



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

Periodismo electrónico. Comunicación de masas del siglo XXI

(3.651 palabras - 9 páginas)

Lic. Evelyn Gutiérrez ©

Costa Rica

El término Internet procede de Arpanet, fue creado en los Estados Unidos de América para poder mantener interconectados los centros de decisión más importantes en el plano político, militar y científico, en el caso del holocausto nuclear. Tras la separación de un Milnet, fue constituyéndose el actual Internet, manteniendo su estructura descentralizada inicial e integrando sucesivamente a las diversas redes que habían sido creadas con base a otro esquema, tanto por países concretos como por grandes empresas.

Todos los comentaristas subrayan que el carácter abierto descentralizado de la red, así como el alto grado de autonomía que cada red integrada en red global cuenta para su propio funcionamiento, ha sido clave del éxito de Internet que cuenta con cincuenta millones de usuarios que crece aceleradamente mes tras mes, expandiéndose por todos los países del mundo, actualmente, el número de usuarios en Internet crece en un 10 % cada mes, y cada 30 minutos se incorpora un nuevo usuario a la red.

El término periodismo por sí mismo es definido como un conjunto de actividades relacionadas con la selección, elaboración, transmisión de información por los medios de comunicación. En lo que respecta al periodismo electrónico el "boom" de Internet que atrapó a las publicaciones impresas, se ocupa con mayor celeridad, que revistas y periódicos incursionen con páginas electrónicas que procuran ganarse a sus lectores con dibujos llamativos, variedad y sobre todo con la nueva forma en que asumen y hacen llegar la información. De acuerdo con algunos teóricos de la información, el periodismo electrónico será uno de los principales atractivos de las futuras autopistas de la información, sin perjuicio de que sea una de las actividades más importantes de Internet en la actualidad.

El periodismo electrónico tiene como característica fundamental que lo diferencia de cualquier otro medio de comunicación, que en él se puede mezclar los tres tipos de medios periodísticos tradicionales: la televisión por medio del vídeo, la radio y la prensa. Dentro de las características más significativas de este tipo de periodismo tenemos que gracias a la utilización de hipertextos (sistema de publicación), las noticias pueden incluir enlaces con informaciones relacionadas que se publicaron anteriormente por el mismo medio, pueden permitir la consulta de la base de datos del medio que contiene todas las informaciones publicadas en los últimos meses o años. De hecho, el servicio mencionado o la necesidad de que los diarios establezcan enlaces con base de conocimientos (como obras de referencia y diccionarios, que permitan al lector ampliar el contexto de interpretación de la noticia según sus intereses particulares) es solamente una de las diversas teorías existentes sobre las nuevas funciones que puede desarrollar el periodismo electrónico. En todo caso las posibilidades aún no están claras y tienden a incrementarse.

Como es sabido, Internet es un medio no lineal, un ambiente de multimedia que atrae progresivamente cada día a jóvenes, en su mayoría, por lo cual puede ser un mercado ideal para que los periódicos se acerquen a nuevos lectores potenciales.

Se supone, en todo caso, que el actual desarrollo de la prensa electrónica no de como resultado una fiebre orientada hacia una nueva tecnología, sino una respuesta a la demanda de servicios informativos innovadores.

El cambio pone a las empresas periodísticas al frente de un número de desafíos; muchas preguntas han surgido entorno al equipo de trabajo. Para un periódico que quiera incursionar en la red, la cantidad de personal adicional requerida es incierta, más aún las posibilidades y experiencias requeridas por este personal.

En Costa Rica, los periódicos La Nación y La República de cobertura nacional, así como La Voz del Pacífico de cobertura regional, son los únicos que cuentan con su propio periódico electrónico. La Universidad Latina es la única institución de educación superior universitaria que cuenta con una revista electrónica, la revista Generación.

El caso del periódico La República, la idea surgió hace dos años, propiamente el 1 de mayo de 1997. En sus inicios la página estuvo a cargo de una empresa de computación, meses después el reto lo asumió el periódico. En La República Digital, Franklin Solís es la persona que tiene la responsabilidad de introducir información en la página, labor que inicia alrededor de la diez de la noche y concluye dependiendo de la cantidad de trabajo a las tres de la mañana. A media noche saca de la Red la información que ya existía. Ha sucedido que en ciertas ocasiones a esta hora no hay nada de información si no hasta las dos o tres de la mañana. La República tiene una alianza con ACER, que es la que le brinda soporte tecnológico a su página en Internet.

Respecto al periódico La Nación, la idea de establecer una página en Internet denominada La Nación Digital hace dos años, no surgió propiamente del periódico, sino por ser Internet un movimiento en el ámbito internacional donde los medios y colegas empiezan a incursionar en él, se empieza a ver que ésta va ser la ruta o autopista donde se va a negociar información, comercializar productos, transmitir información u otros. La Nación siempre ha mantenido interés en estar siempre actualizada, tanto tecnológicamente como periodísticamente hablando, gracias a sus jefes y a la junta directiva que siempre han mantenido una visión pionera, ya que han invertido en tecnología necesaria para modernizarse con una opción muy actual y de nuestro tiempo.

Hoy, La Nación Digital incluye un noventa y cinco por ciento de toda la información que aparece en la versión papel, el restante cinco por ciento que no se incluye corresponde a la página catorce en la que se encuentra la sección cartas a la columna. Se ha visto a través de hits (mecanismos de acceso) y se ha comprobado que el público que mayormente lee La Nación Digital se encuentra en el extranjero, lo que determina que es una población que el papel no ha abarcado y que por lo tanto la versión en Internet tiene mayor alcance a la original.

El concepto dado por Gilbert Montoya, bibliotecólogo y subdirector del Centro de Documentación de este periódico y quien labora para La Nación Digital, considera que este tipo de periodismo: como la tarea de transmitir información vía electrónica, indica además que no hay una diferencia como ciencia periodística, ya sea a través de un medio televisivo, radial, escrito o por Internet. Considera Montoya que es una herramienta más en la tecnología, así como decir que antes se utilizaba la máquina de escribir y hoy utilizamos la computadora, para aquellas personas que laboran dentro de dicho campo tecnológico, éste es un medio más, es como dijéramos que antes se utilizaba la carreta y ahora el automóvil, la gente trata de hacer de ello algo más que una herramienta.

Asimismo indicó que más bien hay periódicos electrónicos que pueden competir con la televisión, porque por cuestión de unos minutos de atraso, se está igual en línea en lo que respecta a cobertura de reportajes, ya que con la memoria de Internet da la posibilidad de que redactores que trabajan en La Nación Digital informen de tal forma que introduzcan en el vídeo en cuestión de dos minutos la información.

Es muy posible que esta opción llegue a sustituir por completo al papel en el futuro no muy cercano, según sus propias palabras, pues en nuestro país hay tres millones de habitantes y de ellos quizás sólo cuatrocientos mil cuentan con una computadora, no es sino hasta que se globalice más y se abaraten los costos que podría entonces el papel llegar a ser sustituido. A manera de ejemplo, en el caso del televisor, antes sólo unos cuantos tenían este aparato en su casa, hoy en cualquier hogar por más humilde que éste sea, las familias poseen por lo menos un aparato y a colores.

RESPONSABLES DEL PROYECTO

Con respecto al personal que labora en La Nación Digital, cuatro personas tienen a cargo esta responsabilidad: dos periodistas y dos programadores de HTML (formato en el que el texto debe estar montado para poder ser transmitido por Internet), un jefe que posee conocimientos de HTML y el jefe directo de La Nación Digital, así como un tercer periodista que trabaja para documentación y hace informes tanto para la versión digital como en la versión papel.

El proceso empieza con uno de los programadores que inicia su trabajo a las quince horas. El resto del equipo, compuesto por los periodistas, lo hace a partir de las dieciocho horas, quienes están ahí en el momento en que empiezan a salir las páginas de la versión papel, de donde toman la información y empiezan a realizar la conversión de la misma a HTML.

FORMATO

En lo que a formato se refiere, La Nación Digital no sólo se limita a lo que son las tendencias. En un principio, la versión mundial de Internet era pasar fielmente lo que se publicaba en papel a digital, luego se ha planeado que esta última tenga sus propios productos no sólo que se dedique a copiar. Esto conlleva a valorar la creatividad y a fomentar la investigación. Por lo tanto, la tendencia mundial en Internet para un formato de un periódico electrónico es cambiarlo de cada tres a cinco meses.

En el caso de La Nación Digital el formato lo realizan cada año, esto se ha venido realizando desde su nacimiento, que fue el 7 de abril de 1995 hasta nuestros días. Las modificaciones que se le hacen son básicamente en la presentación, formato y contenido del periódico. La portada es siempre igual y en las modificaciones se han tomado en cuenta las ideas y o las sugerencias que realizan los periodistas de la versión en papel, posteriormente el equipo se reúne para analizar como hacer el nuevo formato.

La Nación Digital cuenta con cuatro o cinco productos propios, entre ellos Estación 21 y Cine Manía, este último es un especial en el que se publica todo lo referente al cine, la cartelera que está en exhibición, lo que va a llegar así como reportajes de películas e información de las casas productoras, entre otras. También se realizan reportajes especiales, a manera de ejemplo se puede citar la visita a Costa Rica de Bill Clinton, presidente de los Estados Unidos, la cual estaba prevista para un día miércoles y el lunes anterior se tenía en línea, todo un suplemento especial digital preparado y en el que incluía características del viaje, temas que se iban a tratar, los presidentes que iban a asistir a las reuniones protocolarias programadas, datos de la reunión, itinerarios del presidente, un poco de historia de cada uno de ellos y biografías entre otros, cosa que la versión en papel sería publicada hasta el día jueves. Un aspecto importante de indicar es que la Sala de redacción del periódico, los redactores entraban a las páginas de la versión electrónica para hacer los reportajes para la versión en papel, situación que ocurre al contrario.

Gracias a Internet, este periódico es calificado como el medio más actualizado y más rápido en el ámbito nacional, pues hace cerca de dos años cuando se publicaron las primeras páginas en Internet, se ubicaba en el ámbito latinoamericano en el lugar número diez. Se debe indicar que con esta posición, este medio no gana dinero pero si un público que lo coloca en un lugar de prestigio, tanto al periódico en sí como a su director, el periodista Eduardo Ulibarri. Uno de los mayores atributos que tiene este periódico es ser un medio innovador y de vanguardia, ya que se ha comprobado que hasta su formato ha sido copiado.

Tal ha sido el impacto, que el año pasado nuestro país fue sede de un seminario en materia de medios interactivos. Este seminario contó con la visita de importantes periodistas provenientes de Chile, República Dominicana, El Salvador y Guatemala entre otros. Se tuvo como modelo la labor que viene ejecutando el periódico La Nación en materia periodística electrónica, y los aportes, experiencias y metas que han obtenido. El intercambio de ideas fue el punto de encuentro donde latinoamericanos de diversos países aportaron su creatividad y dinamismo al evento.

INVERSION

Para el periódico La Nación en cuanto a los recursos técnicos, la inversión y lo que al aspecto económico se refiere, los gastos para este medio fueron ínfimos porque en un principio mediante un experimento, en un plan piloto, se contó con un editor de HTML para introducir información. Se contrató a algunas personas; así como se realizó la compra de un servidor, pues ya se contaba con un departamento de cómputo muy especializado, el cual no tenía que invertir absolutamente nada, pues éste existía únicamente con el fin de coordinar fuerzas. Actualmente cuenta con una planilla de cuatro personas y aún así representa un costo muy bajo dentro del presupuesto del periódico para la página de Internet.

USUARIOS

Mientras que los expertos están buscando la terminología apropiada, los editores y directores investigan el contenido y el formato que alcance mayor aceptación. Sin embargo, no está claro en qué forma ha cambiado la audiencia de estos servicios en los últimos diez años ni hasta dónde llegan sus implicaciones sociales, legales, éticas y estéticas debido en parte a la misma dinámica de la red. Como se dijo en un principio, Internet es un medio no lineal en un ambiente multimedia que atrae progresivamente a más jóvenes, por lo que algunos analistas proyectan, que la red estará eventualmente poblada por usuarios jóvenes en su mayoría, por lo que puede ser un mercado ideal para que los periódicos se acerquen hacia nuevos lectores potenciales.

Se supone, en todo caso, que el actual desarrollo de la prensa electrónica no es el resultado de una fiebre por la nueva tecnología; sino una respuesta a la demanda de servicios informativos innovadores.

Las empresas periodísticas están obligadas a definir el status y el título que se dará a los editores, que simplemente trasladen la noticia de la prensa a la red. Y en la medida que los diarios electrónicos apliquen más servicios multimedia, en vez de una transcripción literal en pantalla del diario impreso, el personal de la parte en línea puede volverse más caro y problemático.

Los directores de los medios sacan cuentan alegres, cuando comparan los gastos en los medios impresos y en el servicio electrónico en cuanto a costos, precios y gastos de envío. Lo que aún está por verse y por cuál medio las empresas periodísticas harán llegar sus productos electrónicos a los usuarios. La transmisión electrónica contratada con un servidor, por ejemplo, permite llegar a un grupo de suscripciones potenciales, asegura un programa de marketing y un sistema de cobro ya establecido.

Con las versiones comerciales de Netscape o Mosaic, la navegación de Internet es relativamente fácil y barata, incluso en los neófitos en la computación. El software existente en Internet permite que publicaciones altamente multimediales sean

instaladas en la red. Por razones como éstas, Internet se revela como la mejor posibilidad para la prensa en línea.

La revista de la Universidad Latina

La revista electrónica de la Universidad Latina fue creada en 1996 como una idea del profesor Boris Ramírez, director de la carrera de Periodismo de la institución, así como de algunos estudiantes interesados, idea que surgió de los sitiosweb que se realizaron a Canal Dos y a Radio Monumental.

La idea de esta revista nació por varios motivos, entre ellos, el que la universidad no contaba con un medio de comunicación que permitiera a los estudiantes de dicha carrera poner en práctica lo aprendido en clase, con el fin de contar con la calidad tecnológica y humana necesaria para realizar lo que en ese entonces era un proyecto.

El periodismo electrónico iniciaba su auge como medio periodístico e iba adquiriendo una considerable importancia. La Universidad Latina contaba con la calidad tecnológica y humana necesaria para desarrollar el conocimiento adquirido en las aulas. Revista de género analítico y exclusiva para Internet, es quincenal y cuenta entre sus secciones con noticias nacionales, internacionales, política, economía y otros, así como paisajes, cultura, opinión y deportes. Tiene como público a los estudiantes universitarios costarricenses y extranjeros, interesados en el acontecer de Costa Rica y el mundo.

Los objetivos básicos de la revista consisten en:

- La estimulación de la práctica profesional de los estudiantes de ciencias sociales, sobre todo a los que estudian periodismo para que con ésta aprendan a desarrollar las destrezas del periodismo electrónico.
- El fortalecimiento del conocimiento de géneros periodísticos no tradicionales, en este caso el periodismo cibernético.
- La difusión de los conceptos éticos que todo periodista debe conocer y aplicar en su vida cotidiana y en su labor profesional.
- La dádiva de conocimientos tecnológicos a los profesionales del futuro por medio de su participación en el periodismo electrónico y en todos aquellos eventos nacionales e internacionales más importantes.

Características generales de la revista Generación

- El nombre del medio de comunicación de la Universidad Latina es Revista Generación de la Universidad de Costa Rica.
- El logotipo de la Revista Generación consiste en un sol en tribal con tendencia precolombina formado por un círculo y dieciséis rayos, dentro del círculo una G, todo en color amarillo fuerte.
- La revista es de género analítico y cibernética es decir, exclusiva para Internet.

Actualmente es un medio conocido más por la población global de Internet que por la universitaria, cuenta con novecientos visitantes por mes.

La Revista Generación es la única en su estilo en el ámbito centroamericano y está dirigida por estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales, especialmente del área de Periodismo e Ingeniería de Sistemas.

El periodismo electrónico tiene una característica fundamental que lo diferencia de cualquier otro medio de comunicación, en él se pueden mezclar los tres tipos de medios periodísticos tradicionales, la televisión por medio de vídeo, radio con el audio y la prensa escrita.

Características, ventajas y desventajas del periodismo electrónico

Este tipo de periodismo tiene como características fundamentales las siguientes:

- El espacio no tiene un límite para la publicación de la información
- El periodista que conoce sobre este tipo de periodismo, tiene la oportunidad de diagramar su propio trabajo.
- Cuenta con mayor posibilidad para que el lector participe con su opinión en el medio CGI.
- Al ser un medio de comunicación electrónico si su periodicidad es semanal o quincenal, debe ser un medio analítico.

En la que a ventajas y desventajas se refiere existentes en el periodismo electrónico con respecto al papel, tenemos que en Internet se ofrece muchas ventajas y las desventajas realmente son pocas, quizás las más importantes son:

Ventajas:

- Ofrecer al lector dos años en línea de todo el producto, aspecto que en el papel tendría que tener mucho espacio para albergar la cantidad de ejemplares que se genera en dos años.
- En el campo de Internet, la publicidad permite a diferentes empresas publicitarias (revistas, periódicos, televisoras, radioemisoras entre otros) poder comercializar.
- Permite ofrecer coberturas especiales inmediatas a los acontecimientos, casi igual a la televisión con solo dos minutos de retraso.
- Es más interactivo que el papel porque si desea enviar una nota o carta se hace de forma inmediata por correo electrónico o chat (lenguaje de comunicación inmediato que permite comunicarse en forma simultánea, puesto que la pantalla se divide en dos, es más interactivo, mientras que por el medio tradicional dura mucho tiempo para llegar.
- Ofrecer mayor cobertura en el panorama mundial ya que, con solo pulsar enter en la computadora se llega hasta Japón en sólo un segundo, mientras que la versión en papel únicamente lo hace en el ámbito nacional y en las capitales de Centroamérica.

Desventajas

- La tecnología, los canales de comunicación que hay en el país son monopolios estatales y el ancho de la banda de transmisión llega en un momento determinado a saturarse, lo que hace que el acceso de la información sea muy lento.
- La mayor parte de la población costarricense es de bajos recursos, lo que hace difícil poder adquirir el equipo necesario, para incursionar en el campo electrónico.
- No se puede ofrecer productos diferentes a la versión de papel

Minivocabulario digital

INTERNET

Enorme red de cobertura que involucra gran cantidad de computadoras (hardware), programas (software) y sobre todo un amplio número de participantes que comparten información, de igual forma se tiene que el periodismo electrónico es una herramienta que se utiliza con el fin de transmitir la información rápidamente. El periodismo electrónico consiste en la difusión de la información incursionada con páginas electrónicas cuyo fin es atraer al mayor número posible de lectores a la nueva tecnología.

WORLD WIDE WEB

Es un sistema de información hipertexto e hipermedia creado en el centro europeo de Física de Partículas (CERN) en Ginebra, presenta la información de los documentos utilizando gráficos, e incluso sonido y vídeo. Los documentos relacionados, que pueden estar ubicados en otros servidores, a los que se accede en forma instantánea y automática.

HIPERTEXTO

Es como una escritura no secuencial a un texto que bifurca, que permite al lector elegir y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario.

BIBLIOGRAFIA

En vista de que no existe información publicada en textos o libros sobre periodismo electrónico, por ser un tema tan novedoso, se utilizó la siguiente bibliografía:

INTERNET

- Echeverría, Javier. Internet y el periodismo electrónico. Catedrático de Filosofía de la Ciencia. Universidad del País

Vasco. ylpecej@sf.ehu.es

- Lara, Juan Fernando. Periodismo electrónico: Otra forma de reporteo. La Nación Digital. Estación 21.

ENTREVISTAS

- Solís, Franklin. La República Digital. Periódico La República.
- Montoya, Gilbert. La Nación Digital. Centro de Documentación. Periódico la Nación.
- Mora, Florita. Revista Generación. Universidad Latina de Costa Rica.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Gutiérrez, Evelyn (1999): Periodismo electrónico. Comunicación de masas del siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social, 24.0 Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/12evelyn.html>