



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](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

ÁMBITOS, Revista Andaluza de Comunicación, Número 3-4
Año 2000 - Universidad de Sevilla

Ciberprens@. El medio de los ‘diez mil nombres’

Dr. José Álvarez Marcos ©

Profesor de Tecnología de la Información en la Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla

Los chinos han traducido el significado de World Wide Web como "la red de diez mil dimensiones en el cielo y la tierra". La telaraña cibernética no sólo se ha convertido en un gigantesco hipermercado de la información, donde confluyen medios tradicionales e innovadoras propuestas comunicativas, sino que aparece como el fenómeno de mayor impacto social de los últimos años. En un mundo donde la evolución tecnológica acorta cada vez más los ciclos de la innovación, como bien señala Díaz Nosty (1), Internet tiene visos de consolidarse como el embrión de la primera gran solución sostenible desde que apareció la televisión, al menos en una interpretación hecha desde el campo de análisis de los medios.

Cerca de diez mil periódicos de los cinco continentes disponen de versiones adaptadas a las características del universo web (2). Ninguna empresa editorial de prestigio ha querido quedarse fuera de esta carrera virtual de fondo (y forma), cuya meta tratan de adivinar los más afamados visionarios del planeta. Superado queda el debate sobre la conveniencia de poner gratis los periódicos en Internet, ya que algunos editores se habían preguntado si no era una forma de hacerse la competencia ellos mismos. De todas formas, si llegara el caso de que un diario digital compitiera con su cabecera matriz, algo que todavía no ha sucedido, siempre sería preferible a que lo hiciera un tercero en discordia.

Díaz Nosty acierta cuando señala: "En la inmensa mayoría de los casos, las ediciones digitales se presentan como versiones complementarias a las del soporte que les define como medios, aun cuando apenas dos o tres años de experiencia demuestran que los injertos en Internet están llamados a producir expresiones distintas, nuevos alcances comunicativos; en definitiva, nuevos medios" (3).

Ello supone un cambio radical en el estudio del fenómeno conocido como mediamorfosis. Ya no se trata exclusivamente de la transformación de un medio impreso en una nueva publicación digital, sino de la aparición de un nuevo medio sin que desaparezca el original. Sería más correcto hablar de una singular mitosis mediática, en la que de la primitiva criatura de papel surge una edición de bits y silicio, que cada día se aleja más en su forma y contenidos del modelo primitivo. Las empresas editoras de periódicos han descubierto, gracias a Internet, dos medios donde antes había uno.

No existe unanimidad entre los profesionales de la Información y los estudiosos de las nuevas formas de comunicación digital sobre el nombre preciso que deben recibir las versiones en formato web de los periódicos convencionales. Se barajan conceptos como periódico electrónico, periódico multimedia, teleperiódico, periódico en pantalla, periódico teleinformativo, periódico digital, periódico on line, periódico cibernético, diario personal (Daily me), periódico telemático, etc. Incluso para las revistas se ha empezado a emplear el término webzine, nombre que combina la palabra web con magazine (revista en inglés). ¿Cómo llamar entonces a la extensión de los periódicos en Internet? Las dudas son razonables porque, no sólo desaparece el soporte tradicional --el papel--, sino que las nuevas versiones comienzan a integrar la voz, la escritura y el vídeo para narrar un mismo hecho noticioso. Ha surgido un medio híbrido, fruto del mestizaje de la prensa convencional con Internet, que es tan rápido como la radio y la TV y que, al contrario que los medios audiovisuales clásicos, sí puede leerse y consultarse de forma interactiva.

Mario Santinoli, director técnico de El Periódico de Cataluña y responsable de los contenidos del proyecto Newspad no duda en utilizar el término periódico electrónico, que es definido por Víctor R. Aramendia de la siguiente forma: "Periódico que se ofrece mediante un soporte digital en lugar de venderlo impreso en papel. Este soporte puede ser un CD-ROM, un servicio on line, etc." (4). Los profesores Armañanzas, Díaz Noci y Meso también emplean el término periódico electrónico, que definen como "producto interactivo y multimedia; es decir que integra medios diferentes (texto, imagen, sonido) y permite al receptor un

margen de actuación" (5).

Del mismo modo resulta interesante, por analogía, la definición que Francisco Bobillo proporciona sobre el concepto de publicación electrónica: "El libro electrónico es aquel que para leerlo necesitamos un aparato eléctrico intermediario, o sea que no podemos leerlo directamente en papel, sino que necesitamos un ordenador, un lector de CD-ROM, un magnetofón, una pantalla de televisión o cualquier otro aparato electrónico" (6).

De manera mucho más breve y sencilla podemos decir que se trata de un medio informativo que llega al lector directamente desde la redacción a sus ojos o manos de forma digital. Es el diario sin papel ni tinta, aunque por ahora sigue conservando la esencia de los periódicos: la escritura. Andy Becket, periodista de The Independent, emplea de forma simultánea los conceptos "periódico electrónico" y "periódico por ordenador", sobre todo cuando se refiere a las ediciones electrónicas de los diarios tradicionales (7). La Estrella Digital, diario español que sólo puede consultarse en Internet, completa su cabecera con el siguiente subtítulo: "El primer diario electrónico en español". Digital y electrónico dos apellidos, dos sinónimos, para un mismo medio.

Los profesores Martín Aguado y Armentia Vizueté en su libro "Tecnología de la información escrita" (8) utilizan el término electrónico, aunque encuadran a este tipo de diarios dentro de lo que en la actualidad se conoce como servicios interactivos multimedia. De alguna forma distinguen las primeras experiencias realizadas a finales de los ochenta y comienzos de los noventa de los nuevos proyectos que circulan en Internet.

Ignacio Ramonet, profesor de Teoría de la Comunicación en la Universidad de París VII, utiliza el término ciberrevista para referirse a la publicación de Microsoft, Slate (Pizarra), que circula por Internet desde comienzos de 1996. Y añade: "Los mercaderes se están lanzando al asalto de Internet porque ven en este nuevo medio de comunicación una fuente inagotable de provechos. Para ellos, la era ciber sucede a la era de la televisión" (9). Del mismo modo, Raúl Trejo emplea con toda rotundidad en "La nueva alfombra mágica" (10) (Premio Fundesco de ensayo 1995) los vocablos ciber-periodismo y ciber-prensa. Durante el desarrollo del XVII congreso internacional de la Society of News Design (SND), celebrado en Barcelona en septiembre de 1995, uno de los términos más utilizados por la mayoría de los ponentes para referirse a los periódicos del futuro inmediato fue el de ciberprensa (11). Asimismo, en su primera etapa digital The New York Times adoptó el nombre de CyberTimes, posteriormente cambiado por The New York Times on the Web.

De todas formas, el debate podría resultar estéril. Los diarios pueden perder su nombre o, al menos, la justificación que lo sustenta. En el futuro, la mayoría dejará de responder a la definición que sobre ellos ofrece el diccionario: "Periódico que se publica todos los días". Los nuevos 'diarios' se publicarán todas las horas, siempre que haya nueva información. Más aún, ¿podremos seguir llamando diario o periódico a un producto híbrido, elaborado sin tinta ni papel, que incorpora textos, sonido e imágenes en movimiento y se actualiza continuamente?

Según Dovifat, "el periódico es el instrumento que da los acontecimientos más recientes en los más cortos y regulares períodos a la más amplia circulación" (12). Las tres características fundamentales del periódico son para este autor la actualidad, la periodicidad y la genericidad. Si recurrimos a Fattorello, las características esenciales se elevan entonces a cinco, aunque difieren poco de las señaladas por Dovifat: novedad, periodicidad, genericidad, publicidad y tempestividad (13).

La actualidad deriva de la misma naturaleza de la publicación de noticias, entendidas éstas como "hechos verdaderos, inéditos o actuales de interés general" (14). La periodicidad es para Ángel Benito (15) "la adecuación del flujo informativo al ritmo vital", que en la mayoría de los casos coincide con la jornada diaria. Aunque la secuencia temporal es bien distinta en la televisión (con tres ediciones informativas cada día) y en la radio (boletines horarios).

Los requisitos señalados por Dovifat deben entenderse con generosidad y perspectiva histórica, por cuanto fueron formulados en 1959. El concepto periódico ha ido evolucionando a lo largo de los siglos. Es un término vivo y complejo, que no puede entenderse si no se vincula a un momento concreto de la evolución de la sociedad humana. En el Diccionario de la Academia Francesa de 1684 encontramos una de sus primeras definiciones: "Cuaderno u hoja volante que sale al público cada semana y contiene noticias de todos los países" (16). César Aguilera (17) considera que los ingredientes básicos de los periódicos son la periodicidad (de donde toma el nombre) y la actualidad. Georges Weill (18) señala que la imprenta y la posta fueron los dos requisitos técnicos para la existencia de los primeros diarios. Tres siglos después el correo es electrónico y circula a la velocidad de la luz por las incipientes autopistas de la información. También los talleres de impresión han sufrido un profundo cambio y se preparan para una dura competencia con las publicaciones cibernéticas.

Canga Larequi descarta el término periódico y emplea de forma simultánea los conceptos diarios digital y edición electrónica: "Hemos optado por rechazar los términos periódico electrónico y periódico digital por entender que la palabra periódico está asimilada al concepto de medio impreso. Sin embargo, entendemos que no sucede lo mismo con la palabra diario, de uso muy frecuente en los medios audiovisuales, que denominan a sus servicios de noticias diarios hablados o telediarios" (19). Afina un poco más dicho profesor al establecer la diferencia entre las ediciones electrónicas o digitales, propias de los periódicos convencionales, y los diarios digitales, que sólo tienen vida en el universo web. José Manuel de Pablos (20) también tiene reparos a la hora de utilizar el concepto periódico, término que escribe entrecomillado y seguido del apellido telemático.

Decía, sin embargo, McLuhan (21) que cada medio está encubierto por otro medio que es su contenido. De esta forma cuando

contemplamos una película por televisión, vemos cine en vez de percibir el medio televisión. Podría desempolvarse este argumento para justificar que llamemos periódico (contenido) a aquello que recibimos y percibimos por otro medio (el ordenador). Lo que ocurre es que las versiones digitales de los periódicos tradicionales han dejado de ser simples volcados de las ediciones de papel y ofrecen a los lectores contenidos y diseños distintos.

Puede, también, que con los periódicos ocurra más adelante lo mismo que con los coches de caballos y los automóviles. Hasta bien entrado el siglo XX el término coche se utilizaba de forma exclusiva para designar a los carruajes de tracción animal. Los primeros vehículos con motor, similares en diseño a los coches, recibieron el nombre de automóviles. En la actualidad llamamos coches a los automóviles y coches de caballos a los genuinos y primitivos carruajes. Es posible que en el mundo de la prensa, dentro de diez, veinte o treinta años, hablemos de periódicos (los digitales) y de periódicos de papel. Al fin y al cabo, los primeros diarios electrónicos adoptaron, como los coches, contenidos y formas similares a los de sus 'padres' o 'hermanos' de papel y tinta.

Posiblemente, el que sigamos llamando periódico al producto informativo que se ofrece en Internet se deba a la dificultad de darle un nombre propio a cada innovación que se produce. La tecnología avanza con la fuerza de un tornado, sin límites de velocidad, y desborda nuestra propia capacidad de nombrar los objetos. También existe una convención lingüística: si hablamos de periódicos digitales, cibernéticos o en línea, todos sabemos que se trata. Nadie pone en duda que el medio electrónico es la extensión natural del periódico. Como complemento de este estudio hemos realizado un recorrido por Internet para averiguar qué nombres, más bien qué apellidos, utilizan los propios diarios convencionales para designar sus versiones en la web. Se han estudiado cien cabeceras de diarios digitales, cuarenta españolas y sesenta internacionales, representativas de los periódicos más influyentes de los cinco continentes. La primera y más expresiva conclusión del estudio es que no existe unanimidad en las nominaciones. Veinticuatro diarios (nueve españoles) circulan por el ciberespacio con el mismo nombre que acuden puntualmente a su cita con los kioscos, sin más adjetivos o explicaciones que aclaren su naturaleza digital.

En cambio, dieciocho periódicos (once nacionales) especifican de alguna forma en Internet que se trata de ediciones especiales diferentes a las de papel. Otros quince (tres en España) utilizan su URL o dirección cibernética como título de cabecera, bien con las tres www como prefijo o sencillamente con el sufijo del dominio correspondiente. De esta forma, el convencional Los Angeles Times se traduce al mundo de los bits por latimes.com.

Los apellidos digital (14 veces) y on line (13 veces) ocupan las siguientes posiciones en la tabla de los ciberdiarios. Digital es uno de los términos favoritos para los diarios españoles (once), mientras que on line (en versión original o traducida, unidas ambas palabras o separadas) es uno de los calificativos preferidos por los periódicos internacionales (once). En algunos casos se registran juegos semánticos curiosos, como en el caso del diario argentino La Nación, que se difunde en Internet con el nombre La NaciON LINE.

Siete de los periódicos estudiados, todos ellos internacionales, añaden a su cabecera tradicional un complemento que indica su presencia en Internet, en la web o en la Red, como es el caso del uruguayo La República. Otros tres recurren al concepto interactivo, como Le Monde; y el mismo número de diarios emplea el vocablo electrónico. Finalmente, tenemos registradas otras tres denominaciones, como las utilizadas por los diarios españoles Expansión Directo, La Voz [Digit@I](#) y Diario de Las Palmas @.

PERIÓDICOS INTERNACIONALES (Cuadro 1)

Diario	País	Nombre en Internet
Bild	Alemania	Bild on line
Die Welt	Alemania	Die Welt online
Express	Alemania	Express Online
Frankfurter Allgemeine Zeitung	Alemania	Frankfurter Allgemeine online
Süddeutsche Zeitung	Alemania	Süddeutsche Zeitung on Net
Clarín	Argentina	Clarín digital
La Nación	Argentina	La NaciON LINE
Salzburger Nachrichten	Austria	salzburg.com
Kurier	Austria	Kurier on line

Le Soir	Bélgica	Le Soir en ligne
Jornal do Brasil	Brasil	Jornal do Brasil
Folha de S. Paulo	Brasil	Folha de S. Paulo
Calgary Herald	Canadá	Calgary Online
The Toronto Star	Canadá	thestar.com
El Mercurio	Chile	El Mercurio Electrónico
La Tercera	Chile	La Tercera en Internet
China Daily	China	China Daily on the Web
El Tiempo	Colombia	El Tiempo
La Prensa Libre	Costa Rica	La Prensa Libre Edición digital
Granma Internacional	Cuba	Granma Internacional Digital
El Telégrafo	Ecuador	El Telégrafo
Chicago Tribune	EE.UU.	Chicagotribune.com
Los Angeles Times	EE.UU.	latimes.com
Philadelphia Inquirer	EE.UU.	philly.com
San Francisco Examiner	EE.UU.	eXaminer.com
The Boston Globe	EE.UU.	The Boston Globe Online
The Miami Herald	EE.UU.	The Miami Herald Internet edition
The New York Times	EE.UU.	The New York Times on the Web
The Wall Street Journal	EE.UU.	The Wall Street Journal Interactive edition
The Washington Post	EE.UU.	washingtonpost.com
USA Today	EE.UU.	USA Today
Philippine Daily Inquirer	Filipinas	Philippine Daily Inquirer Interactive
Le Figaro	Francia	Le Figaro
Le Monde	Francia	Le Monde Interactif
Magyar Hírlap	Hungría	Magyar Hírlap on line
The Statesman	India	The Statesman
Jawa Pos	Indonesia	Jawa Pos Edición online
The Irish Times	Irlanda	The Irish Times on the Web
The Jerusalem Post	Israel	The Jerusalem Post Internet edition
Corriere della Sera	Italia	Corriere della Sera on line
La Repubblica	Italia	La Repubblica.it
La Stampa	Italia	La Stampa
Asahi Shimbun	Japón	Asahi.com
Mainichi Shimbun	Japón	Mainichi Intearctive

The EastAfrican	Kenya	The EastAfrican
Excelsior	México	Excelsior Edición Internet
The Guardian	Nigeria	The Guardian
The Nation	Pakistán	The Nation
El Siglo	Panamá	El Siglo Digital
Super Express	Polonia	Super Express
Diário de Noticias	Portugal	Diário de Noticias on line
Die Burger	R Surafricana	Die Burger Internet
Financial Times	Reino Unido	ft.com
The Times	Reino Unido	The Times
The Guardian	Reino Unido	The Guardian Internet edition
Pravda	Rusia	Pravda
Expressen	Suecia	EXPRESSEN.SE
Tribune de Genève	Suiza	Tribune de Genève
La República	Uruguay	La República en la Red
El Universal	Venezuela	eud.com

PERIÓDICOS ESPAÑOLES (Cuadro 2)

Diario	Ciudad	Nombre en Internet
ABC	Madrid/Sevilla	ABC Electrónico
As	Madrid	As Electrónico
Avui	Barcelona	Avui
Canarias 7	Las Palmas	Canarias 7
Cinco Días	Madrid	Cinco Días
Diario de Cádiz	Cádiz	Diario de Cádiz Digital
Diario de Las Palmas	Las Palmas	Diario de Las Palmas @
Diario de León	León	Diario de León @ Edición Internet
Diario de Mallorca	Palma deMallorca	Diario de Mallorca Digital
Diario de Navarra	Pamplona	Diario de Navarra
El Comercio	Gijón	El Comercio Digital
El Correo Español- El Pueblo Vasco	Bilbao	El Correo Español-El Pueblo Vasco Edición electrónica
El Correo Gallego	Santiago de Compostela	El Correo Gallego

El Diario Montañés	Santander	El Diario Montañés Edición electrónica
El Diario Vasco	San Sebastián	El Diario Vasco Edición electrónica
El Mundo	Madrid	www.EL-MUNDO.es
El Norte de Castilla	Valladolid	El Norte de Castilla
El País	Madrid	El País Digital
El Periódico de Catalunya	Barcelona	El Periódico on line
Expansión	Madrid	Expansión Directo
Faro de Vigo	Vigo	Faro de Vigo
Heraldo de Aragón	Zaragoza	Heraldo de Aragón
Hoy	Badajoz	Hoy Edición digital
Huelva Información	Huelva	Huelva Información Digital
Ideal	Granada	Ideal Edición electrónica
La Gaceta de los Negocios	Madrid	La Gaceta de los Negocios Edición electrónica
La Nueva España	Oviedo	La Nueva España Digital
La Rioja	Logroño	Larioja.com
La Tribuna de Albacete	Albacete	La Tribuna de Albacete
La Vanguardia	Barcelona	La Vanguardia Digital
La Verdad	Murcia	La Verdad Edición electrónica
La Voz de Almería	Almería	La Voz Digit@l
La Voz de Lanzarote	Lanzarote	La Voz Edición electrónica
Levante	Valencia	Levante Edición digital
Málaga	Sur	Sur Edición electrónica
Marca	Madrid	www.MARCA.es y Marca Digital
Mundo Deportivo	Barcelona	Mundo Deportivo on line
Sevilla Información	Sevilla	Sevilla Información Digital
Sport	Barcelona	www.SPORT.es
Última Hora	Palma de Mallorca	Última Hora Digital

'Apellidos'	Internacionales	Españoles	Totales
Mismo nombre	15	9	24
Edición + especificación medio	7	11	18
URL	12	3	15
Digital	3	11	14
On line	11	2	13
En Internet/ en la Web/ en la Red	7	-	7
Interactivo	3	-	3
Electrónico	1	2	3
Otros	1	2	3
Totales	60	40	100

Notas

1 DÍAZ NOSTY, Bernardo: Informe anual de la Comunicación 1997-1998 (Estado y tendencias de los medios en España). Zeta, Barcelona 1998, p. 39.

2 En 1994 circulaban 20 periódicos de todo el mundo en Internet; 471, en 1995; 1.920, en 1996; 3.622 en 1997; 6.000 en 1998; y se espera que a finales de 1999 la cifra ronde los 10.000.

3 DÍAZ NOSTY, op. cit., p. 40.

4 ARAMENDIA, Víctor M.: "Las superautopistas de la información (Vocabulario)", en Revista Nuestro Tiempo nº483, Pamplona, septiembre 1994, p. 76.

5 ARMAÑANZAS, E., DÍAZ NOCI, J, y MESO, K.: Op. cit. p. 9.

6 Ver Boletín Fundesco, nº 168, septiembre 1995, p. 8

7 BECKET, A.: "Más cerca del periódico por ordenador", El País, 13 mayo 1994, p. 34.

8 ARMENTIA VIZUETE, José I. y MARTÍN AGUADO, José A.: Tecnología de la Información escrita. Síntesis, Madrid 1995, p. 129.

9 RAMONET, Ignacio: "¡Nos han robado una esperanza!", artículo en El País, 25 julio 1996, p. 13.

10 TREJO DELARBRE, R.: La nueva alfombra mágica. Fundesco, Madrid 1996, p. 90. [El libro se puede consultar en versión digital desde a biblioweb de Latina / <http://www.ull.es/publicaciones/latina>]

11 Ver El Mundo, Suplemento Comunicación, 15 septiembre 1995, p. 4.

12 DOVIFAT, Emil: Periodismo. 2 Vols. Uteha. México, 1959-60. Tomo I, pp. 3 y ss.

13 José Luis Martínez Albertos en su Curso General de Redacción Periodística (Ed. Mitre. Barcelona, 1983. Páginas 43 y ss.) desarrolla con amplitud las tesis de Dovifat y Fatorello sobre las características que definen y conforman al periódico.

14 Ibidem.

15 BENITO JAÉN, Ángel: Teoría General de la Información. Madrid, 1973, p. 184.

16 ROMERO, Andrés: Lecciones de Información y Comunicación. LCP Palma de Cima, Lisboa 1982, p. 674.

17 AGUILERA, César: "El Tiempo de la Prensa", en AA.VV. Historia de la Comunicación y de la Prensa. Ed. Atlas, Madrid 1988, p. 374.

18 WEILL, Georges: Op. cit., p. 10.

19 CANGA LAREQUI J. (et.al): "Del umbral al portal", en Revista ZER, nº6, Bilbao, mayo 1999, p. 121.

20 DE PABLOS, José Manuel: Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía. Ed. Síntesis, Madrid, 1999, p. 29.

21 Mc LUHAN, Marshall: Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Paidós, Barcelona, 1996, p.58. El libro se publicó por primera vez en 1996 con el título original Understanding Media. The extensions of man (MIT Press).

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Álvarez Marcos, José (2000): Ciberprens@. El medio de los 'diez mil nombres'. Revista Latina de Comunicación Social, 31. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/86alvarez.htm>