



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

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

Año 3º – 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](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[mayo de 2000]

## Consejos fundamentales para ser un periodista freelance en línea

**Lic. Rocío Jiménez** ©

La Laguna. Tenerife. España

[rjimenez@ull.es](mailto:rjimenez@ull.es)

### INDICE

- 1) La labor del periodista freelance en línea
- 2) El periodista freelance y las instituciones
- 3) Consejos para ser un periodista freelance en línea
- 4) El poder de la imagen
- 5) Vidrieras net
- 6) Protección de programas

### 1. LA LABOR DEL PERIODISTA FREELANCE EN LINEA

Como afirma Philip Meyer, "Un periodista competente es un científico en ejercicio". Los periodistas, como los científicos, buscan demostrar la realidad: observan lo que les rodea, lo estudian y analizan, para sacar luego sus propias hipótesis; a partir de éstas calibran las consecuencias y desarrollan una metodología, que puede ser comprobada empíricamente dando lugar a teorías que se aplicarán de nuevo, y que, muchas veces, se convierten en paradigmas. Hoy, más que nunca, con la aparición de Internet el comportamiento en la red se está autoinventando y el periodista en línea juega un papel decisivo en la definición de la comunicación en la web.

A mi modo de ver, las cosas que cambian son las que nos interesan, razón por la que Internet es tan apreciada entre otras muchas, y esto también es aplicable al mundo del periodismo. La primera herramienta del periodismo de precisión es la imaginación, y la segunda, el aprendizaje de ciertas reglas de metodología científica. Cada vez es mayor el número de datos que un periodista debe manejar y, por esta misma razón, cada vez debe ser más rápido y preciso para encontrar el punto del arco desde el que desea lanzar la "flecha informativa".

### 2. EL PERIODISTA FREELANCE Y LAS INSTITUCIONES

En el tema de la creación de una publicación se dan siempre diferentes naturalezas presencias e intereses. Lo importante es encauzar los intereses del artista y la institución. Estamos en un momento de la profesión con muchas estaciones de servicio pero pocas carreteras.

### 3. CONSEJOS FUNDAMENTALES PARA SER UN PERIODISTA FREELANCE EN LINEA

Ante la desprotección actual por lo novedoso de Internet, estos son algunos de los consejos para ser un periodista freelance en

línea:

1. Se replantea el mercado todavía sin normas. Vamos camino de una nueva situación. Las ideas deben lanzarse al mercado acabadas. Debemos sorprender a nuestros contactos.
2. Hay que ser conscientes de que las grandes corporaciones son muy estrictas e inflexibles frente a los pequeños centros mucho más elásticos y con mayor capacidad de adaptación. Los pequeños centros suelen avanzar más y más rápido.
3. Siempre que se reciba remuneración por nuestro trabajo probablemente no recibiremos beneficios posteriores al menos que esto haya sido pactado de antemano en el contrato. Pero lo que está claro es que pase lo que pase siempre se es el autor intelectual de la obra.
4. No se debe olvidar registrar el trabajo realizado en la sociedad general de autores. Estas copias se realizarán en papel incluso en el caso de publicaciones web, ya que el soporte disco informático es muy fácil de copiar. Es muy importante conocer de antemano las leyes de derechos de autor.
5. Es recomendable obtener una marca de servicios e introducirla en el código así como contratar los servicios de una agencia de la propiedad industrial. Por ejemplo:
  - Duna: marca de servicios introducida en el código web; independientemente de las promesas del centro, existe también la posibilidad de imprimir una marca de agua.
  - Ayo Zuazo y Capitán: agencia de la propiedad industrial; este tipo de empresa se dedica a hacer un seguimiento de la marca hasta su total aprobación así como de avisar cuando es necesario cualquier trámite.
6. No debemos olvidar que en las empresas prima el deseo de control político y que el periodista-diseñador en la actualidad se encuentra ante una importante ausencia de reglamentación jurídica, por lo que debe tratar de ser prudente y establecer sólo los vínculos necesarios e imprescindibles.

#### 4. EL PODER DE LA IMAGEN

Existe una causalidad recíproca entre la metamorfosis de los modos de comunicación y la estructura de la percepción. El sistema deberá tener la naturaleza de democracia participativa. El patrón de comportamiento de los ciudadanos está cambiando. Antes girábamos alrededor de las imágenes, ahora vamos a girar dentro de ellas. Hay que implicar a los diseñadores en decisiones estratégicas de las industrias. Se busca un producto que no sea caro ni narcisista, simplemente inteligente; un sitio web con alma es un amigo, avanzamos en pos de conseguir crear poesía cotidiana. Los sitios web dicen mucho de sus dueños. Una vez conseguida una solución, es inevitable que se utilice. Vivimos una época excitante. Nunca como ahora tuvieron los hombres tanto acceso a la información ni tal velocidad en las comunicaciones. La imagen, la fuerza del simbolismo y la comunicación es una de sus mejores armas para llevar a cabo esa idea, para encender los corazones de su pueblo con proyección. Es imprescindible capturar la imaginación para mantener en los ojos de los ciudadanos el prestigio de aquellas alturas hacia las cuales el líder busca llevarlos: manipulación.

#### 5. VIDRIERAS NET

No existe ninguna frontera entre el arte web, la escultura y la pintura, todo ello es una misma cosa: construcción. Cada página web es como la vidriera de una catedral siempre en constante evolución y mejora. La imagen deja de ser lo visto para convertirse en lo construido. Las nuevas imágenes participan de preocupaciones y vivencias prácticas, concretas y globales que convierten la imagen en un hecho antropológico, que analiza lo social y obliga a preguntarnos acerca de los problemas centrales que constituyen la tecnologización de la experiencia. Gracias a la digitalización y las pantallas interactivas, la expresión visual del pensamiento pasa del estado de deseo al de necesidad. Por medio de la reducción de la estructura de la sociedad humana a sus componentes más importantes, tales como las tendencias de pensamiento, la tecnología innovadora, el mercado, la estructura económica, los sistemas políticos, el periodista freelance presenta el modelo de un nuevo concepto de cada uno de estos componentes con los que elaborar una composición global de la futura sociedad de la información.

#### 6. PROTECCION DE PROGRAMAS

Los programas de ordenador son sagrados. Como cualquier obra literaria o artística susceptible de protección, los programas informáticos también están respaldados por el derecho de la propiedad intelectual. El titular de un programa de ordenador posee unos derechos exclusivos de explotación: desde su reproducción por cualquier medio y bajo cualquier forma, hasta su traducción, adaptación, transformación o distribución pública.

Pero la protección no sólo incluye los programas de ordenador, sino también otros documentos. Primero, la documentación preparatoria, es decir, todo el trabajo previo de concepción que se plasma luego en el programa; segundo, la documentación técnica y los manuales de uso. Así, los documentos se encuentran sometidos a la protección específica de los programas de

ordenador y no a la general de las obras intelectuales. La protección del programa se extiende a cualesquiera de las versiones sucesivas del mismo, así como a los programas derivados. De la protección quedan lógicamente excluidos los denominados virus informáticos. Los programas están protegidos durante un periodo de 70 años, desde el fallecimiento del autor. Si la obra es anónima o se realiza con seudónimo, el plazo empieza a contar desde su distribución lícita. (Con información del bufete Armero)

*\* Trabajo presentado en el congreso de ALAIC, celebrado en Santiago de Chile en abril de 2000.*

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Jiménez, Rocío (2000): Consejos fundamentales para ser un periodista freelance en línea. Revista Latina de Comunicación Social, 30. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/100rocio.htm>