima de Extremadura, Castilla La Mancha y Andalucía. Todo indica que Galicia se ha retrasado en la carrera de accesos a Internet. En el EGM de 1997 ocupaba el sexto lugar en uso de Internet. Otras comunidades autónomas han avanzado más en este sentido. Con todo, el número de páginas web en Galicia nos hace indicar que la progresión es muy constante en cuanto a presencialidad. En el momento de escribir esta comunicación, se estará cerca de los mil sitios web.

2. EL PROYECTO "LA GACETA DE GALICIA"

Es en este marco donde se enclava este proyecto de investigación del grupo de investigación en periodismo electrónico de la Facultade de CC. da Información de la Universidade de Santiago de Compostela. Conocer a fondo las diferentes partes del proceso de creación de contenidos multimedia en red y extraer conclusiones acerca de cómo las identidades pueden tener cabida en este mundo global y, en nuestro caso, la gallega. El estudio de las tres partes (emisor, canal y receptor) puede permitir comprender cuáles son las estrategias de producción e interacción con el lector y explorar las capacidades técnicas del medio.

La Gaceta de Galicia es un semanario trilingüe de información de servicios. Cultura, arte, espectáculos, libros, moda, entrevistas, sociedad y turismo se combinan con una potente agenda de servicios de las siete ciudades gallegas actualizada en cada edición, un foro actualizado en tiempo real y un motor de búsqueda detallado. Todos los contenidos figuran en tres idiomas: gallego, español e inglés. Su dirección es: <http://www.cesga.es/gacetatri>

La Gaceta de Galicia nace dentro del seno de las líneas de investigación en periodismo electrónico de la Facultade de CC. da Información da Universidade de Santiago y tiene como objetivo ahondar en las necesidades y características del periodismo electrónico y el multimedia, en las estrategias de interactividad con el público y en definir la producción de contenidos en multimedia y, particularmente, en un soporte en línea. La Gaceta de Galicia es también un servicio público que informa semanalmente a un amplio espectro de población con lenguas distintas de lo que ocurre en Galicia y canaliza los intereses de lectores hacia otros recursos de información de servicios disponibles en la red, particularmente en unas fechas en las que la demanda de información sobre este país son particularmente importantes desde el exterior. La Gaceta de Galicia está soportada técnicamente por el Centro de Supercomputación de Galicia, en Santiago de Compostela. El sitio web está alojado en su servidor.

El primer número de la revista apareció en los primeros días de marzo. En el momento de escribir esta comunicación, La Gaceta tiene ya cuatro números en red que se están destinando a la coordinación del equipo de trabajo, al establecimiento de rutinas de producción y a la mejora técnica del sitio web. En estos números iniciales, aunque La Gaceta de Galicia está ya en la Red, no se han establecido aún políticas presenciales (dada de alta en buscadores, publicitación e intercambio de banners con otras organizaciones y sitios web, etc.), que se reservan para una segunda fase que se activará en breve.

2.1. Características de La Gaceta de Galicia

Uno de los aspectos más resaltables de La Gaceta de Galicia es el dominio intuitivo del lector sobre todos los elementos del sitioweb y su simplicidad externa. El uso de la imagen está muy definido en relación con el contenido. Un aspecto que enfatizó el equipo a la hora de realizar las diferentes páginas y la portada, por ejemplo, fue la necesidad de confluir lenguajes de medios distintos aprovechando las características del multimedia. En el caso de la portada, el texto de distribución por secciones aparece superpuestos sobre una imagen relacionada con la noticia más destacada de la próxima semana, creando un mosaico muy legible, de formato horizontal 800x600 píxeles (no es necesario usar los cursores para desplazarse por ella) y de gran impacto visual.

En el caso de la interfaz de navegación, se han empleado iconos universales comprensibles. Estos iconos conducen a las diferentes secciones que implican una mayor interactividad y toma de decisiones por el lector (portada -realizar la elección temática e idiomática-, correo a la revista, foro de discusión) y se optó por un modelo tipográfico muy sencillo para la distribución temática dentro de la misma lengua. La interfaz está situada en la zona superior para primar la horizontalidad de la zona inferior de contenidos y permitir una mayor innovación. La mayoría de las publicaciones electrónicas siguen -consciente o inconscientemente- el modelo vertical de la prensa para la distribución de contenidos. El usuario tiene que apoyarse en las barras de desplazamiento del navegador para poder realizar una navegación efectiva. Sin embargo, esto no responde exactamente a las necesidades del soporte electrónico. Los monitores siguen un esquema horizontal y el usuario debería ser capaz de abarcar en una mirada la información de cada una de las páginas web. La Gaceta de Galicia está iniciando experiencias en el sentido de aplicar una mayor horizontalidad, es decir, de hacer los contenidos accesibles a los usuarios de una forma directa.

2.2. Objetivos globales, soluciones locales

La Gaceta de Galicia sitúa sus objetivos de audiencia en una escala global: de ahí su presentación en tres idiomas: gallego, conocido y hablado por la mayor parte de la población gallega y fácilmente comprensible por la comunidad luso-brasileña; español, por ser la lengua del entorno inmediato del estado y por la gran comunidad de hispanohablantes de Suramérica, e inglés, por tratarse de la lengua franca en Internet. De este modo, se minimizan las restricciones lingüísticas de acceso que

podrían venir de la propia Gaceta. A diferencia de otros sitios web, La Gaceta de Galicia traduce todos sus contenidos a los tres idiomas para convertirse en un motor de referencia constante en el lugar en el que se encuentre el usuario, sea un usuario de Vigo que quiera consultar la cartelera de su ciudad o un habitante de Amsterdam que desee planificar un viaje a Galicia. Conjugación global y local es uno de los principales objetivos de La Gaceta, y máxime en un año de gran proyección turística internacional de este país.

Parte de la proyección de La Gaceta de Galicia se dirige, también, a las comunidades de la diáspora gallega en todos los continentes y, mayormente, el americano. Paradojicamente, se podría afirmar que las demandas de información de los gallegos en Internet se producen, mayormente, desde fuera de Galicia. Por tomar un par de ejemplos, el portal Vieiros (que en los últimos meses ha apostado por la producción de contenidos informativos localizados en ciudades gallegas, norte de Portugal, Madrid, Barcelona y Suramérica) y la renovada edición electrónica de El Correo Gallego y O Correo Galego, reciben una gran parte de sus consultas desde el continente americano. En el caso de El Correo, nos referimos a un porcentaje del 60-65% de las consultas mensuales. Concretando aún más, desde Estados Unidos.

De esta forma, la organización de los contenidos se adapta a los diferentes usuarios. Es el caso de las rutas turísticas: el diseño de sus contenidos se trata a partir de zonas geográficas muy determinadas que posibilitan el reparto del recorrido en fin de semana (viernes, sábado y domingo) y el usuario dispone en todo momento de mapas de referencia para permitirle trazar su propio recorrido.

El diseño de la propia estructura interna de los contenidos refuerza el papel de medio-referencia de La Gaceta. Al ser un medio que anticipa los acontecimientos en el plazo de una semana, el género mayormente empleado es el informativo. Sin embargo, el tono y el estilo intenta aportar agilidad y vitalidad a la propia redacción de los textos. Los titulares -cortos, como tienen que ser en el soporte digital- siguen el estilo anglosajón en el sentido de explorar más a fondo las capacidades del lenguaje manteniendo la claridad pero evitando un lenguaje excesivamente aséptico. Las imágenes empleadas buscan impactar y aportar información adicional al texto, al mismo tiempo que incrementar el factor sorpresa -de descubrimiento- que es tan fundamental en un medio interactivo.

2.3. Ni frío ni caliente: multimedia

El multimedia supone un avance con respecto a otros medios de comunicación porque supera barreras y trasciende fronteras entre soportes. La antigua división McLuhaniana entre medios "fríos" y medios "calientes" se desvanece al conjugarse texto, audio, vídeo e imagen (animada o no). La información -actualizada en márgenes de tiempo muy cortos-, la posibilidad del lector de combinar la mediación periodística con el acceso directo a las fuentes, y la capacidad de escoger qué tipo de información complementaria se desee para tener una mayor comprensión de la noticia, son algunas de las opciones que pueden ser aplicables al periodismo electrónico a través del multimedia.

La Gaceta de Galicia está introduciendo estos conceptos gradualmente. Las entrevistas son accesibles tanto en formato texto como en audio o en vídeo, que ejerce la función tradicional del destacado en prensa. El lector puede escuchar las entrevistas en la voz de los propios entrevistados o ver sus declaraciones más relevantes. A fin de minimizar el duro trámite de espera que supone a veces la descarga de audio y vídeo en Internet, en La Gaceta la transmisión se produce de forma casi simultánea entre nuestro servidor y el ordenador del lector. Por poner un ejemplo ilustrativo: en vez de mandarle un libro al usuario para que lo pueda leer, se lo vamos leyendo desde nuestro servidor en Compostela.

Una segunda ampliación de los contenidos de La Gaceta se producirá en breve. Se trata de incrementar la oferta de ocio que ofrece La Gaceta a través de contenidos de ficción. Esta publicación periódica ofrecerá producciones de audio y audiovisuales realizadas por los alumnos de la Facultad de CC. da Información en Santiago. Cortometrajes, docudramas y reportajes no de actualidad estricta podrán ser vistos desde los equipos de los usuarios. Esta oferta de ocio y de información irá creciendo poco a poco.

2.3. Respuestas a una búsqueda

Cuando esta comunicación esté publicada, La Gaceta de Galicia llevará ya algún tiempo a disposición de los lectores y se podrá conocer cuál es la respuesta del usuario ante el producto que se le presenta. O más bien, las respuestas. El plan de trabajo con respecto a la interactividad implicará la personalización y la comunicación constante con el lector (entendido en su expresión individual). Una parte de sus inquietudes se podrán ver plasmadas en el foro en tiempo real que incorpora La Gaceta y que permitirá expresar las inquietudes, las ideas y las expresiones en cuanto a Internet y el multimedia por parte de los lectores.

El contacto será recíproco. A través del correo electrónico, el lector que así lo desee recibirá un sumario de los nuevos temas de la semana en La Gaceta de Galicia, será informado de los especiales temáticos que se diseñen y de cuanta cuestión pueda surgir que sea de su interés. Se comprobará cuál es la respuesta de los lectores a un contacto más directo entre la publicación y ellos a través de un trato personalizado y en que medida incide en la fidelización a un medio. El anterior EGM sobre Internet (AIMC, 1997) ha señalado que los lectores habituales en Internet no son tan erráticos como pueden dar a indicar a primera vista las posibilidades de la red y recurren más a aquello que les interesa. Los buscadores Yahoo, Altavista, Olé, etc. y los grandes medios de comunicación estatales son los más recurridos en Internet y son, precisamente, y son

consultados a diario por los internautas habituales. En la medida en que La Gaceta de Galicia sea útil, entonces será leída.

El control de audiencias será mensual. El proyecto realizará volcados mensuales de impactos y páginas consultadas para conocer qué es aquello que más interesa a la audiencia y si se utilizan nuestros hipervínculos del interior de nuestros contenidos, es decir, si el lector está interesado en ampliar la información o en acudir a las fuentes originales. Permitirá reflexionar sobre el papel de la mediación periodística en el mundo digital y conocer cuáles son los movimientos de los consumidores de información en la zona digital de la comunicación.

Santiago de Compostela, 16 de abril de 1999

BIBLIOGRAFÍA

LÓPEZ, X., FERNÁNDEZ PARRAT, S., GAGO, M., GARCÍA OROSA, B., NEIRA CRUZ, X.A., Sitios. Guía web de Galicia, Lea, Santiago de Compostela, 1998

GAGO, M., GARCÍA OROSA, B., PEREIRA, J., Os camiños da rede, 1998 (1? Premio Fundación Lea de Comunicación.

AIMC, Resultados sobre la segunda encuesta en Internet. Se puede encontrar en la web de la AIMC: <http://www.aimc.es/aimc/html/inter/net.html>

* Texto presentado en las

VI Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en

Comunicación (Valencia, abril de 1999)

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Gago Mariño, Manuel (1999): Innovación y creación de contenidos en multimedia: La Gaceta de Galicia. Revista Latina de Comunicación Social, 24. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/10Gago.html>