



Programa de Doctorado de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Universidad Autònoma de Barcelona (UAB)

TESIS DOCTORAL

La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España

Dirigido por:

DR. JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

Realizado por:

SANTIAGO TEJEDOR CALVO

BELLATERRA, ENERO DE 2006

“Toda idea nueva pasa inevitablemente
por tres fases: primero es ridícula,
luego es peligrosa, y después...
¡todos la sabían!”

PROVERBIO TURCO

Agradecimientos

Por fin. El proyecto que emprendí hace ya varios años culmina una etapa crucial de su desarrollo con la elaboración de la presente Tesis doctoral.

En esta etapa del “camino”, quisiera dedicar estas casi 500 páginas a aquellas personas que han sabido, una y otra vez, guiarme en este enrevesado y sacrificado camino que es la investigación, que me han regalado su apoyo y me han contagiado su ilusión.

“Conocer a los demás es sabiduría.
Conocerse a sí mismo es iluminación.
Vencer a los demás requiere fuerza.
Vencerse a sí mismo requiere fortaleza.
Quien consigue sus propósitos, es
voluntarioso.
Quien sabe contentarse, es rico.
Quien no abandona su puesto, perdura.
Quien vive el eterno presente, no muere.”

TAO TE CHING
LAO TSE

En primer lugar, creo que es para mí una obligación y, al mismo tiempo, una gran satisfacción agradecerle a mi tutor y director de tesis, José Manuel Pérez Tornero su apoyo, dedicación e implicación en este “proyecto” que nació hace ya algunos años en el marco de provechosas y fructíferas charlas entre aeropuertos, clases y reuniones de trabajo. En este sentido, le agradezco todas las matutinas y sacrificadas sesiones de trabajo —sábados y domingos incluidos— debatiendo e intentando ordenar ese “laberinto” que algunos han bautizado como “periodismo en Internet” o “ciberperiodismo”. Todos necesitamos una brújula. Gracias, por todo.

A mis padres y principales valedores, por su fe y apoyo incondicional: J.M. (y el camino del *tao*) y Amparo (motor y vida). A mi hermanos: Álex (por esas fructíferas charlas sobre ética y deontología...), a Nacho (paso a paso hasta la victoria) y a Ana (futuro).

Por otro lado, quisiera darle las gracias a José María Perceval, por su apoyo incondicional y su crítica (destruktiva, “malvada”, necesaria) que a lo largo de estos meses me han enseñando a odiarlo y a valorarlo más que nunca.

Gracias también a *malope*, que cree en esto más que nadie; a Pere Oriol Costa, por enseñarme la constancia; a Agustín Iruela, que me enseñó cómo llegar; a Manuel Pinto, que se aventuró, mucho antes que yo, por los “jardines” y “senderos” del

ciberperiodismo; a Obdulio Martín Bernal, por la oportunidad; a Federico Fernández, que me regaló una idea; a José Ignacio Aguaded y el tiempo (Ahora sí, esto avanza); a Xabier Arkotxa, por la confianza y el saber hacer; a José Luis Riva, por su gran apoyo; a José Luis Valero, y la ciberinfografía; a Antonio Fernández Coca que dibuja el multimedia; a Ana Becerra (por su ayuda y su *marketing*), al Observatorio de Periodismo e Internet (OPEI), por sus retos; al Equipo del Gabinete de Comunicación y Educación (por su paciencia. Gracias Gloria, Karina, Luciana, Patricia, Rebecca y Juan Pablo); a los (*mis*) alumnos de licenciatura (que tanto aprenden, que tanto enseñan); a los estudiantes del Máster Internacional de Comunicación y Educación (presenciales y virtuales); y a los investigadores, docentes y periodistas que colaboraron en el desarrollo de esta investigación; también a aquellos profesionales —anónimos o conocidos— que en congresos, jornadas y seminarios compartieron generosamente ideas, proyectos e ilusiones.

A mis “hermanos” adoptivos: Geovanni Peña (siempre), Alfonso Trigueros (tan lejos, tan cerca), Chani (te debo una), Ángel Galicia (Ilegaremos), Pedro Rubio (“Caminante no hay camino...”), Jordi Molina (que dirige el equipo), Ramiro Noriega (y Mc Luhan), Eric Samson (por un año inolvidable), Xavi Ortuño (que nunca me falla), Alberto Soler (y esos sábados de duro trabajo), Jaime Dembilio (y la “ecuación” de la vida), Ricard Salvat, Jordi y Gerard Miró (A-308), Carlos Maeso (que, entre pirámides mayas, me reveló la teoría del *xcaret*), *Charlie* Busutil y *Lucho* Mazarredo (arquitectos de la información... y de la vida), Arancha (mi musa), Carlos Martínez (y el *beches*), a Lucía Pérez (por tu fuerza que es única) y Gabriela Reyes (un ejemplo a seguir). A todos los expedicionarios que siguieron la estela que marca Tahina-Can. A “mi” gente de Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Chile, México, Guatemala y esos otros recovecos del “Sur” donde aprendí a convertir cualquier caída en una nueva oportunidad de cambio y mejora. Y también a ti: Dana. (A fin de cuentas, nada se *pierde*. Tampoco, una *estrella*).

Gracias a todos.

Bellaterra (Barcelona, enero de 2006)

ÍNDICE DE CONTENIDOS		Pag.
ANEXO I		
Parte I:		
Presentación de la investigación		
Objetivos		12
Justificación		13
Estructura		23
Punto de partida		25
Preguntas para la investigación		25
Resultados a alcanzar		26
Metodología de trabajo y Etapas		27
Selección del corpus de análisis		29
Análisis de campo		31
Criterios de selección		33
Parámetros para el análisis de los programas		36
Cuestionario a docentes: Metodología, diseño del cuestionario y destinatarios ...		40
Entrevistas a profesionales		44
Parte II:		
Introducción: El ciberperiodismo		
Introducción: El periodismo que inaugura Internet		46
Ciberperiodismo: Aproximación al concepto de estudio		50
Características del ciberperiodismo		56
Principales características		57
-Inmediatez y ubicuidad		59
-Multimedia		64
-Personalización		73
-Interactividad		76
-Narrativa hipertextual		78
-Gran capacidad documental		87

	-Virtualidad	90
Los 10 retos del ciberperiodismo: Problemas, transformaciones y exigencias del Periodismo en Internet		93
	Introducción: Los 10 retos del ciberperiodismo	93
	<u>Reto 01. Etapa actual:</u> Superar un periodo de transición, experimentación y exploración	98
	- La imprenta de Gutenberg: Reproducción mecánica de los escrito	102
	- Del manuscrito al libro	103
	- Del libro a la textualidad electrónica	104
	- Miedo analógico a la tecnología digital	105
	- Del diario papel al diario digital	106
	'Incunables' electrónicos en el ciberespacio	107
	<u>Reto 02. Nuevas rutinas productivas:</u> Definir y aplicar nuevos modelos de producción de los mensajes periodísticos	110
	<u>Reto 03. Redacción ciberperiodística:</u> Determinar las características de una escritura periodística adaptada a la Red	116
	La redacción ciberperiodística: Una escritura de palabras, imágenes y sonidos	122
	El valor de la imagen en el periodismo electrónico	124
	La lógica del 'visionado' en la creación de contenidos	126
	Jerarquización de la información: Aplicación de la pirámide invertida a las superficies hipermedia	129
	Libros de estilo: En busca de un manual para la redacción periodística digital	134
	<u>Reto 04. Prestigio y credibilidad:</u> Necesidad de crear informaciones on-line de calidad	137
	<u>Reto 05. Nuevos productos periodísticos on-line:</u> Cómo crear nuevos servicios informativos adaptados a la Red	140
	El diario electrónico: El servicio ciberperiodístico por excelencia	146
	Los <i>mailnews</i> : Un ejemplo de nuevo servicio ciberperiodístico	152
	<u>Reto 06. Ciberperiodismo y mercado:</u> Cómo establecer las bases de un modelo de negocio rentable	157

Reto 07. <u>Periodista digital</u> : Necesidad de definir el perfil del profesional del ciberperiodismo	159
Reto 08. <u>La figura del lecto-autor</u> : Definir estrategias para un nuevo tipo de usuario	164
Reto 09. <u>El ciberperiodismo en la universidad</u> : Cómo introducir la enseñanza del ciberperiodismo en la Universidad	165
Reto 10. <u>Aspectos jurídicos</u> : Importancia de solucionar los interrogantes legales que introduce el ciberperiodismo	168

Parte III:
El ciberperiodista:
El perfil del profesional del periodismo on-line

El periodista digital: Perfil profesional del ciberperiodista	172
Introducción	172
El periodista digital: Reflexiones del 1996 al 2005	173
Hacia una definición del ciberperiodista	185
Funciones del ciberperiodista	194
La formación continuada en el ciberperiodismo	205

ANEXO II

Parte IV:
Estado actual de la enseñanza
del ciberperiodismo I:
Universidades y Asignaturas

La universidad y el ciberperiodismo	209
Un complejo corpus de estudio	210
Asignaturas 'sobre' ciberperiodismo	211
Áreas temáticas	215
Enfoque de las asignaturas: Teoría / Práctica	235
Tipo de asignaturas: Valor académico	236
Distribución de asignaturas por ciclo y curso	238
Referencias al ciberperiodismo en los programas	240
Referencias bibliográficas	242

Parte V:
Estado actual de la enseñanza del
ciberperiodismo II:

Asignaturas que tratan parcialmente el tema del ciberperiodismo

Asignaturas que tratan parcialmente el tema del periodismo digital	244
Áreas temáticas	246
Enfoque de las asignaturas: Teoría / Práctica	255
Tipo de asignaturas: Valor académico	258
Distribución de asignaturas por ciclo y curso	259
Referencias al ciberperiodismo en los programas	261
Referencias bibliográficas	262

Parte VI:
Estado actual de la enseñanza del
ciberperiodismo III:

Asignaturas ‘de’ periodismo on-line

Asignaturas “de” periodismo on-line	265
Enfoque de las asignaturas: Teoría / Práctica	267
Tipo de asignaturas: Valor académico	271
Distribución de asignaturas por ciclo y curso	272
Referencias bibliográficas	274
Análisis de contenido	275
Título de la asignatura	275
Objetivos	280
Temario	285
Bibliografía	301

Parte VII:
La enseñanza del ciberperiodismo:

Propuestas del mundo profesional y académico

Principales cambios en la formación que exige el ciberperiodismo	304
Reflexiones desde el ámbito académico	304

	Reflexiones desde el ámbito profesional	311
	Retos e interrogantes en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio universitarios	320
	Barreras en la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo	320
	Propuestas para la inserción curricular del ciberperiodismo	334
	Recomendaciones para la inclusión curricular del ciberperiodismo	346
	- La inclusión curricular del ciberperiodismo: Un hito obligado	346
	- ¿Autonomía o transversalidad?	348
	Principales habilidades del ciberperiodista	355
	Definición de objetivos en la enseñanza del ciberperiodismo	362
	Principales objetivos	362
	El conocimiento técnico en el aprendizaje del ciberperiodismo	372
	Áreas afines al estudio del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo	377
Parte VIII:		
Pautas para la creación de un currículo de ciberperiodismo		
	Apuntes para la creación de un currículo de ciberperiodismo	383
	Denominación para una asignatura de ciberperiodismo	384
	Número, valor académico y curso para una o varias asignaturas de ciberperiodismo	394
	Número de asignaturas de ciberperiodismo	394
	Valor académico de las asignaturas de ciberperiodismo	396
	Ciclo de estudios y curso	399
	La importancia de un enfoque teórico-práctico	402
	Temario: Definiendo un programa de estudios	403
	Referencias bibliográficas: Del papel a la WWW	407
	Tipología de prácticas	410

**Parte IX:
Conclusiones**

	El ciberperiodismo: Un campo nuevo y en continuo cambio	417
	El ciberperiodista: El perfil del profesional del periodismo on-line	419
	Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo en las universidades españolas: Diagnóstico general	421
	Conclusiones sobre el corpus general de la investigación	422
	Conclusiones de las asignaturas “sobre” ciberperiodismo	429
	Conclusiones de las asignaturas ‘de’ ciberperiodismo	436
	Principales obstáculos para la inclusión curricular del ciberperiodismo	441
	Principales cambios en la formación que exige el ciberperiodismo	445
	La inserción curricular del ciberperiodismo: Enfoque	447
	Principales habilidades y destrezas del ciberperiodista	448
	Principales objetivos de la enseñanza del ciberperiodismo	449
	Pautas para la creación de una asignatura de ciberperiodismo	451
	Recomendaciones para la inclusión curricular del ciberperiodismo	453

**Parte X:
Bibliografía**

	Bibliografía	474
--	--------------------	-----

PARTE I

Presentación de la investigación

Objetivos de la investigación

La tesis doctoral **El estudio del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España** tiene como meta realizar un estudio detallado de la presencia actual del periodismo digital¹ en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo que se imparten en España y obtener criterios que permitan establecer sugerencias y recomendaciones para su correcta inclusión curricular en los mismos. Dentro de estos objetivos generales, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- a) Analizar la presencia del periodismo digital en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo de las universidades españolas correspondientes al curso académico 2004-05.
- b) Estudiar los objetivos pedagógicos que persiguen las asignaturas que trabajan el tema del ciberperiodismo.
- c) Describir las características del temario de las asignaturas que trabajan, directa o indirectamente, el tema del periodismo digital.
- d) Analizar los planteamientos y reflexiones teóricas de docentes e investigadores que se dedican a la enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo de España.
- e) Conocer las demandas que desde el terreno profesional existen con relación a la formación de los futuros profesionales del ciberperiodismo.
- f) Contrastar los planteamientos realizados desde el ámbito académico con las exigencias realizadas desde el ámbito profesional.
- g) Definir las principales debilidades y fortalezas que presenta el estudio del periodismo digital en las licenciaturas de Periodismo de las universidades españolas.
- h) Esbozar el perfil profesional (competencias y habilidades) exigidas al ciberperiodista.
- i) Elaborar un conjunto de recomendaciones para la inclusión del periodismo digital en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.

¹ En el marco del presente trabajo de investigación, se ha considerado oportuno utilizar diferentes formas de referirse al periodismo en Internet, como: periodismo en la web, periodismo electrónico, periodismo digital o ciberperiodismo, entre otras. De este modo, se evita abrir el debate (que sigue vigente) en torno a la denominación más apropiada para hacer referencia a este tipo de periodismo.

Justificación de la investigación

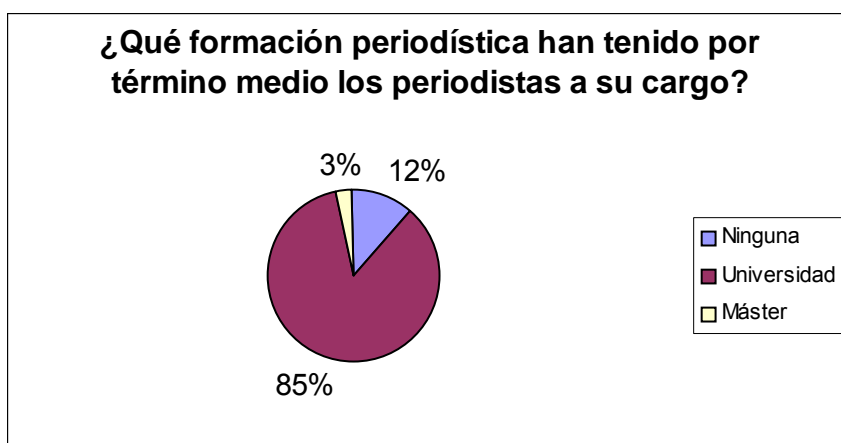
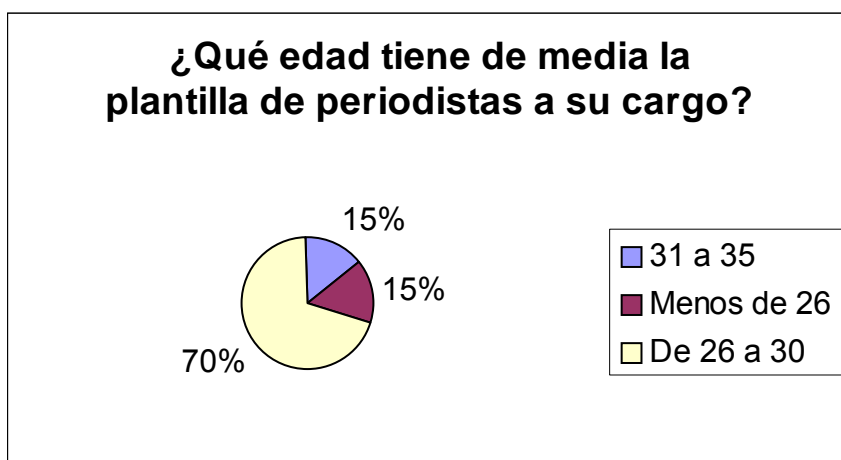
El incremento del número de diarios electrónicos existentes en Internet (de los 20 diarios de todo el mundo que circulaban por la Red en 1994 se ha pasado a más de 10.000); la necesidad de generar un marco conceptual consensuado sobre periodismo electrónico entre profesionales del periodismo, investigadores y docentes; la pertinencia de establecer las bases de una redacción ciberperiodística; la importancia de formar a los futuros profesionales de la comunicación en función de las exigencias que introducen las nuevas tecnologías de la comunicación; la inexistencia de manuales de redacción y libros de estilo en uso dentro de las redacciones de los actuales diarios electrónicos o la inminente adaptación de los planes de curriculares de las universidades que imparten estudios sobre Comunicación, son algunas de las razones que justifican el desarrollo de esta investigación destinada a analizar las características actuales del estudio del periodismo electrónico.

La universidad tiene la obligación de ir actualizando y adaptando sus planes de estudio en función de las transformaciones y exigencias de la sociedad. En el caso de los profesionales de la información, es posible afirmar que Internet se ha convertido, especialmente a partir de 1992, en una herramienta de información y comunicación muy importante para todos los ciudadanos. En este terreno, se plantea la urgente necesidad de adaptar los planes de estudios, esto es, la formación de los profesionales de la información a las nuevas demandas de la sociedad-red.

En el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital, celebrado en Huesca (España) entre el 20 y el 21 de enero de 2005, se presentaron en la revista *Sensor: Cuadernos del Congreso de Periodismo Digital*², los resultados de una

² *SENSOR. Cuadernos del Congreso de Periodismo digital. VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. Huesca. 20 y 21 de enero de 2005. Nº 1.*

encuesta³ realizada a los responsables de la edición electrónica de diferentes medios de comunicación españoles. Entre los temas abordados, destacan las condiciones laborales y económicas de los periodistas digitales, la relación entre la versión impresa y digital (en los casos de empresas periodísticas con dos cabeceras: papel y digital) y, la visión que el público y los compañeros de trabajo tienen del periodista digital. En este sentido y con relación a la temática de la presente investigación, resulta interesante rescatar algunas conclusiones del citado estudio.



³ La encuesta se realizó mediante el envío de un cuestionario electrónico a los responsables de la página de Internet de 70 medios de comunicación españoles. De ellos, respondieron un total de 39. Los datos de las encuestas se basan en las respuestas obtenidas de: *El País, La Razón, 20 minutos, Metro Directo, Marca, AS, Expansión, Cinco Días, Gaceta de los Negocios, Sur, Diario de Málaga, Diario de Cádiz, Ideal, Diario de Almería, Diario Montañés, El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, El Mundo Deportivo, El Diario Vasco, La Voz de Galicia, La Verdad, Heraldo de Aragón, El Periódico de Aragón, Diario del Altoaragón, Diario de Mallorca, El Norte de Castilla, El Adelantado, El Periódico de Extremadura, Diario de Navarra, Las Provincias, Cadena Ser, Catalunya Ràdio, Onda cero, Libertad Digital, Madridiario, Andalucía 24 Horas, Aragón Digital y Canarias Ahora*. La encuesta se llevó a cabo entre el 1 y el 17 de enero de 2005.

De las anteriores gráficas se desprende que el periodista digital español tiene entre 26 y 30 años de media, es licenciado y lleva trabajando en su medio menos de tres años. En este sentido, podemos comprobar la importancia que posee la universidad en la preparación inicial de los periodistas digitales, ya que la formación académica de un 85% de ellos se reduce a los estudios de licenciatura. Por ello, se plantea la necesidad de conocer cuál es la formación que los futuros profesionales de la información están recibiendo con relación al periodismo electrónico para determinar si ésta es suficiente y, al mismo tiempo, si se adapta a las necesidades actuales de la profesión⁴.

Los profesionales de la comunicación dedicados al desarrollo del ciberperiodismo —a los que a partir de ahora nos referiremos de como ‘periodistas digitales’ o ‘ciberperiodistas’— son, en su mayoría, licenciados que básicamente han adquirido sus competencias —tanto teóricas como instrumentales— a lo largo de los años de licenciatura. Este aspecto viene a indicar la importancia que posee este periodo de estudios en la formación de los futuros profesionales del Periodismo.

Si bien la encuesta no lo precisa, se podría afirmar que serían los licenciados del ámbito de las Ciencias de la Comunicación, especialmente, los licenciados en Periodismo, los que ocuparían este tipo de puestos. De ello, se deriva la necesidad de definir planes de estudios que permitan dotar a los egresados de las competencias necesarias para poder ingresar en el mercado laboral como profesionales con una sólida formación teórica, conocedores de las rutinas de

⁴ Tal y como señala Bella Palomo, de la Universidad de Málaga: “La mayoría de las empresas se muestran reticentes a la hora de invertir en la formación y reestructuración de sus plantillas que supondría dar por bueno el reto que plantea el Periodismo en línea. Ello es motivo de crítica por parte de los profesionales. En nuestro país, por ejemplo, donde la práctica totalidad de los diarios se encuentran en la red, sólo la mitad de los periodistas reconocen tener correo electrónico en la redacción, si bien la mayoría asegura el uso frecuente de Internet para el ejercicio de su trabajo”. EN: PALOMO, M^a Bella. *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Comunicación Social, Sevilla, 2004.

producción periodística y capacitados para desempeñar las nuevas funciones que introduce la Red en el quehacer periodístico.

En este sentido y con referencia al periodismo electrónico, se nos plantea una ecuación muy sencilla: si la mayoría de profesionales que trabajan en este campo son jóvenes (de entre 26 y 30 años) con una formación académica que se basa en los estudios de licenciatura, se plantea la necesidad de formar a los estudiantes de Periodismo en las competencias propias del periodismo digital. Para ello, la inclusión en los planes de estudio de las licenciaturas de materias que profundicen en las características, rutinas de producción y otros aspectos de esta nueva forma de periodismo constituye un hito fundamental. Así lo reconoce la investigadora Virginia Luzón:

”Es un hecho que sin la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación el trabajo será más lento y posiblemente menos elaborado. Y además, se suma el agravante de que más de la mitad de las actuales ofertas de trabajo para el periodista provienen de medios digitales, donde saber aplicar correctamente los criterios de utilización de las nuevas tecnologías es imprescindible. Por ello, en el ámbito laboral podemos diferenciar entre aquellos periodistas formados y capacitados para trabajar con las nuevas tecnologías y aquellos cuya formación ha quedado anticuada, al ser anterior a la implantación de las nuevas tecnologías en el ámbito español”⁵.

En 2004, en el marco del V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca, celebrado del 15 al 16 de enero, José Alonso Seco y Mercedes del Hoyo Hurtado, profesores de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid, presentaron una comunicación titulada “Los periodistas del año que viene” en la

⁵ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 17.

que exponen los resultados de un estudio destinado a conocer el interés de los estudiantes hacia los medios digitales (en el caso de este estudio, se trataba de los alumnos de la primera promoción –año 2004- de licenciados en Periodismo que habían cursado de manera completa estos estudios en la Universidad Carlos III de Madrid), si los conocen y si los contemplan como una posible salida laboral. Del estudio se desprende que “aunque los estudiantes se han incorporado casi en su totalidad a las nuevas tecnologías, no se sienten atraídos por el ‘periodismo digital’”. En este sentido, los autores apuntan la necesidad de “apostar por una completa reforma de los estudios, así como por la alfabetización digital y formación constante del profesorado; la estrecha unión entre teoría y práctica, y la adecuación de la Universidad a la realidad de la nueva Sociedad de la Información” (Seco, A; Del Hoyo, M: 2004). Si bien la reflexión de Seco y Del Hoyo no se centra específicamente en las definiciones de las competencias que ha de presentar el profesional del ciberperiodismo, resulta interesante detectar cómo ya en el 2004 se hace hincapié en la necesidad de reformular los planes de estudio de Periodismo para adaptarlos a las exigencias que introducen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Según un estudio realizado por la Federación Internacional de Periodistas, FIP, organismo que aglutina a nivel mundial un mayor número de profesionales, el 40% de los periodistas se declaran “analfabetos tecnológicamente” al ser preguntados por sus capacidades para asumir los avances de la Sociedad de la Información.

Al mismo tiempo y más allá de las exigencias del ‘mercado’ laboral que inaugura el periodismo electrónico (que algunos podrían tachar de esporádicas y/o poco sólidas) los estudios de Periodismo, así como el resto de áreas del ámbito de las Ciencias de la Comunicación o de la Información, deben afrontar el reto de adaptarse a las exigencias de la denominada Sociedad de la Información, que básicamente a través de Internet, ha llegado a numerosos ámbitos de la sociedad. El tele-trabajo, la tele-medicina, la tele-compra, la tele-educación... son sólo los principales exponentes de un conjunto de cambios que

algunos teóricos, como Nicholas Negroponte, han calificado de 'revolución digital'⁶.

En este conjunto de transformaciones, los procesos informativos y comunicativos se han visto ampliamente modificados y ampliados. Desde el correo electrónico y los servicios de chat hasta las videoconferencias y los sitios web, Internet ha logrado ampliar las posibilidades comunicativas en todas sus dimensiones. En este ámbito, los periódicos electrónicos, todavía inmersos en su etapa inicial de desarrollo, y otros servicios —como los weblogs o bitácoras de la Red— constituyen el principal referente dentro del conjunto de productos on-line de carácter más periodístico.

En definitiva y ante este conjunto de cambios, corresponde a las universidades y, más concretamente a aquellos centros dedicados al estudio de las Ciencias de la Comunicación, modificar sus programas de estudio para dar cabida a este amplio conjunto de cambios. Del mismo modo, el ámbito universitario debe asumir el liderazgo en el desarrollo de líneas de investigación destinadas a reflexionar sobre las nuevas tecnologías de la comunicación.

El periodismo electrónico exige a los profesionales de la información nuevas competencias que van desde la asimilación de destrezas en el manejo de herramientas de software hasta la adquisición de una serie de conocimientos de índole teórico-práctica sobre los fundamentos y pautas de redacción de los mensajes periodísticos destinados a ser difundidos en el medio on-line. En este sentido, las facultades y centros de estudios universitarios que se encargan de la formación de los futuros periodistas deberían ir incorporando en sus planes de estudio nuevas materias que garanticen que los futuros licenciados poseen las competencias propias del nuevo perfil del profesional periodístico.

⁶ NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital*. Barcelona, Ediciones B, 1995.

“[...] el periodista que trabaja para cabeceras digitales tiene que interactuar con los lectores y pensar en multimedia, informar con textos, imágenes y sonido, aunque eso hoy produce, en la práctica, unas dificultades operativas que la tecnología y, como consecuencia, los medios, todavía no han podido resolver”⁷.

Por otro lado, el periodismo electrónico abre también el debate en torno a la pertinencia o no de revisar la teoría tradicional de los géneros periodísticos. Del mismo modo, y si bien se ha incrementado notablemente el número de títulos en los últimos años, muchos investigadores y docentes hacen especial hincapié en la necesidad de elaborar materiales didácticos que traten —tanto desde el punto de vista teórico como mediante manuales— el tema del periodismo electrónico. Incluso, algunos aseguran que las referencias bibliográficas diseñadas para su uso en el ámbito académico gozarían de una excelente acogida en el ámbito universitario al tiempo que contribuirían a una mejor preparación de los estudiantes.

Tal y como señala Javier Díaz Noci, profesor e investigador de la Universidad del País Vasco, la investigación sobre el periodismo electrónico se encuentra todavía en una fase incipiente de su desarrollo⁸. No obstante, este experto señala que la elaboración de materiales de estudio en torno al periodismo electrónico resultaría de gran ayuda para los futuros periodistas en diferentes disciplinas. Con relación a ello, se puede añadir que la formación de estos estudiantes en ciberperiodismo debería abarcar diferentes ámbitos. Entre ellos, se encuentran los siguientes: teoría del hipertexto, pautas básicas para la

⁷ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 93.

⁸ “Nos encontramos hoy en ayunos de investigaciones sobre el nuevo discurso electrónico, y aún más de reflexiones sobre el texto (o mejor, el discurso) informativo digital. Y eso que ensayos sobre este tema serían de inmediata aplicación en la docencia encaminada a la formación de profesionales del periodismo, en asignaturas como las de redacción periodística, tecnología de los medios impresos o diseño, en las que al menos un sector del profesorado ha insistido siempre en el carácter eminentemente práctico de la enseñanza. Estamos, empero, en la Universidad, y la investigación teórica se revela, en este ámbito como en otros, pero en éste claramente, la base previa y necesaria de cualquier material que luego pueda ofrecerse al alumnado como ejemplo de cómo hacer las cosas” (Díaz Noci, J.: 2001).

correcta concepción y diseño de superficies hipermedia informativas, nociones básicas de usabilidad y diseño web, introducción al manejo de las principales herramientas de software que se utilizan en el campo del periodismo electrónico, directrices que rigen una correcta redacción periodística on-line, narrativa multimedia, gestión del conocimiento, etc.

“En este caso, preguntarse cómo se está haciendo y cómo podría hacerse, da las posibilidades técnicas y las argumentaciones teóricas que le preceden, ese discurso electrónico (cuya base técnica y conceptual es el llamado hipertexto o, más ampliamente, hipermedia) se nos antoja *conditio sine qua non* para la futura confección de manuales prácticos que el futuro periodista, cuyo porvenir es o puede ser digital, va a demandar dentro de nada. La investigación está ya comenzando a dar sus frutos, aunque prima de momento el empirismo (bien amparado en técnicas descriptivas o comparativas tal vez necesarias en una primera fase, pero por fuerza a la postre insuficientes) y el tradicional método ‘prueba- error’. No obstante, algo se ha hecho ya, y es de esperar que a medida que el mercado se consolide la oferta docente lo hará también”⁹.

En conclusión, el periodismo electrónico introduce un reto que debe ser resuelto en el ámbito académico: diseñar un currículo adaptado a las exigencias del ciberperiodismo. Esta tarea requiere de un estrecho diálogo entre las empresas periodísticas y los medios de comunicación que ofrecen productos en el medio on-line y los investigadores y teóricos que desarrollan sus investigaciones en el marco de este campo de estudio. De este modo, los programas académicos podrán diseñarse teniendo en consideración las exigencias que el nuevo panorama mediático solicita a los profesionales de la información.

⁹ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 90.

“El público es para el periodista, en mayor o menor medida, un misterio, la Red le ofrece la posibilidad de interactuar con él, pero también le marca un nuevo reto de precisión y veracidad, de adaptación de contenidos y de respuestas a ese continuo *feed back* comunicación de retorno, que no será fácil de enfrentar sin la debida preparación”¹⁰.

Por otro lado y puesto que el periodismo electrónico se sitúa actualmente en su fase inicial de desarrollo, los investigadores no han podido, por el momento, desarrollar un método de análisis de los contenidos consolidado y adecuado a las características del medio on-line. Aún así, esta tarea se presenta como un hito fundamental en aras de lograr establecer un marco teórico de reflexión sólido en torno al periodismo electrónico.

“Uno de los pilares de cualquier investigación científica sobre los medios de comunicación es la creación de una sólida estructura que guíe el proceso investigativo. Berelson, Flesch, Kayser, Kientz y Krippendorff han dejado para nosotros sólidas bases para el análisis de contenido de los medios impresos. Y hacer lo mismo para los medios informativos en la web es un desafío que los jóvenes investigadores debemos asumir”¹¹.

No obstante, existen herramientas de análisis y recogida de datos que permiten desarrollar estudios e investigaciones sobre cuestiones como el modo de recepción de los mensajes, el impacto de los mismos, etc. En este sentido, el esfuerzo debería ir dirigido también a la creación de instrumentos que

¹⁰ MORALES, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional. El diario ‘El Tiempo de Piura’”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 122.

¹¹ ALBARRACÍN, Santiago. “Mitos y realidad del periodismo digital. Los desafíos para el investigador”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 44.

permitieran desarrollar las pautas para un profundo análisis de los contenidos de los productos informativos on-line.

Este conjunto de necesidades, exigencias e interrogantes justifican la pertinencia de llevar a cabo una investigación destinada a analizar el estado actual del ciberperiodismo y establecer un conjunto de recomendaciones para su inclusión en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.

Estructura de la investigación

La investigación presenta los siguientes apartados:

Parte I	Presentación de la investigación Explicación de los objetivos, justificación, metodología y corpus de la investigación.
Parte II	Introducción: El ciberperiodismo Reflexión teórica en torno al concepto de “periodismo electrónico” y especialmente, con relación a sus posibilidades y aplicaciones.
Parte III	El ciberperiodista: El perfil del profesional del periodismo on-line Las transformaciones que introduce el ciberperiodismo afectan directamente al tipo de habilidades que ha de presentar el profesional de la comunicación que trabaje en este ámbito. Este aspecto se encuentra directamente ligado a las necesidades formativas que los futuros comunicadores han de recibir en las universidades. En este sentido, en este apartado de la Tesis se procede a analizar cuales son las funciones, habilidades y destrezas requeridas al profesional del ciberperiodismo.
Parte IV	Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo I: Universidades y Asignaturas Análisis del estado actual (curso 2004-05) del estudio del periodismo electrónico. Se presentan los datos generales derivados del análisis de 109 asignaturas que tratan, de forma exclusiva o parcial, el tema del periodismo digital o temas relacionados con el mismo.
Parte V	Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo II: Asignaturas que tratan parcialmente el tema del ciberperiodismo

	<p>Estudio detallado de las materias que, sin dedicarse exclusivamente a este tema, incluyen en sus programas algún capítulo o apartado sobre el periodismo electrónico.</p>
Parte VI	<p>Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas “de” periodismo on-line</p> <p>Análisis en profundidad de las asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico. Estudio de sus objetivos, temarios, referencias bibliográficas, etc.</p>
Parte VII	<p>La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico</p> <p>Síntesis de las propuestas que, desde el mundo académico y profesional, se realizan con relación a la inclusión curricular del ciberperiodismo.</p>
Parte VIII	<p>Pautas para la creación de un currículo sobre ciberperiodismo</p> <p>En este apartado se plantean una serie de recomendaciones para el diseño de una o varias materias sobre ciberperiodismo.</p>
Parte IX	<p>Conclusiones</p> <p>Se plantean las conclusiones generales del estudio sobre el estado actual del estudio del periodismo digital en España y las recomendaciones para su estudio en el marco de las licenciaturas de periodismo españolas.</p>
Parte X	<p>Bibliografía</p> <p>Referencias bibliográficas utilizadas en el marco de la investigación.</p>

Punto de partida

La investigación parte de la siguiente hipótesis de trabajo:

En el campo del periodismo electrónico español no se ha alcanzado, por el momento, un consenso entre periodistas, investigadores y docentes en torno a las directrices (en cuanto a contenidos, objetivos y metodologías didácticas) que han de regir la inclusión curricular del ciberperiodismo.

Preguntas para la investigación

Las principales preguntas en torno a las cuáles se ha desarrollado el trabajo son las siguientes:

Asignaturas

- ¿Cuáles son las asignaturas vinculadas con el periodismo electrónico que actualmente se imparten en las universidades españolas?
- ¿Qué importancia poseen estas materias en los planes de estudio (créditos / duración, tipo de asignatura)?
- ¿Cuáles son los objetivos pedagógicos que persiguen las asignaturas relacionadas con el periodismo electrónico?
- ¿Cuáles son los contenidos de las asignaturas relacionadas con el periodismo electrónico?
- ¿Qué bibliografía utilizan las asignaturas vinculadas con el estudio del periodismo electrónico?

Perfil del ciberperiodista

- ¿Cuáles son las nuevas funciones que ha de asumir el profesional del comunicación en el ámbito del ciberperiodismo?
- ¿Cómo se transforman las funciones tradicionales con el ciberperiodismo?

- ¿Qué nuevas competencias —esto es: no presentes en los planes de estudio actuales como exigencias formativas de los profesionales de la comunicación— ha de adquirir el ciberperiodista?

Enseñanza del ciberperiodismo

- ¿En la inserción curricular del ciberperiodismo se ha de optar por un planteamiento autónomo —asignatura específica de ciberperiodismo— o por un enfoque transversal? ¿Son compatibles ambos planteamientos?
- ¿Cuáles son las áreas temáticas y temas de interés para definir un programa de estudio sobre ciberperiodismo?
- ¿Qué tipología de prácticas se consideran más apropiadas en el proceso formativo del ciberperiodista?
- ¿Cuál ha de ser el perfil del docente de ciberperiodismo?
- ¿Qué metodologías de estudio se consideran más apropiadas?

Resultados a alcanzar

Los resultados que se pretenden alcanzar con la investigación se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Elaborar un diagnóstico del estado actual de los estudios de ciberperiodismo a nivel de las licenciaturas de Periodismo de España.
- Elaborar un perfil del profesional del ciberperiodismo: competencias, habilidades, etc.
- Elaborar un conjunto de recomendaciones y sugerencias orientadas a actualizar los estudios sobre periodismo en Internet para responder a las exigencias del siglo XXI.

Metodología de trabajo y Etapas

El desarrollo de la investigación ha seguido las siguientes etapas:

Etapas de la investigación
Fase 01
- Conceptualización del periodismo digital (orígenes, características, modelos y principales aplicaciones, transformaciones y problemáticas) a partir de la bibliografía publicada sobre el tema desde 1996 a 2005.
Fase 02
- Elaboración de un listado de las universidades que imparten la licenciatura de Periodismo en España.
- Confección del listado de las universidades que imparten la licenciatura de Periodismo y que disponen de una o varias materias relacionadas con el ámbito del periodismo electrónico.
Fase 03
- Elaboración de una relación de las asignaturas que actualmente tratan temas relacionados con el periodismo digital (nombre, tipología, nº de créditos y curso en que se imparten).
- Análisis de los contenidos que se imparten en estas materias, clasificándolos por áreas temáticas (Ver apartado: "Parámetros de análisis").
Fase 04
- Estudio de las asignaturas que dedican algún apartado de sus temarios al estudio del periodismo electrónico.
- Análisis del tipo de contenidos que se imparten en estas asignaturas y las características principales de las mismas (estructura de la materia, método de evaluación, bibliografía utilizada, etc.).

Fase 05
<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de las asignaturas que, de forma exclusiva se dedican al estudio del periodismo electrónico.
<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del tipo de contenidos que se imparten en estas asignaturas y las características principales de las mismas (estructura de la materia, método de evaluación, bibliografía utilizada, etc.).
Fase 06
<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un informe sobre las principales debilidades y fortalezas a partir del estudio de los planes de estudios comentados anteriormente.
Fase 07
<ul style="list-style-type: none"> - Envío y análisis de los cuestionarios enviados a profesionales e investigadores de diferentes universidades españolas.
Fase 08
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas con periodistas en activo que trabajan en medios digitales (agencias de información on-line, diarios electrónicos, portales inforativos, etc.).
Fase 09
<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un conjunto de recomendaciones y sugerencias para la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.

Selección del corpus de análisis

En el marco de la investigación se hace referencia al periodismo electrónico como objeto de estudio. En este sentido y con el objetivo de delimitar el alcance de este concepto, se ha elaborado una definición del mismo a partir del estudio de las principales referencias bibliográficas publicadas sobre este tema en el ámbito español desde 1996 hasta 2005.

La definición, que aparece en el segundo apartado de la investigación, es la siguiente: “El ciberperiodismo hace referencia al uso del medio digital (Internet u otras redes telemáticas) y de las posibilidades del mismo en la creación, distribución y almacenamiento de mensajes periodísticos”.

El corpus de la investigación se compone de los programas de las asignaturas (del curso académico 2004-05) de las universidades españolas que imparten la licenciatura de Periodismo que tratan sobre el ciberperiodismo y de aquellas asignaturas que dedican algún capítulo o apartado de su programa a este tema¹².

En total, el trabajo reúne los programas de 109 asignaturas correspondientes a 26 universidades españolas. En el caso de las universidades que disponen de varias asignaturas vinculadas con el tema de la investigación, se han estudiado los programas de todas ellas. Se han descartado aquellas universidades que si bien imparten la licenciatura de Periodismo, no disponen, por el momento, de ninguna asignatura o programa oficial¹³ vinculado con el tema de estudio. Del

¹² El estudio ha analizado los programas de las asignaturas que tratan sobre el periodismo electrónico, pero, al mismo tiempo, se han estudiado los programas de las asignaturas que sólo dedican a este tema uno o varios apartados de su programa. Esta decisión se ha tomado teniendo en consideración que el proceso de inclusión de los contenidos relativos al “periodismo electrónico” se encuentra en su fase inicial y muchas universidades todavía no disponen de materias dedicadas exclusivamente a este tema. Además, algunos docentes consideran que la inserción curricular del periodismo electrónico se debe realizar de manera transversal, esto es, a través de diferentes materias, y no mediante una asignatura autónoma o específica.

¹³ A pesar de que en numerosas universidades existen propuestas de programas de nuevas asignaturas relacionadas con el periodismo electrónico, se ha descartado su inclusión en la investigación en la medida en que en el proceso de aprobación definitiva podrían ser objeto de cambios que podrían alterar las conclusiones resultantes del presente estudio.

mismo modo, no se han tenido en consideración los programas de las asignaturas que se encuentran en proceso de definición y/o aprobación y que, por tanto, no se incluyen en la oferta de materias de estos centros para el curso académico 2004-05. En todos los casos, el investigador ha contactado con el profesor y/o responsable de la unidad o departamento pertinente para comunicarle el objeto, características, finalidad y otros aspectos de la investigación. A todos ellos, les agradecemos su colaboración y ayuda en el desarrollo del presente trabajo.

Análisis de campo

La selección del corpus de la investigación se ha realizado a partir de las universidades que imparten en España la licenciatura de Periodismo. En este sentido, el trabajo se inició a partir del siguiente listado, compuesto por un total de 33 universidades:

LISTADO INICIAL DE UNIVERSIDADES	
1	Universidad Autònoma de Barcelona (Barcelona)
2	Universidad Carlos III (Madrid)
3	Universidad Antonio Nebrija (Madrid)
4	Universidad de Málaga (Málaga)
5	Universidad Rovira i Virgili (Tarragona)
6	Universidad Oberta de Catalunya (Barcelona)
7	Universidad del País Vasco
8	Universidad Santiago de Compostela
9	Universidad CEU San Pablo (Madrid)
10	Universidad de Sevilla
11	Barcelona Business School (Barcelona)
12	Centro Universitario Francisco de Vitoria (Madrid)
13	Centro Universitario Villanueva (Madrid)
14	EADE - Estudios Universitarios (Málaga)
15	Institución Universitaria Mississippi (Madrid- Trinidad y Tobago)
16	Instituto de Estudios Europeos de la Universidad San Pablo-CEU
17	SEK University (Segovia)
18	Universidad Camilo José Cela (Madrid)
19	Universidad Cardenal Herrera - CEU (Valencia)
20	Universidad Complutense de Madrid (Madrid)
23	Universidad de La Laguna (Tenerife)
24	Universidad de Murcia
25	Universidad de Navarra
26	Universidad de Vic (Girona)
27	Universidad Europea de Madrid CEES
28	Universidad Internacional de Cataluña (Barcelona)
29	Universidad Pontificia de Salamanca
30	Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)
31	Universidad de València
32	Universidad Ramon Llull (Barcelona)
33	Universidad Pompeu Fabra (Barcelona)

Posteriormente, se seleccionaron aquellas universidades que impartían alguna asignatura relacionada con el periodismo electrónico (directa o indirectamente,

según los parámetros expuestos en el apartado “Criterios de selección”¹⁴. A continuación, se detalla el nombre de las 26 universidades seleccionadas:

LISTADO DE UNIVERSIDADES INCLUIDAS EN EL ESTUDIO	
1	Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)
2	Universidad Carlos III – Madrid
3	Universidad Antonio Nebrija – Madrid
4	Universidad de Málaga (UM)
5	Universidad Rovira i Virgili (URV) – Tarragona
6	Universidad del País Vasco (UPV)
7	Universidad de Santiago de Compostela (USC)
8	Universidad CEU San Pablo Madrid
9	Universidad de Sevilla
10	Barcelona Business School
11	Centro Universitario Villanueva (Madrid)
12	EADE - Estudios Universitarios (Málaga)
13	Instituto de Estudios Europeos de la Universidad San Pablo-CEU
14	SEK University (Segovia)
15	Universidad Camilo José Cela
16	Universidad Cardenal Herrera - CEU, Valencia
17	Universidad Complutense de Madrid
18	Universidad de Murcia
19	Universidad de Navarra
20	Universidad de Vic
21	Universidad Europea de Madrid CEES
22	Universidad Pontificia de Salamanca
23	Universidad Rey Juan Carlos
24	Universidad de Valencia
25	Universidad Ramon Llull
26	Universidad Pompeu Fabra

¹⁴ En todos los casos se contactó a través del correo electrónico y/o por vía telefónica con algún responsable del Departamento de Periodismo de la universidad en cuestión para comunicarle el objetivo de la investigación y para solicitarle los programas de las asignaturas relacionadas con el objetivo de la misma. Cuando no se obtuvo respuesta se consultó la página web oficial de la universidad. No obstante, y a pesar de llevar a cabo estas dos acciones, en algunos casos no se pudo acceder al material necesario por lo que estas universidades quedaron fuera del estudio.

Criterios de selección

Para decidir las asignaturas que se incluían en el estudio se han tenido en consideración los siguientes criterios:

Temática	<p>- Se han seleccionado las asignaturas que de forma, completa o parcial, dedican el contenido de sus programas al periodismo electrónico o temas relacionados con éste. Del mismo modo, las materias seleccionadas se han clasificado en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Periodismo electrónicob) Redacción periodísticac) Sociedad de la Informaciónd) Historia de la Comunicacióne) Internetf) Teorías de la Comunicacióng) Tecnología de la informaciónh) Fundamentos jurídicos de la informacióni) Diseño webj) Narrativa multimediak) Desarrollo de proyectos multimedial) Informáticam) Producción Periodístican) Documentacióno) Estructura de la Comunicación
Área de Periodismo	<p>- Se han seleccionado únicamente asignaturas dirigidas a estudiantes de Periodismo, independientemente del curso, que se insertan en la oferta de cursos y/o materias del Departamento de Periodismo y/o Comunicación de la universidad correspondiente durante el año académico 2004-05.</p>
Objetivo	<p>- Se han tenido en cuenta que los objetivos perseguidos por la asignatura estuviesen dirigidos a la adquisición de competencias o habilidades (teóricas y/o prácticas) relacionadas con la digitalización de la comunicación o al aprendizaje de aspectos útiles en la formación de los profesionales del ciberperiodismo.</p>

En total, el corpus de estudio está formado por 109 asignaturas de 26 universidades españolas. A continuación, se adjunta la tabla con el nombre

completo de cada una de las asignaturas, así como de la universidad que la imparte.

LISTADO DE UNIVERSIDADES Y MATERIAS		
1	Universidad Autònoma de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> - Teoría y Práctica de la Redacción Periodística - Documentación informativa - Diseño gráfico y dirección de arte en Prensa - Historia del Periodismo - Periodismo especializado II: Local y Comarcal - Información especializada en medios audiovisuales (On line) - Historia de los medios de Comunicación Social - Estructura de la comunicación de Masas II - Géneros informativos e interpretativos - Producción periodística
2	Carlos III (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Periodismo en la Red
3	Universidad Antonio Nebrija (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Periodismo especializado - Internet: Nuevo medio de Comunicación Transnacional
4	Universidad de Málaga	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño digital - Tecnología de la Comunicación Audiovisual - Tecnología de la Comunicación Periodística - Documentación informativa - Técnicas del mensaje periodístico - Periodismo interactivo y creación de medios digitales - Documentación digital en los medios
5	Universidad Rovira i Virgili (Tarragona)	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología audiovisual i de la red - Géneros informativos I - Diseño multimedia I - Periodismo especializado en entornos multimedia
6	Universidad del País Vasco	<ul style="list-style-type: none"> - Ciberperiodismo
7	Universidad de Santiago de Compostela	<ul style="list-style-type: none"> - Xornalismo electrónico - Creación de productos en la Red - Sistemas e innovación tecnológica - Obradoiro de aplicaciones en la Red - Lenguaje y guión multimedia
8	Universidad CEU San Pablo (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos medios digitales - Redacción electrónica
9	Universidad de Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> -Tecnología de la información escrita - Nuevas tecnologías de la información y de la – Comunicación
10	Barcelona Business School	<ul style="list-style-type: none"> - Electronic Media
11	Centro Universitario Villanueva (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Producción periodística en nuevas tecnologías
12	EADE - Estudios Universitarios (Málaga)	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología de la información I - Multimedia
13	Instituto de Estudios Europeos de la Universidad San Pablo-CEU (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Teoría y Técnica de la publicidad - Comunicación e información audiovisual: Radioi y TV - Redacción periodística II - Derecho de la Información - Tecnología de la información: Fundamentos - Sistemas informativos del mundo actual - Nuevas tecnologías - Tecnología de la edición y de la producción - Teoría e historia del periodismo

14	SEK University (Segovia)	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas multimedia - Análisis y valoración de textos e imágenes - Taller de diseño gráfico - Informática aplicada
15	Universidad Camilo José Cela (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - De la tipografía al diseño gráfico - Comunicación e información escrita II - Infografía - Periodista digital
16	Universidad Cardenal Herrera - CEU (Valencia)	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación e información escrita II - Informática aplicada a la Comunicación - Redacción periodística - Producción Periodística - Periodismo especializado - Documentación periodística - Periodismo electrónico
17	Universidad Complutense de Madrid	<ul style="list-style-type: none"> - Producción Periodística en Nuevas Tecnologías - Influencias culturales de las nuevas tecnologías - Comunicación e información Audiovisual - Los medios de comunicación en los sistemas formativos - Nuevas tecnologías en la producción - Tecnología de la información escrita - Tecnología de la información - Tecnología del libro
18	Universidad de Murcia	<ul style="list-style-type: none"> - Agencias Informativas - Construcción de servicios de información digital - Derecho de la información I - Derecho de la información II - Nuevas tecnologías para la transmisión de la información - Servicios de información digital - Tecnología de la Información - Teoría e historia del periodismo - Tecnologías para los sistemas multimedia - Comunicación e información escrita
19	Universidad de Navarra	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología de la información - Escritura No lineal - Diseño audiovisual - Comunicación Multimedia I
20	Universidad de Vic	<ul style="list-style-type: none"> - Sociedad de la Información - Fundamentos de la Comunicación digital - Régimen jurídico de la información - Teorías de la Comunicación - Teoría y Técnica de los Medios escritos II - Periodismo digital - Taller de Infografía
21	Universidad Europea de Madrid CEES	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación e información audiovisual - Infografía y Multimedia - Tecnología de la información - Periodismo especializado - Producción periodística
22	Universidad Pontificia de Salamanca	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos de Comunicación audiovisual - Comunicación e información escrita II - Documentación informativa - Comunicación multimedia
23	Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)	<ul style="list-style-type: none"> - Redacción periodística I: Géneros informativos e interpretativos - Tecnología multimedia - Tecnologías digitales I: Edición y Producción en - soportes impresos y electrónicos - Tecnologías digitales II - Periodismo electrónico - Hiperficción: Relato digital y narración

24	Universidad de València	- Internet para comunicadores
25	Universidad Ramon Llull (Barcelona)	- Documentación informativa - Informática - Comunicación aplicada a Internet
26	Universidad Pompeu Fabra (Barcelona)	- Periodismo en Internet - Taller de Periodismo

Parámetros para el análisis de los programas

El estudio del conjunto de programas de las asignaturas seleccionadas se ha realizado a partir de tablas de análisis de datos que han permitido extraer una serie de conclusiones sobre diferentes aspectos relacionados con la oferta de asignaturas relacionadas con el periodismo electrónico, su tipología y otras características de las mismas. El proceso de análisis de datos se ha estructurado en dos etapas:

- a) **Tablas de análisis aplicables al conjunto de asignaturas seleccionadas.**
- b) **Tablas de análisis aplicables solamente a las asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico.**

TABLAS DE ANÁLISIS APLICABLES AL CONJUNTO DE ASIGNATURAS SELECCIONADAS

- **Presencia del periodismo electrónico en los programas de estudio:**

Con relación a la clasificación de las materias estudiadas, se ha diferenciado entre tres tipos de asignaturas en función de la presencia del periodismo electrónico en los programas de estudio.

Tipo de asignatura
Asignaturas dedicadas exclusivamente al tema del periodismo electrónico
Asignaturas que dedican algún apartado o capítulo al periodismo electrónico
Asignaturas que tratan temas cercanos al periodismo electrónico (tecnología comunicativa, aspectos jurídicos, teorías, historia, etc.), pero que no trabajan directamente el tema del periodismo en la Red.

- **Clasificación de las asignaturas por áreas temáticas:**

Las asignaturas seleccionadas han sido clasificadas en diferentes áreas temáticas. Con relación a esta clasificación, es necesario realizar una serie de matizaciones. La amplitud del tema de la investigación “El estudio del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España” exigía el establecimiento de unos criterios que permitieran, en función del tipo de contenidos, clasificar las diferentes materias que pudieran resultar de interés. Se ha dedicado un capítulo de la investigación al estudio de las materias que, si bien tratan temas de interés para la formación del periodista digital, no se centran de forma específica en el estudio del periodismo electrónico. Del mismo modo, el trabajo incluye un capítulo dedicado al análisis de las materias que tratan de forma parcial el tema del ciberperiodismo. Por último, se ha realizado un estudio detallado de las materias que de manera exclusiva se centran en el tema del periodismo digital.

Áreas temáticas
Periodismo electrónico: Se trata de asignaturas concebidas para estudiar el fenómeno del periodismo electrónico desde su perspectiva teórica (historia, antecedentes, etc.) hasta su aplicación en el terreno práctico (por ejemplo, redacción de materiales informativos para medios digitales).
Redacción: Trabajan la teoría y práctica de la redacción periodística, pero de forma general, esto es, sin centrarse únicamente en el periodismo electrónico. Aún así, dedican algún capítulo al ciberperiodismo.
Sociedad de la Información: Tratan el tema de la Sociedad de la Información en todos sus aspectos sin incidir en cuestiones específicas del periodismo electrónico.
Historia de la Comunicación: Estudio histórico de las formas sociales de producción comunicativa. En algunos casos, dedican uno de sus apartados al estudio del ciberperiodismo.
Internet: Estudio de la historia, características, posibilidades, debates, etc.; que inaugura la red de redes.
Teorías de la información: Se centran en el estudio de Teorías de la información desde sus inicios hasta la actualidad.
Tecnología de la información: Conocimiento de las tecnologías de los medios audiovisuales, impresos y digitales.
Fundamentos jurídicos de la información: Estudian los aspectos jurídicos que regulan Internet, así como de los problemas legales que puede generar la red de redes.
Diseño web: Asignaturas que se basan en la concepción y diseño de un sitio web.
Narrativa multimedia: Asignaturas que trabajan la construcción de historias –no específicamente informativas- a través del multimedia.
Desarrollo de proyectos multimedia: Estudio de las etapas correspondientes al desarrollo de proyectos multimedia y las características de cada una de ellas.

Informática: Asignaturas que se centran en el estudio de herramientas de software de diferente tipología (edición de contenidos, bases de datos, etc.).
Producción Periodística: Estudio de las rutinas de producción de mensajes periodísticos en diferentes medios y soportes.
Documentación: Estudio de los mecanismos de gestión, almacenamiento y clasificación de la información según sus características.
Estructura de la Comunicación: Estudio de la conjunto de actores que conforman el sistema comunicativo.
Otros: Temas no recogidos en la anteriores tipologías.

- **Enfoque de la asignatura: teórica / práctica**

En el análisis de las materias, también se ha considerado oportuno diferenciar entre las asignaturas de carácter teórico y aquellas que incluyen sesiones teóricas con ejercitaciones de índole práctica. Inicialmente, se barajó la posibilidad de incluir una categoría más dedicada a las materias de carácter exclusivamente práctico. No obstante, no se ha encontrado ninguna que respondiera a este perfil por lo que se ha desestimado su inclusión.

Enfoque
Teóricas
Teórico-prácticas

Por otro lado, se ha procedido a estudiar los objetivos de los diferentes programas, así como la relación entre éstos. Respecto a las referencias bibliográficas utilizadas en cada materia, se han analizado el tipo de documentos (haciendo especial hincapié en la existencia o no de referencias a materiales en soporte digital o sitios web).

En el caso de las materias exclusivas de ciberperiodismo, se han analizado haciendo especial hincapié en los siguientes aspectos:

Enfoque de las asignaturas: Teoría y práctica
Tipos de asignatura: Valor académico
Distribución de las asignaturas por ciclo y curso
Referencias bibliográficas
Análisis de contenido
a) Título de la asignatura
b) Objetivos
c) Temario
d) Bibliografía

Cuestionario a docentes: Metodología, diseño del cuestionario y destinatarios

En el marco de la investigación se ha procedido al envío de un cuestionario a un conjunto de docentes e investigadores relacionados con el ámbito del ciberperiodismo. Concretamente, se ha enviado el formulario a docentes e investigadores que imparten docencia o desarrollan proyectos de investigación sobre este ámbito de estudio en España. De este modo, se ha pretendido que la muestra invitada (concepto que en el terreno de las metodologías de investigación se define como “el conjunto de elementos de la población a los que se pide que participen en la investigación”¹⁵) corresponda a un conjunto de profesionales que se desempeñan en el marco del sistema universitario español y, por tanto, conocen de sus características.

El cuestionario enviado presentaba dos grandes bloques o apartados. Por un lado, un formulario de 22 preguntas (en su mayoría de respuesta cerrada) y, por otro, dos cuestiones abiertas. El formulario presentaba dos grandes líneas temáticas: el concepto de ciberperiodismo (Definición, aspectos terminológicos, perfil de los profesionales de este ámbito y nuevas funciones) y la enseñanza del ciberperiodismo (autonomía-transversalidad, principales áreas temáticas, enfoque de las materias, tipología de prácticas, referencias bibliográficas, etc.). A continuación, se adjunta el modelo de formulario, así como las preguntas abiertas que se hicieron llegar a la muestra de docentes e investigadores.

¹⁵ LATORRE, Antonio *et al.* *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona, Hurtado, 1996. P. 75.

Questionario:

¿Cómo definiría al profesional del ciberperiodismo?			
¿Cuáles son los principales cambios que, desde el punto de vista de la formación, exige el ciberperiodismo?			
¿Cuál considera que es la denominación más apropiada para una /-s asignatura /-s centrada /-s en el estudio del nuevo periodismo que inaugura Internet?			
¿Cree que es necesaria su inclusión en los planes de estudios de la licenciatura de Periodismo? (Marque con una X)			
Sí: NO:			
¿Considera que la enseñanza del periodismo electrónico debe realizarse a través de una asignatura específica o de forma transversal insertando su estudio en el conjunto de asignaturas de la licenciatura?			
Asignatura específica:	Planteamiento transversal:	Otra modalidad:	
<i>- En el caso que la considerara como una materia autónoma, ¿qué importancia le otorgaría: asignatura obligatoria, optativa o de libre elección? (Marque con una X)</i>			
Obligatoria:	Optativa:	Libre elección:	Otras (¿Cuál?):
<i>- En el caso que la considerara como una materia autónoma, ¿en qué curso de la licenciatura cree que debería impartirse?</i>			
<i>- En el caso que la considerara como una materia autónoma, ¿cree que es suficiente con una materia o deberían ser varias? (Marque con una X)</i>			
Una materia:	Más de una:	Otras opciones:	
¿Qué objetivos cree que debe perseguir este tipo de asignatura?			
¿Qué tipo de competencias debe adquirir el futuro profesional del ciberperiodismo? (Enumere las tres que considere más importantes).			
¿Qué planteamiento cree que se debe dar a esta asignatura? (Marque con una X)			
Teórico:	Teórico-práctico:	Práctico:	
<i>En el caso de considerar necesario, un planteamiento práctico, ¿en que debería consistir?</i>			
Manejo software:	Estudio de casos:	Diseño de contenidos (redacción multimedia):	Otros:
<i>En el caso de que considere importante el aprendizaje de algún tipo de software, ¿de qué tipo debería ser?</i>			
Diseño web:	Gestión de contenidos:	Ofimática:	Otros:

¿Qué temas considera propios de una materia sobre periodismo electrónico? (Marque del 1 al 10, siendo el 1 el más importante)				
1- Características de la Comunicación digital: 2- Historia de la Sociedad del conocimiento: 3- Teorías del hipertexto: 4- Redacción multimedia de contenidos: 5- Gestión de contenidos: 6- Usabilidad: 7- Diseño web: 8- El Periódico electrónico: características y modelos: 9- Desarrollo de proyectos multimedia: 10- Otros:				
¿Qué tipo de bibliografía considera más importante para una materia sobre periodismo electrónico?				
Libros de teoría:	Manuales:	Publicaciones científicas:	Otros:	
¿Qué referencia bibliográfica extranjera considera básica para el estudio del periodismo electrónico?				
¿Qué referencia bibliográfica española considera básica para el estudio del periodismo electrónico?				
¿Qué autor /-es del panorama internacional destacaría como referencia en el ámbito del periodismo electrónico?				
¿Qué autor /-es del panorama español destacaría como referencia en el ámbito del periodismo electrónico?				
¿Qué universidad extranjera considera importante en el desarrollo de investigaciones sobre periodismo electrónico?				
¿Qué importancia le daría a la adquisición de conocimiento técnico por parte del alumno en esta asignatura?				
Muy alto:	Alto:	Medio:	Bajo:	Nulo:
¿Desea recibir información sobre el resultado de este trabajo de investigación?				
Sí:		No:		

Preguntas abiertas:

- ¿Qué barreras encuentra actualmente en la incorporación del ciberperiodismo como materia de estudio en la licenciatura de Periodismo?
- ¿Cómo considera que se deberá abordar la incorporación del ciberperiodismo como materia de estudio en el marco de las licenciaturas de Periodismo?

El listado de docentes e investigadores que han respondido al cuestionario se detalla a continuación, indicando en cada caso la universidad a la que pertenecen.

Universidad	Profesor
Universidad Autónoma de Barcelona	Manel López López
Universidad Autónoma de Barcelona	Lorenzo Vilches
Universidad Autónoma de Barcelona	Fernando Sabés
Universidad Autónoma de Barcelona	José María Perceval
Universidad Autónoma de Barcelona	José Luis Valero
Universidad Autónoma de Barcelona	Xavi Ribes
Universidad Autónoma de Barcelona	Héctor Borrat
Universidad Autónoma de Barcelona	Xavier Salla
Universidad Autónoma de Barcelona	José Luis Riva
Universidad Carlos III – Madrid	Obdulio Martin Bernal
Universidad Carlos III – Madrid	Miriam Redondo
Universidad Carlos III – Madrid	Pilar Diezhandino
Universidad Carlos III – Madrid	Manuel Tapia
Universidad Carlos III – Madrid	Teresa Sandoval
Universidad Antonio Nebrija – Madrid	Jesús Flores
Universidad de Málaga	Bella Palomo Torres
Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Mario Arias Oliva
Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	David Domingo
Universidad del País Vasco	Javier Díaz Noci
Universidad del País Vasco	Koldo Meso
Universidad Santiago de Compostela	Xosé López
Universidad Santiago de Compostela	José Pereira
Universidad Santiago de Compostela	Maria Luisa Otero
Centro Universitario Villanueva – Madrid	Rafael Carrasco
EADE - Estudios Universitarios – Málaga	Luis Gabriel David
SEK University – Segovia	Roberto Pérez
Universidad Camilo José Cela	David Lavilla
Universidad Cardenal Herrera – CEU- Valencia	Elvira García de Torres
Universidad Complutense de Madrid	Concha Edo

Universidad Complutense de Madrid	David Parra
Universidad de La Laguna - Tenerife	Olga Álvarez
Universidad de Murcia	Lourdes Martínez
Universidad de Murcia	Pedro Antonio Rojo
Universidad de Murcia	Jaime Alonso
Universidad de Navarra	Ramón Salaverría
Universidad de Vic	Carlos Scolari
Universidad Europea de Madrid CEES	Josep M. Sanmartí
Universidad Internacional de Cataluña	Karma Peiró
Universidad Rey Juan Carlos – Madrid	Alfonso Palazón
Universidad de Valencia	Guillermo López
Universidad Ramon Llull	Eva Domínguez
Universidad Pompeu Fabra	Joan Canovas

Entrevistas a profesionales

En el marco de la investigación también se han realizado diversas entrevistas en a profesionales del ámbito del ciberperiodismo. A continuación, se indica el nombre (junto a la universidad y/o medio de comunicación) de los entrevistados.

Entrevistados (Nombre y medio)
Vicent Partal Vilaweb
Txema Alegre La Vanguardia Digital
David Rojo Periodista Digital
David Sancha El Periódico.es
Pepe Cervera Retiario
Jorge Mestre Panorama Actual

PARTE II

Introducción:
El ciberperiodismo

Introducción: El periodismo que inaugura Internet

En el año 1972, el periodista francés Daniel Morgaine publicó un libro titulado *Diez años para sobrevivir*. En su libro, el periodista planteaba a la prensa un reto crucial: en un periodo de 10 años debía adaptar sus rutinas de producción — desde sus talleres de impresión a sus redacciones— a las denominadas “Nuevas Tecnologías”. Según Morgaine, si la prensa no alcanzaba este hito estaría condenada a la obsolescencia y a una complicada supervivencia. La prensa no sólo no desapareció sino que gracias a la correcta utilización de las nuevas herramientas tecnológicas alcanzó una difusión inusitada, al tiempo que generaba contenidos de gran riqueza y calidad.

A lo largo de la historia, los avances técnicos han generado numerosos sistemas y máquinas que han mejorado considerablemente la actividad gráfica. La máquina tipográfica plano/cilíndrica (1814), la fotografía (1826), el clisé de pluma (1870), la rotativa tipográfica y la estereotipia (1870), la linotipia (1884), la monotipia (1887), el clisé de trama (1890), etc. No obstante, merece especial atención la aparición de un aparato que, con el paso del tiempo, se utilizó en el terreno de la producción editorial y que permitió concentrar en una sola máquina diversas funciones que anteriormente se habían desarrollado por separado: el ordenador.

Año	Acontecimiento
Principios de 1970	Renovación de los talleres: introducción de la fotocomposición y el offset.
Principios de 1980	Implantación de las denominadas “redacciones electrónicas”: los periodistas incorporan los ordenadores en su trabajo diario.
Desde mediados de 1980 a principios de los 1990	Renovación del diseño de la prensa: introducción del color, la infografía y uso de nuevos programas de autoedición.
A partir de 1992	Primeras iniciativas de distribución del producto informativo a través de la Red. El soporte papel da paso a un nuevo soporte: el digital.

La aparición de nuevos avances tecnológicos en el campo de los medios de comunicación ha modificado ampliamente las rutinas de producción propias de cada medio, especialmente de los medios impresos. Según José Ignacio Armentia, desde la aparición de la imprenta de Gutenberg se han producido tres grandes revoluciones en el proceso de composición e impresión de los textos.

Por un lado, la primera “revolución”, que Armentia denomina “era tipográfica” se inicia con la aparición de la imprenta de tipos móviles ideada por Gutenberg. Esta etapa, que abarca más de 400 años, se caracteriza por la composición manual de los textos y por el uso del tórculo (palanca que facilitaba el estampado de los textos) en el proceso de impresión. En segundo lugar, Armentia considera que se da una segunda “revolución”, que denomina “era mecánica” con la invención en 1884 de la linotipia. Esta máquina permitía el uso de una especie de teclado en la composición de los textos, sustituyendo al componedor manual. Por último, se puede hablar de una tercera revolución que se caracteriza por la aplicación del ordenador a las redacciones de los medios de comunicación. (Armentia: 1998)

En 1963, el diario *Daily Oklahoma* utilizaba una computadora IBM 1620 para la composición del número correspondiente al 5 de marzo. A partir de este momento y de forma progresiva, el ordenador fue ganando protagonismo en las redacciones de los medios de comunicación y en el mundo del diseño gráfico hasta el punto de que, actualmente, este aparato se ha convertido en una herramienta imprescindible para la redacción, edición, composición, diseño e, incluso, impresión de los productos informativos.

La clasificación de Armentia se podría ampliar con la inclusión de una cuarta “revolución” o estadio que vendría marcado por la aplicación de Internet (que introduce el hipertexto). Esta nueva etapa, que se podría concebir como un perfeccionamiento de la tercera “revolución” señalada por Armentia, se encuentra todavía en su fase inicial de desarrollo.

El gran logro del *Daily Oklahoma* se centró en la capacidad de conseguir, mediante el uso de un aparato (el ordenador personal, en este caso) la digitalización de gran parte de la producción del producto periodístico. Con la introducción de las redacciones electrónicas, que eliminaron el paso intermedio de los talleres de diagramación, las páginas podían ser maquetadas mediante el uso de un *software* específico por los propios periodistas en sus ordenadores y, seguidamente, se enviaban a impresión. Sin embargo, el producto seguía siendo impreso en papel en forma de periódicos, revistas, etc. No obstante, con la llegada de Internet, podemos hablar de una informatización del producto. De este modo, las fases de impresión y los trabajos de distribución desaparecen. Los profesionales pueden crear sus mensajes periodísticos a través de los ordenadores: lo que significa una digitalización de la producción. Al mismo tiempo, la difusión de estos mensajes se lleva a cabo mediante redes telemáticas —entre las que destaca Internet— y su recepción se realiza a través de las pantallas de los ordenadores —y en menor medida, de los teléfonos móviles de última generación y otros aparatos electrónicos sumidos todavía en una fase experimental—. Se produce, por tanto, una digitalización del producto informativo.

A pesar de este proceso de “doble” digitalización, los mensajes periodísticos se han caracterizado por mantener, desde el punto de vista de sus concepción, las características propias de los mensajes creados para ser difundidos en el soporte papel. Sin embargo, en el ordenador confluyen las convenciones narrativas de la televisión, la radio, el periódico... De esta forma, el usuario puede mediante su computadora acceder a documentos de diferente naturaleza: textual, sonora, visual, audiovisual o la combinación de todas ellas (multimedia). La inclusión de los ordenadores en la redacciones electrónicas y sus uso en todas las etapas del proceso comunicativo (emisión, transmisión, recepción y almacenaje de los mensajes) nos lleva a plantearnos qué cambios introduce este logro tecnológico en el ejercicio periodístico tradicional. Básicamente, nos referimos a los siguientes aspectos:

- **Emisor:** ¿Cómo cambian las rutinas de producción periodística? ¿Qué nuevas competencias debe presentar el profesional del periodismo? ¿Se ven modificadas o ampliadas las funciones del periodista?
- **Canal:** ¿Qué dificultades introduce Internet en el proceso comunicativo? ¿Qué ventajas?
- **Mensaje:** ¿Debe desarrollarse una redacción periodística adaptada Internet? ¿Qué novedades introduce Internet en la elaboración de los mensajes periodísticos? ¿Deben ser distintas las características de los mensajes on-line de las de los mensajes impresos?
- **Receptor:** ¿Cómo se ven afectados los márgenes de participación del lector en el terreno del “periodismo digital”? ¿Cómo afecta al destinatario la recepción de los mensajes a través de la pantalla del ordenador u otros dispositivos electrónicos?

La introducción de cambios en los modos de producción y en las características de los mensajes periodísticos exigirá —tal y como se ha producido a lo largo de la historia de los medios de comunicación— un amplio esfuerzo por parte de todos los profesionales implicados que, en muchas ocasiones, topará con el rechazo y la oposición de gran parte de ellos¹⁶.

En definitiva, nos encontramos en la etapa inicial de una serie de transformaciones que deberían desembocar en la consolidación de una nueva forma de hacer periodismo y, por ende, en la aparición de unos mensajes periodísticos dotados de unas características diferentes adaptadas a las posibilidades del medio digital. “El periodismo electrónico, especialmente aquél que puede consultarse a distancia, ha pasado en muy poco tiempo, apenas unos años, de ser una promesa a una realidad muy presente en eso que llamamos el ciberespacio. Otra cosa es que haya divisado siquiera los primeros atisbos de madurez, que no lo ha hecho”¹⁷.

¹⁶ “Siempre que la prensa ha aplicado nuevas tecnologías ha tenido que sortear problemas como la oposición de los trabajadores afectados. En 1962, los 8 millones de habitantes de Nueva York se quedaron sin diarios durante más de cien días debido a la huelga de los trabajadores de la Unión Tipográfica Internacional que se oponían a la introducción de tecnologías electrónicas por acarrear la pérdida de muchos puestos de trabajo. Igualmente, en 1978 al diario británico *The Times* le costó un año entero de paro la oposición de la Asociación Nacional Gráfica a que los redactores pudieran componer sus textos en vdeoterminal” (Armañanzas: 1996).

¹⁷ DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999. P. 111.

Ciberperiodismo: Aproximación al concepto de estudio

Tal y como se ha comentado anteriormente, la investigación se centra en el estudio de las materias que tratan contenidos vinculados con el ciberperiodismo. Las características de este amplio y, sin duda, “joven” objeto de estudio, han hecho necesario que, en el marco de este trabajo, se tuviera que delimitar su alcance a través de una definición que ha guiado el desarrollo de la investigación.

La primera necesidad —o quizás la primera urgencia— es la de definir el periodismo —nuevo o novedoso— que aparece con las nuevas tecnologías de la información y, especialmente, con la llegada de Internet. Se trata de una tarea compleja ya que, en el ámbito español (también en el internacional), hallamos disensos que van desde el alcance de “este periodismo” hasta la forma en que debe ser nombrado. Dejando de lado momentáneamente las cuestiones relativas a la terminología¹⁸, resulta interesante tomar como punto de partida la definición que el profesor de la Universidad del País Vasco y experto en periodismo electrónico, Javier Díaz Noci, ha realizado sobre este nuevo panorama informativo:

“De todas formas, a estas alturas creo que, más o menos, parece ser que todos sabemos ya de qué estamos hablando: de los productos informativos periodísticos, dedicados a la información de actualidad elaborada y servida según las reglas del oficio de periodista y generalmente por las empresas que han hecho de ello su principal negocio, que se colocan en Internet o en otras redes telemáticas”¹⁹.

En su reflexión Díaz Noci señala varias características de gran interés a la hora de definir la situación actual del ciberperiodismo: “productos informativos

¹⁸ Como se señaló anteriormente, a lo largo de la investigación se utilizan indistintamente diferentes denominaciones: Periodismo en Internet, periodismo electrónico, periodismo digital, ciberperiodismo, etc.

¹⁹ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 80.

periodísticos”, “información de actualidad”, “reglas del oficio de periodista” y “negocio”. Tal y como señala Díaz Noci, el desarrollo del llamado ciberperiodismo se ha caracterizado por intentar crear (sin éxito, por el momento) un “negocio” basado en la información de actualidad a través de Internet.

Siguiendo la reflexión de este autor, la producción de los mensajes periodísticos se ha realizado siguiendo las “reglas del oficio de periodista” propias del soporte papel. No obstante, para este experto el verdadero interrogante que se plantea en este campo de investigación es si realmente nos hallamos ante un nuevo modo de hacer periodismo, esto es, si se ha modificado el perfil del periodista (desde el punto de vista de las competencias), si se han transformado las rutinas de producción y si se producido la aparición de géneros nuevos o, incluso, de géneros híbridos, entre otras cuestiones.

“La pregunta fundamental es, a nuestro entender, si en efecto estamos ante un nuevo modo de hacer periodismo, o si lo único nuevo es la técnica y el medio en que se presenta esa información periodística, y, de concluir que, en efecto, se trata de una nueva forma de hacer periodismo más allá de la novedad técnica, en qué consiste. Sin hacer demasiada futurología, algo a lo que el tema, por cierto, se presta”²⁰.

La cuestión que plantea Díaz Noci deja constancia, por un lado, de la falta de un acuerdo entre los profesionales del ámbito periodístico sobre el verdadero alcance del cambio que introduce el “periodismo elaborado por y para la Red”. Por otro lado y haciendo hincapié en la facilidad de caer en juicios agoreros, el experto resalta la importancia de discernir si nos hallamos ante un cambio de índole técnica o si, realmente, asistimos al nacimiento de un “nuevo periodismo”.

²⁰ *Ibidem*. P. 78.

Para poder hablar de una nueva forma de hacer periodismo, los cambios deberían superar el mero posibilismo técnico del medio.

En este sentido, y siguiendo el esquema básico que se deriva del paradigma de Laswell, podemos señalar los siguientes cambios en cada una de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo:

Categoría	Transformaciones que introduce el periodismo digital
Periodista	El rol de periodista se amplía a distribuidor de informaciones y/o proveedor de contenidos. No se dedica de forma exclusiva a generar mensajes periodísticos sino que también orienta a los usuarios sobre los recursos existentes en la Red.
Mensaje	Se introducen las posibilidades del multimedia, la interactividad y la personalización, entre otras.
Medio o canal	Con el soporte on-line se pierde su carácter periódico propio de la prensa en soporte papel, ya que la renovación de las informaciones no responde a una temporalidad fija. Además, se cuestiona el concepto de “prensa” al no ser necesaria la impresión en papel de las informaciones.
Receptor	El lector se convierte en un lecto-autor, esto es, en un usuario interactivo que participa directamente en el proceso comunicativo y que puede llegar a construir su propio periódico electrónico.

(Pinto Lobo: 2001)

A continuación, se presenta un resumen de las “posibilidades” que, según diferentes autores, introduce la digitalización y conexión on-line de los medios de comunicación, especialmente, en el caso de los denominados diarios electrónicos. Según la investigadora Virginia Luzón, la comunicación a través de la Red presenta, desde el punto de vista informativo, cinco cambios básicos, que se pueden resumir en los siguientes puntos:

Cambio	Características
Gatekeeping mixto	El receptor selecciona los temas de la actualidad diaria que son de su interés, pero sigue siendo el periodista quién elabora la información.
Multiedición	Posibilidad de actualizar constantemente y en tiempo real la información. Se pueden ofrecer varias ediciones diarias de un mismo producto.
Doble <i>feed-back</i>	A través y gracias a la Red, el periodista se convierte en receptor de información, primero; y luego en emisor. Además, estos dos procesos (recepción – emisión) suelen producirse de manera casi simultánea mediante Internet.
Redacción virtual	En el futuro, las redacciones de los medios de comunicación se convertirán en espacios “virtuales”. No se podrá hablar de un centro físico común a los periodistas de un determinado diario electrónico. El correo electrónico y la videoconferencia servirán para que los profesionales de la información se comuniquen sin necesidad de encuentros presenciales.
Narrativa hipertextual	La narrativa hipertextual es la nueva manera de comunicar los acontecimientos. El periodista digital incluye links a las páginas de sus fuentes, a elementos de contextualización, a datos complementarios, a las páginas de los protagonistas, etc.

(Luzón: 2000)

Aunque las transformaciones que presenta el ciberperiodismo parecen evidentes, los expertos no han coincidido desde su aparición en España hasta la actualidad a la hora de reconocerlo como una “nueva” forma de hacer periodismo. En este sentido, María Ángeles Cabrera, profesora de Periodismo de la Universidad de Málaga, afirma que nos hallamos ante el nacimiento de un medio nuevo que es el resultado de los últimos avances tecnológicos. Para M^a Ángeles Cabrera, se trata de un medio dotado de un lenguaje propio y que presenta unas características, tanto a nivel de comunicación como de contenidos, diferentes a los medios tradicionales (prensa, radio y televisión). Aún así, la experta califica al medio de “provisional” e incide en el hecho de que se encuentra todavía en su etapa inicial de desarrollo.

“Este nuevo medio que denominamos *on line*, convive con los medios de comunicación tradicionales de manera que, hoy por hoy, podemos considerar provisional o, incluso, experimental”²¹.

Por su parte, la Concha Edo Bolós, profesora de periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, en un artículo titulado “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”, reconoce la existencia de un nuevo periodismo al que denomina “periodismo digital” y al que atribuye, entre otras características, la posibilidad de utilizar el multimedia en sus mensajes periodísticos.

“El periodismo digital supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos —texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o interactivos— para producir un lenguaje plural, unificador y multimedia que vamos a denominar lenguaje múltiple, y que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo”²².

Frente a las anteriores reflexiones que reconocen la existencia o, mejor dicho, el nacimiento de una nueva forma de hacer periodismo, provista de un lenguaje propio (y diferente del periodismo impreso), existen otros autores que han negado rotundamente que el “periodismo de Internet” pueda ser considerado como un periodismo “nuevo” o como “otro” periodismo. Desde este planteamiento, se señala que el cambio reside únicamente en el paso de un soporte (el papel) a otro (el digital). Aunque se reconoce que el nuevo soporte introduce posibilidades que no permitía el papel, estos autores señalan que los

²¹ CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 71

²² EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 79.

contenidos seguirán siendo los mismos y subrayan la posibilidad de poder seguir accediendo a un producto informativo impreso en papel²³.

En conclusión, podemos afirmar que en el panorama español no existe un consenso total a la hora de definir el alcance de los cambios que la Red introduce en el quehacer periodístico, incluso, los investigadores no están de acuerdo sobre si se debe hablar o no de un “nuevo periodismo”. Aún así, cabe señalar que todos coinciden en reconocer los cambios y las posibilidades informativas que introduce Internet en el ejercicio periodístico. Sin embargo, no todos coinciden al referirse a la tipología de contenidos, el perfil de profesionales, las rutinas de producción, entre otros aspectos, que deben aplicarse en este campo.

En este contexto y partiendo del análisis bibliográfico, en el marco de la presente investigación, se ha definido el ciberperiodismo como:

“El ciberperiodismo hace referencia al uso del medio digital (Internet u otras redes telemáticas) y de las posibilidades del mismo en la creación, distribución y almacenamiento de mensajes periodísticos”.

²³ “No es que el Periodismo sea otro, sino que estamos ante un nuevo soporte, que se está cambiando lentamente, que entramos paso a paso en nuevos caminos donde el soporte será otro. Y nada más. No hay un nuevo Periodismo. Será el mismo que hacemos hoy, con contenidos y continentes adaptados dentro de las posibilidades que permitan ese soporte que se usará para su transmisión y que ya no será mediante papel impreso llevado al quiosco, sino desde el ordenador o computadora de una redacción al ordenador o computadora de un receptor, desapareciendo por tanto el quiosco, lo cual no quiere decir que no se imprima pues el receptor sí que podría reproducirlo en la impresora ubicada en su domicilio en el formato que desease: en los llamados A-4 (29,5x21 centímetros) o A-3 (29,5x42 centímetros) y a todo color”. (Gómez Méndez, J.: 2001).

Características del ciberperiodismo

El soporte es el elemento que determina, condiciona y modula, dentro del proceso comunicativo, la forma en que el receptor o destinatario recibe la información. Además, el tipo de contenidos transmitidos (esto es, información textual, fotografías, imágenes en movimiento, sonidos...), las posibilidades de estructuración y presentación de los mismos y, en definitiva, la eficacia de la actividad comunicativa, son aspectos que se encuentran estrechamente ligados a las posibilidades que ofrece el soporte utilizado por el emisor (en nuestro caso, el comunicador o periodista digital).

En este sentido, el soporte digital se caracteriza por permitir la elaboración de contenidos que combinan las posibilidades de la imagen en movimiento —propia de la televisión—, el poder del sonido —característico del medio radiofónico— y la naturaleza recurrente de los textos de los diarios en formato papel. En definitiva, la digitalización ha permitido aglutinar en único soporte las características propias de la radio, la televisión y la prensa tradicional, abriendo ambiciosas e interesantes expectativas en el terreno de la difusión de contenidos informativos.

Los expertos consideran que, probablemente, el lenguaje gestual fue el primero que desarrolló y utilizó el ser humano: una mirada, una mueca, un movimiento... Tanto la oralidad como el lenguaje gestual implicaban la presencia física de emisores y receptores. No obstante, posteriormente, el uso de materiales (láminas de piedra, piezas de madera, pergaminos, rollos, papel...) introdujo la mediación en el proceso comunicativo, al tiempo que permitía que los mensajes quedaran plasmados en un soporte material. (Torner: 2000)

Sin embargo, los cambios no se limitaron al paso de un tipo de codificación (el lenguaje oral y gestual) a otro (la escritura). Los materiales utilizados para dejar constancia del devenir de los acontecimientos han variado con el paso del tiempo: de las tablas de piedra al papel digital. Incluso, la forma de presentar la

información en un mismo soporte —por ejemplo, el papel— ha sido objeto de profundas transformaciones y numerosos cambios impulsados por aspectos económicos, motivaciones culturales, mejoras tecnológicas... Movidio por un afán de continua superación, el ser humano se ha esforzado por buscar la mayor eficiencia en sus intercambios comunicativos. La tecnología ha contribuido notablemente a la consecución de este ambicioso hito, introduciendo una mayor facilidad y comodidad en la transmisión y recepción de los mensajes. En este sentido, la aparición de los diarios electrónicos abre un interesante y holgado campo de reflexión en torno a la evolución de los soportes comunicativos, y concretamente, sobre la evolución de la presentación de los contenidos informativos en Internet.

Principales características

Progresivamente, los medios digitales han ido tomando conciencia de las amplias posibilidades del medio on-line. De este modo, desde los primeros diarios electrónicos, que se limitaban a digitalizar los contenidos de sus versiones en papel, se ha pasado a periódicos electrónicos que comienzan a explotar algunas de las ventajas del medio on-line, como su capacidad enciclopédica, la convergencia de informaciones de diferente naturaleza o algunas vías de personalización de los contenidos. Sin embargo, todavía no se han establecido unos parámetros compartidos que determinen de forma precisa los requisitos de los diferentes mensajes periodísticos on-line.

“Con el tiempo, por suerte, los periódicos vieron que la versión on-line daba para mucho más que para repetir los contenidos de su hermano papel, y ahora es posible encontrar periódicos que desde sus páginas virtuales nos dan información especializada, resúmenes temáticos, titulares por correo electrónico y acceso a archivos de sonido o vídeo relacionados con las noticias de siempre”²⁴.

²⁴ ALBARRACÍN, Santiago. “Mitos y realidad del periodismo digital. Los desafíos para el investigador”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en 57

Los investigadores coinciden en destacar las amplias posibilidades que introduce Internet en el campo del periodismo electrónico. Éstas se podrían resumir en los siguientes puntos: digital, multimedia, interactivo, multimedia, personalizables, hipertextuales, de capacidad enciclopédica y virtuales²⁵. En este sentido y a partir del análisis de las principales referencias bibliográficas sobre el tema, podríamos resumir las posibilidades informativas que introduce el periodismo electrónico en los siguientes puntos:

Cambio	Características
1 Inmediatez	Posibilidad de renovación inmediata de los contenidos publicados.
2 Ubicuidad	Posibilidad de superar las barreras del tiempo y el espacio y tener presencia informativa en cualquier lugar.
3 Multimedia	Posibilidad de crear mensajes en los que convergen el texto, la imagen estática, la imagen en movimiento y el sonido.
4 Personalización	Posibilidad de generar productos específicos adaptados a los intereses de cada usuario.
5 Interactividad	Posibilidad de generar intercambios entre periodista y lector, lector y lector, lector y sistema, etc.
6 Narrativa hipertextual	Posibilidad de aplicar la estructura no lineal propia del hipertexto, incluyendo links a otros puntos informativos de interés.
7 Capacidad enciclopédica	Posibilidad de acceder a un gran fondo documental digital de libros, archivos sonoros, etc.
8 Virtualidad	Posibilidad de evitar la presencialidad mediante el uso de herramientas y plataformas de trabajo on-line. Esta

Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 41.

²⁵ "Dado que parece haber acuerdo en que las características del nuevo producto electrónico son ser digital, multimedia e interactivo, el futuro (se supone que) próximo será que tengamos en Internet unos productos periodísticos, basados en la información de actualidad elaborada por profesionales, que integren cada vez más tipos de información (textual, icónica, sonora, etc.) y con mayor capacidad de respuesta y personalización. Otras características son la ruptura de la secuencialidad (concepto éste no intrínseco del texto, como durante tiempo se ha pensado, y muchos menos a otros modos de transmisión y recepción de la información, y que sólo aparece en la sociedad occidental a partir del ideario hobbesiano), la posibilidad de acumulación prácticamente ilimitada de información, de la que carecen los medios impresos o los audiovisuales (lineales en el tiempo), así como la virtualidad, que supone una cierta ruptura del espacio y, en cierta medida, del tiempo". (Díaz Noci, J.: 2001).

características es también aplicable a la creación de los mensajes periodísticos.

A continuación, se analiza cada una de estas posibilidades del medio on-line, indicando en cada caso, en qué consisten, qué novedades introducen, cómo se han utilizado hasta la fecha en el terreno del periodismo electrónico y cuáles son sus principales aplicaciones. El estudio de cada una de estas características se ha realizado, en todos los casos, a partir de las reflexiones que investigadores, docentes y profesionales del sector han realizado sobre ellas en libros, artículos, tesis doctorales y otros materiales.

a) Inmediatez y ubicuidad:

La digitalización del producto informativo ha permitido a los usuarios de los periódicos electrónicos acceder a la información a través de las pantallas de sus ordenadores (u otros dispositivos electrónicos, como teléfonos móviles, agendas electrónicas, etc.) de forma inmediata. En este sentido, la “inmediatez” introduce una mayor comodidad tanto para los productores de la información (que se olvidan de los aspectos ligados a la distribución del producto), como para los propios consumidores, que no deben desplazarse hasta el punto de venta para poder acceder a las últimas noticias.

“La prensa *on line* presenta ventajas de inmediatez y ubicuidad a las que no puede llegar un producto físico como el periódico tradicional, que requiere ser transportado, distribuido y adquirido en un punto de venta concreto”²⁶.

Sin embargo, más allá de los aspectos ligados a la distribución y acceso a la información, la inmediatez inaugura un interesante debate en el terreno relativo a la creación de los mensajes periodísticos. El medio digital permite a los

²⁶ CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 73.

periodistas publicar de forma instantánea una información, esto es, se potencia el carácter de simultaneidad que hasta el momento había sido característica exclusiva del medio televisivo y del radiofónico.

“Ahora los periódicos electrónicos tienen la posibilidad de actualizar sus noticias las 24 horas, cuantas veces el suceso lo requiera, y lo hacen de manera muy flexible, dependiendo de la organización de cada medio. La tendencia es hacia unos periódicos sin cierre”²⁷.

La inmediatez confiere a estos medios la posibilidad de renovar sus informaciones sin necesidad de someterse a complejos y lentos procesos de producción de los mensajes periodísticos. No obstante, algunos autores han manifestado su poca fe en que estos medios pueden incorporar la simultaneidad de los medios audiovisuales como un elemento propio de sus mensajes.

“[...] la prensa no puede alcanzar la simultaneidad de los medios audiovisuales. Y no se trata aquí de la simultaneidad de los medios propia de las retransmisiones en directo (sesiones parlamentarias, fútbol, toros, etc.). Todo lo más, que puede conseguir el diario digital como duplicado del de papel es un remedo de esa instantaneidad, pero nunca podrá incorporarla a su lenguaje *natural*”²⁸.

Con relación a la anterior reflexión de Manuel De Ramón, Pedro Paniagua y Josep M. Sanmartí, recogida en su artículo “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”, cabe cuestionar que los diarios digitales se conciban como “duplicados” de los periódicos en soporte papel. Es quizás esta visión la que limita e impide que se pueda crear una nueva concepción de los medios digitales

²⁷ MORALES, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional. El diario ‘El Tiempo de Piura’”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 123.

²⁸ DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Josep M. “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 166.

como medios nuevos y, por tanto, con unas características, unas rutinas de producción y unos mensajes periodísticos diferentes de los mensajes del resto de medios²⁹.

Por otro lado, algunos autores consideran que la inmediatez puede convertirse en una amenaza cuando actúe en detrimento del contraste, la verificación de datos, la reflexión y al análisis. Esto es, la publicación inmediata de una información no se debe instaurar como principal objetivo en el ejercicio del periodista digital, ya que ello podría contribuir a primar la celeridad en la publicación de informaciones por encima de la búsqueda de contenidos de calidad³⁰.

“Por muy pronto que lleguen los datos de una noticia a la redacción de un diario electrónico, y por muy eficaces que sean los mecanismos técnicos de elaboración de la noticia y de la transmisión de la información, no podemos dejar de lado que la ‘fabricación’ de esas informaciones, sea cual sea el género periodístico escogido, exigirá un tiempo de trabajo que no se puede soslayar”³¹.

Respecto a la cita anterior, es posible afirmar que el uso abusivo e injustificado de la inmediatez puede actuar en detrimento de la calidad de las informaciones de los medios digitales y, por ende, restarles credibilidad. Sin embargo, en el mismo párrafo se indica que la aplicación de determinados recursos técnicos

²⁹ “Los diarios en Internet evolucionan con la tecnología y su relación con los impresos cambia también día a día. Como las noticias se producen todo el tiempo tienen como característica cambiar constantemente. Las noticias no son estáticas, la prensa escrita sí. Internet es dinámica, la publicación digital también. El papel impide la interactividad, la red la incentiva y utiliza en su beneficio”. (Zalcborg: 2001).

³⁰ “[Con relación al diario electrónico] En la medida en que no nos atengamos a esa premisa, en la medida en que actuemos como si no estuviéramos trabajando en un diario ‘gutenbergiano’, lo estaremos desvirtuando. En definitiva, lo estaremos transformando en otro medio de comunicación que, por supuesto, no tiene por qué ser ni mejor ni peor, pero que no será un diario. Al margen de las posibles razones empresariales, la principal justificación periodística de las ediciones digitales reside por ahora en alcanzar la mayor actualidad posible, sin que por el momento consigan superar a otros medios y sacrificando en cambio la interpretación y la explicación propias de las ediciones en papel” (De Ramón: 2001).

³¹ DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Joseph M. “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 166.

que agilizan la publicación de contenidos puede hacer que los diarios digitales se conviertan en “otro medio de comunicación” diferente, considerando este aspecto como un elemento negativo o, al menos como algo a evitar. No obstante, éste debe de ser justamente el objetivo de los esfuerzos que se pongan en marcha en el ámbito del periodismo digital: experimentar con las posibilidades del medio on-line con el objetivo de establecer las características intrínsecas de los medios digitales y extraer el máximo provecho de las mismas. Sin duda, este aspecto puede llevarnos a la conclusión de que nos hallamos antes medios nuevos y, por tanto, dotados de unas rutinas de producción diferentes al resto de medios de comunicación.

A pesar de ello, la inmediatez, como se comentaba anteriormente, no debe convertirse en el único fin. No se trata de publicar las informaciones con la mayor premura posible. Los usuarios valoran positivamente que los medios digitales publiquen con rapidez sus informaciones, del mismo modo, valoran negativamente que éstas resulten incompletas, poco elaboradas o, en el peor de los casos, erróneas. La inmediatez es una característica muy útil y válida para determinadas informaciones que no requieren de un trabajo de documentación, análisis o verificación complejo (resultados de competiciones deportivas, información sobre cuestiones meteorológicas, datos bursátiles, etc.).

“¿Quién otorga la credibilidad a los nuevos medios?
No sólo los usuarios sino fundamentalmente los propios periódicos impresos. Es la prensa tradicional la que cada día está recordando a los periódicos digitales que en la inmediatez de la información no se halla necesariamente la noticia. Los proveedores de contenido en la red, informadores pero no periodistas, están comprometiendo la veracidad por la rapidez que exige el nuevo medio. No debemos olvidar que el éxito de cualquier medio de comunicación está relacionado con el tiempo, pero va a ser la

credibilidad la que va a permitir la supervivencia y el éxito de unos periódicos digitales frente a otros”³².

En definitiva, nos encontramos ante unas características, la inmediatez y la ubicuidad, que por el momento eran atribuibles tan sólo a la radio y a la televisión. Desde que cualquier lugar del mundo, través de un ordenador conectado a Internet, es posible acceder a contenidos informativos en tiempo real. Del mismo modo, la informaciones que se publican en los medios on-line se pueden ir renovando a medida que se conocen nuevos datos sobre el asunto en cuestión. Esta característica rompe el concepto de “periodicidad” propio de los medios tradicionales (prensa, radio y TV), ya que en la Red la renovación de los contenidos puede realizarse de forma instantánea, minuto a minuto³³.

Este aspecto ha llevado a algunos autores a concebir los diarios digitales (el concepto “diario” entra, por tanto, en crisis) como medios sin cierre. En cualquier momento es posible introducir un nuevo dato, una nueva información sin tener que esperar a la llegada de una determinada franja horaria. En este sentido y para que el usuario conozca, en todo momento, el estado de las diferentes informaciones publicadas en la Red, éstas suelen ir acompañadas de la hora y fecha de sus última actualización.

“La voz /periódico/ es probable que se siga empleando, aunque no se refiera a un ejemplar impreso en papel, pero estaremos ante una clara incorrección. En telemática, el periódico como servicio informativo que aparece periódicamente deja de tener

³² PINTO LOBO, María Rosa. “Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 139.

³³ “Si una cosa permite Internet es renovar continuamente la información. Eso no era posible con la imprenta, que es en realidad la que, por cuestiones técnicas impone la periodicidad. La radio y la televisión la superan en cambio, aunque finalmente, por imperativos de emisión horaria, los espacios informativos son igualmente periódicos en su mayor parte. Internet no sólo supera la barrera de la periodicidad, sino la del espacio, e incluso, si se quiere la del tiempo. Por decirlo más fácilmente, es posible situar un producto informativo en la red, renovarlo a medida que ocurren las noticias, incluso darlo en directo (también nos resistimos en lo posible a utilizar ese otro anglicismo que es la expresión ‘en tiempo real’), y acceder a esos contenidos desde cualquier lugar y en cualquier momento”. (Díaz Noci, J.: 2001).

sentido. La mera idea de diario va en contra de cualquier principio telemático, cuando la tecnología web y la existencia de servidores remotos en red posibilitan que el 'periódico' (entre comillas sería menos incorrecto) se haga radio escrita, esto es, con actualizaciones tan pronto se tiene dispuesta una nueva noticia"³⁴.

b) Multimedia

Los sistemas multimedia han revolucionado los medios electrónicos. La combinación de imagen, texto y sonido que posibilita este tipo de productos ha enriquecido ampliamente las posibilidades de la comunicación multisensorial. Tiempo atrás, se denominó con el término "multimedia" a las presentaciones de diapositivas acompañadas de audio y a los kits o paquetes didácticos que contenían libros, documentación escrita complementaria, cassettes y algún tipo de material audiovisual.

Sin embargo, la revolución digital, esto es, la digitalización de los procesos de producción, clasificación, acceso y difusión de la información; ha dado lugar a la aparición de un nuevo tipo de productos, conocidos como productos o sistemas multimedia, de enormes posibilidades informativas y, especialmente, educativas.

La investigadora Nuria Vouillamoz, autora del libro *Literatura e hipermedia*, define el multimedia como "el arte de combinar entre sí diferentes *media*, entendiendo como tales las vías a través de las cuales es posible establecer la comunicación además del texto: hablamos de sonido e imagen"³⁵. En definitiva, el concepto de multimedia se puede definir como un término, de carácter genérico, que se utiliza para designar a la combinación de diferentes "medias", básicamente, imágenes, sonidos y texto.

³⁴ DE PABLOS COELLO, José Manuel. "Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 61.

³⁵ VOUILLAMOZ, Nuria. *Literatura e hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona, Paidós, 2000. Col. Paidós Papeles de Comunicación 30. P. 44.

Se trata, en definitiva, del resultado de un proceso de convergencia mediática que ha permitido, mediante el uso de diferentes tipos de software, aunar en un mismo producto la imagen en su sentido más amplio (fotografías, dibujos, ilustraciones, imágenes en movimiento —vídeo—, animaciones, etc.), el sonido (voz, música, silencios y efectos sonoros) y la información textual. Además, junto a estas características —resultado de un proceso de convergencia mediática—, los productos multimedia incorporan otra característica: la interactividad. Ofrecen al usuario la posibilidad de interactuar con el sistema, estableciendo un proceso de comunicación bidireccional.

”Los periódicos que han optado por la Red tienen ahora una gran ventaja: pueden expresarse a través del texto, el sonido y las imágenes. Sus lectores, ahora usuarios, fieles a la mancheta, pueden solicitar el relato informativo en cualquiera de los soportes, confiando en la misma línea editorial que han escogido. No sólo más información, sino mucho mejor expuesta”³⁶.

En conclusión, los productos multimedia se caracterizan por la combinación de diferentes morfologías de la comunicación (imagen, texto, sonido) que, a través del ordenador (mediante un dispositivo de software determinado), se organizan, clasifican, jerarquizan, configurando un único producto.

“Se sincronizan así en el tiempo y en el espacio informaciones que inicialmente no tenían ninguna conexión y se presentan con un lenguaje que ya hemos denominado múltiple y que combinará —todavía no se han llegado a perfilar sus

³⁶ MORALES, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional. El diario ‘El Tiempo de Piura’”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 122.

características— los códigos del periodismo escrito y el audiovisual en cada una de las noticias³⁷.

La tecnología multimedia ha abierto enormes y ambiciosas posibilidades en la creación y desarrollo de todo tipo de productos. Su impacto en el terreno de la educación ha sido muy grande, dando paso a la aparición de numerosas enciclopedias digitales que combinan audio, texto e imágenes, así como a cursos de formación sobre una gran cantidad de temas. No obstante, es fundamental en la creación de este tipo de productos el conocimiento de cada una de las prestaciones y ventajas que ofrecen los diferentes recursos (texto, sonidos, imágenes), pudiendo de esta forma explotar al máximo las posibilidades de cada uno de ellos.

Como señala Toni Matas, director de Barcelona Multimedia, se podría establecer una comparación entre el multimedia y las tecnologías tradicionales, concretamente con la imprenta. Según este experto, la aparición de la imprenta de tipos móviles —ideada por el impresor alemán Johannes Gutenberg— revolucionó los procesos de difusión de los contenidos escritos —hasta el momento de acceso restringido a determinados sectores sociales. A partir de la aparición de la imprenta de Gutenberg las publicaciones fueron evolucionando dando lugar a productos impresos que combinaban textos e imágenes fijas (grabados, ilustraciones, gráficos, fotografías, etc.). No obstante, tal y como precisa Matas, la invención de la imprenta no supuso una aplicación inmediata de todas las aplicaciones que posibilitaba esta nueva y revolucionaria tecnología. Fue, por tanto, necesario un proceso de desarrollo progresivo en el que se fueron aplicando las diferentes posibilidades que ofrecía la imprenta en el diseño y edición de documentos impresos. En esta misma línea, y siguiendo la argumentación de Toni Matas, es posible afirmar que la tecnología multimedia se encuentra inmersa en una fase de experimentación, prueba o aplicación de

³⁷ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 93.

todas las posibilidades que permite la combinación de diferentes “medias” (Matas: 2001).

Los contenidos multimedia son gestionados por uno o más programas informáticos (software), que posibilitan a los usuarios de tales productos el acceso y consulta de los documentos de diferente naturaleza (audio, imagen y texto) que integran. En este sentido, desde un punto de vista terminológico, es muy importante clarificar la diferencia existente entre los productos multimedia y los equipos que los reproducen.

Un producto multimedia integra contenidos de diversa naturaleza que exigen el uso de determinados programas de software ideados para posibilitar la descarga, presentación y consulta de contenidos de audio, imagen o texto, respectivamente. Por tanto, la creación de un producto multimedia se encuentra estrechamente ligada a la elaboración de un programa informático que lo gestione, independiente si el usuario accede al producto con un PC, una consola de videojuegos o a través de la televisión interactiva. (Matas: 2001)

En la industria multimedia concurren empresas de sectores muy diversos: empresas creadoras de contenidos (editoriales, productoras de vídeo y televisión, medios de comunicación, etc.), empresas proveedoras de los equipos y los programas informáticos necesarios para ejecutar los productos multimedia, y las compañías operadoras de telecomunicaciones que permiten el acceso a través de las redes de los contenidos multimedia. (Matas: 2001)

En el caso de los medios de comunicación, es posible afirmar que el medio digital ha contribuido a explotar las posibilidades de la convergencia mediática. En este sentido, la Red inaugura una etapa marcada por el protagonismo de los contenidos multimedia. De este modo, la imagen en movimiento deja de ser una característica exclusiva del medio televisivo y la información sonora ya no está presente únicamente en la radio. Los medios on-line son capaces de presentar

informaciones en las que converjan atributos informativos de diferente naturaleza. Este aspecto, convertido en una de las principales características del medio digital, exige de una profunda reflexión sobre los parámetros a seguir en la creación de mensajes informativos multimedia³⁸.

Los productos multimedia introducen, junto a la información textual, otras morfologías de la información, concretamente la imagen y el sonido. En este sentido, el emisor (esto es, el autor o creador de este tipo de productos) debe ser capaz de integrar cohesionadamente estos diferentes elementos, de forma que el receptor (esto es, el destinatario, lector o usuario) los perciba como partes integradoras de un todo o conjunto, evitando —a no ser que esta sea la intencionalidad— que una de las *medias* predomine sobre el resto; o bien, que algunas sean percibidas como meros complementos o añadiduras sin una función o finalidad clara.

“La *multimedia* hace posible el ensamblaje de canales de comunicación alternativos a la palabra escrita, permitiendo introducir cualquier tipo de *media* junto al texto y ofreciendo así una configuración audiovisual de la obra: lo que implica la necesidad de unos planteamientos en los que imagen y sonido se conciben como elementos constituyentes del producto”³⁹.

Más allá de la información textual, atributo predominante a lo largo de la historia de la comunicación en la mayoría de productos informativos, el multimedia inaugura una retórica que se caracteriza por combinar el texto con contenidos

³⁸ “Con relación a los medios convencionales —radio y televisión—, la prensa ha aventajado a éstos en su presencia y protagonismo dentro de la red, donde goza de cierta primacía. No obstante, a pesar de la mayor experiencia de la prensa en Internet, hoy la radio empieza una nueva etapa dentro de la dinámica digital y lo mismo podríamos decir de la televisión, lo que supondrá un esfuerzo añadido a la prensa por mejorar su presencia en Internet, apostando por la mejora y ampliación de sus contenidos y servicios. La penetración definitiva de la radio y la televisión en la red harán más necesaria la apuesta por un modelo de presentación multimedia de los contenidos informativos, hacia el que tiende la prensa en línea actual”. (Cabrera: 2001).

³⁹ VOUILLAMOZ, Nuria. *Literatura e hipermédia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona, Paidós, 2000. Col. Paidós Papeles de Comunicación 30. P. 132.

sensoriales, gráficos y auditivos de amplias posibilidades comunicativas. En el caso de los videojuegos, el grado de aplicación o uso de las diferentes *medias* no es equitativo, sino que se realiza según el siguiente orden: imagen + sonido + texto. La imagen —y concretamente la imagen en movimiento— es el atributo predominante de los videojuegos. Por su parte el uso del sonido (música, efectos sonoros, etc.), que otorga al relato un mayor realismo y permite introducir una sensación de mayor dinamismo, posee una gran presencia. Por último, la información textual aparece en menor medida.

En el caso de los mensajes informativos, los estudios demuestran que la información textual sigue poseyendo un gran protagonismo. En un artículo titulado “Cómo lee el internauta en los sitios informativos”, Francis Pisan señala que los internautas al consultar un sitio de noticias se detienen más en los textos que sobre los productos multimedia. En este sentido, Pisan añade: “El texto (corto) manda”. El mismo autor añade que los hechos leídos son retenidos por los usuarios más fácilmente que los que se presentan en formato multimedia. No obstante, la información referida a un proceso o procedimiento que no es familiar para el receptor se recuerda más fácilmente cuando se presenta en formato multimedia o gráfico. En su artículo, Pisan hace referencia al estudio Eyetrack III realizado por el Instituto de Periodismo Poynter bajo la dirección de Steve Outing, especialista en medios interactivos, y la profesora Laura Ruel. Según Outing “el texto reina todavía en la web; la presentación multimedia de las noticias todavía tiene que evolucionar”⁴⁰.

Con relación al uso predominante de la imagen en la narrativa multimedia propia de los videojuegos, cabe reflexionar sobre algunos aspectos que permiten comprender la importancia que el componente audiovisual posee en la sociedad actual, especialmente entre los jóvenes, principales consumidores de los videojuegos. En el campo de la filosofía, Platón colocaba la imagen al lado de la copia, del ídolo, de lo sensible y, por tanto, opuesto a lo inteligible. Actualmente,

⁴⁰ PISAN, Francis. “Como lee el internauta en los sitios informativos”. En: *El País digital* (www.elpais.es). 16-10-2004.

la esfera pública se encuentra dominada por una gran cantidad de mediaciones icónicas, gestuales y visuales. Los contenidos audiovisuales tienen una gran presencia en todas las facetas de las sociedades actuales.

“Nuestras sociedades viven inmersas en un sistema de comunicación donde los productos audiovisuales determinan la mayor parte de su tiempo libre y la mayor parte de la recepción de la información (el tiempo dedicado a la lectura —libros y periódicos— se reduce porcentualmente con el aumento del ocio y la dedicación a la recepción de materiales audiovisuales)”⁴¹.

El cine, los vídeoclips, los videojuegos, la televisión han generado en los televidentes un fondo mental común de imágenes y conocimientos. De esta forma, los telespectadores han adquirido una rapidez cada vez mayor en la comprensión de este lenguaje audiovisual. Incluso, se habla, especialmente con relación a los sectores más jóvenes de la sociedad, de una cultura del videoclip. Esta abundancia de contenidos audiovisuales ha generado una pérdida creciente de la capacidad de concentración en lo escrito.

Janet H. Murray, investigadora del Centre for Educational Computing Initiatives del MIT, reflexiona en su libro *Hamlet en la holocubierto. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*⁴², sobre el grado en que la sociedad ha asimilado las convenciones propias de los diferentes medios, especialmente de la televisión.

“Tras años de ver películas somos capaces de unir sus imágenes discontinuas y percibir estructuras coherentes. Podemos hacer esto porque conocemos las convenciones de estos medios. [...] sabemos percibir continuidad espacial en una película uniendo

⁴¹ PERCEVAL, José María. *¿Qué es la televisión educativa?* Apuntes Máster en Comunicación y educación de la UAB, 2001.

⁴² MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubierto. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1997.

mentalmente una toma exterior con una interior, y sabemos que un cambio en la iluminación o en el punto de vista quiere decir que se trata de un flashback o que es el pensamiento subjetivo de un personaje”⁴³.

La televisión posee una importancia crucial en el protagonismo e influencia que los contenidos audiovisuales han adquirido en la sociedad actual. El aparato televisivo ha introducido, en los hogares de todo el mundo, la magia, la persuasión y el impacto de la imagen en movimiento. El entretenimiento del vídeo fue tan irresistible que los aparatos de televisión se hicieron rápidamente un sitio junto a los libros y las revistas. Un aparato de televisión es más grande, más caro, más incómodo y tiene menos resolución que un libro o una revista. Sin embargo, estas características no han limitado la popularidad de los contenidos audiovisuales. En este sentido, José Luis González Yuste destaca la “avalancha” de imágenes y a la “abundancia” de mensajes que genera la televisión: “McLuhan llegaba a decir que, cuando el niño dejaba su pantalla de televisión para ir a la escuela, no podía hacer otra cosa que regresar a ella”⁴⁴.

En este contexto, tal y como señala José Manuel Pérez Tornero, la comunicación y la imaginación se basan cada vez más en las imágenes. Los procesos de “clasificación” y “control” del mundo presentan cada vez un carácter más icónico y menos verbal. En definitiva, la identidad personal, hasta el momento basada en nombres y palabras, empieza a fundamentarse en las apariencias y la imagen. (Tornero:2000)

Con relación al protagonismo cada vez mayor de la imagen en los diferentes aspectos de la vida, Pérez Tornero señala que “los ordenadores las pueden registrar y reconocer: no en vano están aprendiendo a identificar caras y voces.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ GONZÁLEZ YUSTE, JOSÉ Luis. “Variables de la educación en comunicación”. EN: PÉREZ TORNERO, José Manuel (compilador). *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Paidós, Barcelona, 2000. Col. Papeles de Comunicación 27.

Las crónicas y la historia se practican de modo audiovisual con menor mediación del texto escrito. El teléfono sustituye a la escritura y el futuro correo electrónico será audiovisual. Los escáneres y los vídeos confieren cada vez más peso a lo icónico⁴⁵. La imagen, y por extensión los contenidos audiovisuales, poseen una gran presencia en la sociedad actual que se ha visto impulsada con los últimos avances tecnológicos.

“La digitalización (de cualquier tipo de información) está abriendo enormes posibilidades de codificación y manipulación de los lenguajes que hasta hoy eran bastante inaccesibles al control y al análisis humano, es decir, de aquellos que están más allá de la palabra. Con ello ganamos conciencia sobre estas ‘nuevas’ semióticas, nos distanciamos —como en su día hicimos del lenguaje verbal— y adquirimos una mayor reflexividad sobre nuestras conductas comunicativas... Pero, sobre todo, está surgiendo una nueva escritura, la escritura de las imágenes⁴⁶”.

El iconismo tradicional, el de la fotografía, el dibujo y la pintura realista, la película de cine o vídeo se caracterizaba por la correspondencia directa entre el objeto representado y su referente. No obstante, los avances tecnológicos han permitido manipular y construir imágenes de una forma rápida y sencilla. De esta forma, la creación de mundos posibles —verosímiles o no— se ha convertido en un proceso al alcance de cualquier persona dotada de un ordenador personal y de un programa de diseño gráfico.

Además, como señala Pérez Tornero, “la sensación de realidad de esos mundos posibles nuevos no deja de ser muy grande al cabo de una década o menos. La

⁴⁵ PÉREZ TORNERO, José Manuel. “Los nuevos procesos de mediación: del texto al hipermedia”. EN: PÉREZ TORNERO, José Manuel (compilador). *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Paidós, Barcelona, 2000. Col. Papeles de Comunicación 27.

⁴⁶ *Ibidem*.

facilidad con la que se manejan los recursos de tratamiento gráfico de la imagen hace que estos sean accesibles a infinidad de personas. Y, en conjunto, la circulación de los mensajes producidos por estos procedimientos se multiplica⁴⁷. De esta forma, cualquier usuario puede crear, inventar y diseñar mensajes icónicos. El uso y combinación de formas y colores se convierte en una fuente generadora de contenidos en los que la imagen tiene un papel protagonista. “Dentro de poco —pronostica Pérez Tornero— resultará tan sencillo, o casi, comunicarse mediante la combinación de imágenes que los discursos —cualquier tipo de discurso— ganarán una proporción icónica muy considerable⁴⁸”.

No obstante, para que la comunicación sea efectiva, es necesario, entre otros aspectos, que estos mensajes —especialmente los multimedia que combinan diferentes atributos o morfologías informativas— se creen respetando un código que garantice su correcta descodificación por los receptores. En el terreno del periodismo digital el componente multimedia inaugura un amplio abanico de posibilidades en la construcción de mensajes informativos que se encuentra todavía en su fase inicial de desarrollo⁴⁹.

c) Personalización

La posibilidad de ofrecer contenidos adaptados a los intereses y necesidades de los usuarios es otra de las características de los medios digitales. De este modo, el usuario puede indicar cuáles son los temas que más le interesan y recibir únicamente información sobre estos. De este modo, el usuario no debe “enfrentarse” al conjunto de información que aparece en pantalla si no que el propio sistema la organiza y selecciona en función de sus preferencias y le

⁴⁷ *Íbidem*.

⁴⁸ *Íbidem*.

⁴⁹ “El lenguaje periodístico digital, que comenzó siendo muy semejante al de los periódicos y utilizaba principalmente las series lingüística, para-lingüística y no-lingüística, puede añadir ahora la imagen en movimiento —tanto vídeos como gráficos animados— y el sonido, siempre que se disponga del *software* adecuado. Y las cabeceras editadas inicialmente en papel, que trasladaron su propio lenguaje a la red, muy poco después tuvieron que introducir y manejar los códigos icónicos y sonoros, hasta ahora exclusivos de la radio y la televisión, para comenzar a producir contenidos en ese lenguaje múltiple —todavía incipiente, lento y con muchas cuestiones pendientes— que abarca y abarcará cada vez mejor todos los formatos posibles de la tecnología actual”. (Edo: 2001).

ofrece un producto personalizado y, por tanto, diferente al que reciben otros usuarios. En definitiva, se produce un paso desde la tecnología *push* (el usuario navega libremente realizando consultas a partir de una amplia oferta de contenidos) a la *pull* (el usuario recibe un producto informativo adaptado a sus preferencias e intereses).

“En 1998, la discusión de moda era tecnología *push* frente a la tecnología *pull*. Mediante la primera, uno busca lo que quiere, y se respeta así la *serendipity*, o gusto del usuario por perderse un poco por entre la información, sin buscar nada en concreto. En el fondo, más o menos el método tradicional en que uno leía el periódico tradicional, pero ahora en una pantalla, con más información y enlaces de hipertexto. Por el contrario, la tecnología *pull* permitía (permite) recibir lo que uno desea, un producto personalizado. Pero, no nos engañemos, eso, aunque la tecnología permita hacerlo mejor y más rápido, y con un volumen de información mayor, lo hacían ya los Függer en el siglo XV”⁵⁰.

La personalización supone un avance en la oferta informativa que permite pasar de unos contenidos de tipo generalista a contenidos adaptados a públicos específicos o, en definitiva, a un usuario en concreto. No se trata únicamente de dirigir los contenidos informativos ofrecidos a un público más acotado sino que éstos se adaptan a la necesidad de un único usuario. Se trata, en definitiva, de potenciar los productos informativos especializados. Este aspecto contribuye a satisfacer las necesidades del conjunto de los usuarios que, por su número y por su heterogeneidad, difícilmente pueden coincidir en sus necesidades e intereses informativos. Del mismo modo, ante la gran cantidad de información presente en la Red, el usuario puede acceder a los contenidos que realmente le interesan.

⁵⁰ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 93.

Además, el propio sistema, una vez que conoce el perfil del usuario y sus preferencias informativas, puede interactuar con él ofreciéndole informaciones que respondan a su perfil⁵¹.

La posibilidad de personalizar la oferta informativa es una característica de los medios on-line que está estrechamente ligada al componente interactivo de estos medios. Se establece un intercambio entre usuario y sistema por el que el primero solicita unos determinados contenidos informativos y el segundo los facilita e, incluso, le advierte de cualquier novedad que responda a sus intereses. Este aspecto se observa claramente en el caso de los servicios informativos como los boletines informativos o *newsmail* o los mensajes a teléfonos móviles (que con los dispositivos de última generación pueden ser tanto de texto como de imagen). En estos casos, el sistema envía la usuario adelantos informativos, avisos o últimas noticias vinculadas a la agenda temática que éste ha definido previamente.

“La personalización de contenidos y la interactividad son dos de las grandes aportaciones del periodismo digital a los procesos de acceso a la información. Así, la prensa electrónica está incorporando, aún de forma incipiente, modos de conocer la actualidad ajustados a los intereses y demandas de cada uno de los lectores: servicios de información por correo electrónico o en el teléfono móvil; personalización de los contenidos informativos y publicitarios de la página de inicio (*homepage*), en función de la navegación, y

⁵¹ “La información ‘on line’ se orienta a individuos con perfiles específicos, por que permite responder a las demandas de cada uno en determinado momento. En tal sentido, supera a los targets tradicionales que sólo tenían en cuenta indicativos demográficos, profesionales o económicos similares, los famosos segmentos A, B, C, D y E (esta última letra añadida por nuestras realidades hispanoamericanas). Los públicos específicos, requieren de información específica, se amplía así el ámbito de los productos informativos especializados. El usuario puede elegir su información de acuerdo a sus preferencias. Pero también es necesario advertir que, conocer mejor el perfil del público, permite al comunicador orientarlo mejor, ofrecerle temas que le permitan crecer como persona y ofrecerle así un mínimo de orden al caos que puede resultar a veces Internet”. (Morales: 2001).

personalización de los textos, en función de palabras clave, entre otros⁵².

d) Interactividad

La interactividad hace referencia a un concepto amplio que puede darse básicamente en dos niveles: interacción del usuario con el servicio informativo e interacción del usuario con la información. La interacción entre el usuario y el servicio informativo permite un gran número de posibles “intercambios”: entre la fuente y la redacción, entre la redacción y los lectores, entre los lectores y los anunciantes, entre los lectores, y entre los lectores y las fuentes de información.

“Los lectores, como resultado de esta interactividad, comienzan a considerarse miembros de la cibercomunidad que se crea en torno al servicio informativo on-line. Esta circunstancia se debe al nuevo concepto de la calidad que los medios on-line están generando. Ya no se entienden como pertenencia a un mismo ámbito geográfico sino como a un mismo ámbito de interés⁵³.”

La interactividad es un aspecto decisivo a la hora de lograr establecer una verdadera relación comunicativa y un compromiso entre el emisor y el receptor. El usuario deja de ser un testigo pasivo de la información y se convierte en un actor del proceso comunicativo capaz de adoptar decisiones que poseen una influencia directa en el intercambio informativo: Decide sus itinerarios de lectura, puede emitir opiniones, puede agregar o quitar información a los contenidos, etc. En definitiva, “si cuenta con los estímulos suficientes para integrar las herramientas informáticas y comunicarse con ellas, volcando sobre la información primaria sus ideas y su creatividad, estará generando interactividad”. (Zalcberg: 2001, 170)

⁵² POU AMERIGO, María José. “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 146.

⁵³ MORALES, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional. El diario ‘El Tiempo de Piura’”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 122.

El componente interactivo de los medios digitales revoluciona los intercambios comunicativos, ya que en un mismo proceso el emisor puede convertirse en receptor y viceversa. Esta característica ha dado lugar al concepto de lecto-autor en referencia al sujeto capaz de recibir información y al mismo tiempo de reaccionar, esto es, de emitir su opinión sobre la misma. En el caso del periodismo digital, los profesionales de la información disponen de una serie de herramientas técnicas que les permiten recibir los comentarios de los usuarios y, de este modo, se integran en un proceso de continuo intercambio que contribuye a enriquecer el proceso comunicativo⁵⁴.

El incremento de la participación del usuario en los procesos comunicativos hace incluso que éste pueda consultar directamente la fuente primaria de una información más allá del texto elaborado por el periodista. En este sentido, el papel del periodista como mediador queda relegado a un segundo plano. Esta “democratización” en el acceso a las fuentes informativas ha generado también una serie de temores en torno al proceso informativo. Si los usuarios pueden acceder directamente a la fuente informativa, ¿cuál es el papel que debe realizar el periodista? ¿Deben los profesionales de la información asumir nuevos roles? ¿Debe el periodista digital convertirse en un mediador u orientador de los internautas?

“Así como la ‘novedad’ de la radio era escuchar sonidos y la de la televisión era la de ver imágenes, sin duda la gran aportación del nuevo soporte que está naciendo es la interactividad. Ahora, el periodista ya no tiene el poder absoluto como único emisor del mensaje. Gracias a las nuevas tecnologías, el lecto-autor tiene la posibilidad de

⁵⁴ “Con el medio electrónico podemos hablar de un doble *feed-back* en la información. El periodista es a la vez emisor y receptor de la información disponible en la red, está en el centro de dos diagramas diferenciados de la teoría de la comunicación de Jakobson, de manera que recibe y emite la información, actuando primero como receptor y luego como emisor, con la particularidad que los dos procesos de comunicación son simultáneos y tienen lugar a través del mismo canal de comunicación, la red”. (Luzón: 2001).

acceder directamente a las fuentes informativas sin la mediación del periodista ni de ningún tipo de intermediario, y con la misma facilidad que accede a la propia información periodística: un simple movimiento de muñeca. Si bien esto se pudiera entender como una democratización de la información, ¿hasta qué punto esto no supone una tergiversación de los hechos?”⁵⁵.

En conclusión, es posible afirmar la interactividad dota a los medios on-line de una serie de posibilidades que, por el momento, no estaban al alcance de otros medios o, al menos, sus posibilidades de aplicación eran muy reducidas. El elemento interactivo introduce un nuevo tipo de intercambios entre medios de comunicación (periodistas) y usuarios (lecto-autores), cuyas implicaciones y cuyo alcance están todavía por definir⁵⁶.

e) Narrativa hipertextual

La textualidad electrónica se caracteriza por presentar estructuras de información textual de naturaleza no secuencial, es decir, hipertextos. En el caso de Internet, la WWW (World Wide Web) se puede concebir como un sistema hipermedia que permite el intercambio de información a través de documentos que pueden estar en cualquier ordenador del mundo. No obstante, para que esto sea posible, existe un protocolo de comunicación llamado HTTP (*Hypertext Transport Protocol*- Protocolo de Transporte de hipertextos) que permite a los ordenadores de todo el mundo “comunicarse”. Por otro lado, es necesario contar con un navegador (o *browser*), esto es, un programa que, utilizando el protocolo HTTP, posibilita este intercambio de información.

⁵⁵ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 109.

⁵⁶ “En un medio como Internet llegar a la audiencia resulta la parte más complicada. Siempre se requiere la atención y disposición exclusivas del usuario para atender al mensaje. Es el navegante el que primero debe llegar al sitio. La gran ventaja: es el sitio el que puede ir a buscarlo luego”. (Zalberg: 2001).

A través de estos programas, los usuarios pueden visualizar documentos que, generalmente, suelen estar creados en el lenguaje HTML (*Hypertext Markup Language*- Lenguaje de Marcas para Hipertexto). El HTML es un lenguaje que, entre otras opciones, permite enlazar diferentes páginas o documentos web mediante vínculos o hiperenlaces. Además, contiene toda la información referida al contenido y a la estructura formal del documento (tipografía, ubicación de los diferentes elementos, etc.).

En el 1^{er} Congreso de Publicación Electrónica⁵⁷, organizado por el Colegio de Periodistas de Cataluña en mayo de 1998, se llevó a cabo, entre otros, un debate titulado “Los hipocentros del hiperlenguaje”, en el que se reflexionó sobre la naturaleza del hipertexto y se llevó a cabo un interesante análisis de la terminología utilizada en este campo, definiendo el hipertexto como “la gota que colma el vaso del pensamiento moderno”⁵⁸.

“Parece ser que la comunicación basada en estructuras hipertextuales puede marcar, efectivamente, el final de una era del pensamiento y el principio de otra, el paso del pensamiento denominado moderno (cartesiano, analítico, unisecuencial) a otra forma de organización del discurso, basada en la multiconexión y la multilinealidad, en una estructura que recuerda a la de las neuronas del cerebro. El paso del texto al hipertexto puede constituir, por tanto, uno de los hipocentros de este sismo”⁵⁹.

El carácter no secuencial de los textos que aparecen en Internet influye de forma clara en la redacción de contenidos *on-line*. El hipertexto⁶⁰, como sistema de

⁵⁷ *Bits i papers. Les conclusions del 1^{er} Congrés de la publicació electrònica*. Nº2. Colegio de Periodistas de Cataluña, Barcelona. Mayo 98.

⁵⁸ *Ibidem*. P. 33-34.

⁵⁹ *Ibidem*. P. 33-34.

⁶⁰ En el marco del 1^{er} Congreso de la Publicación Electrónica, se definió el hipertexto como “un sistema de organización de informaciones de diferente naturaleza (básicamente gráfica-verbales, acústicas, icono-estáticas e icono-móviles), con una estructuración multilineal, de forma que el lector pueda definir su propio

organización de la información, presenta una naturaleza multilineal. El usuario puede decidir su recorrido o ruta, accediendo mediante enlaces a diferentes niveles de información. De esta forma, los contenidos se estructuran en unidades autónomas de información, llamadas lexias o nodos, unidas mediante hipervínculos. Como señala Xosé López: “Gracias a las características propias del hipertexto, la lectura del mensaje informativo puede realizarse en vertical, o lo que es lo mismo, el usuario final puede tener la posibilidad de profundizar en el contenido de la noticia en la medida que lo necesite. Es decir, a través de enlaces internos o externos, el usuario final tiene al alcance de un solo clic la posibilidad de acceder directamente a las fuentes que intervienen en un determinado evento. Junto a ello, el periodista, de la misma forma, puede ofrecer al usuario la posibilidad de acceder a múltiples informaciones paralelas que no interrumpen en la información principal pero es fácilmente accesible”⁶¹.

Para la investigadora Janet H. Murray, las lexias, a diferencia de las encuadernaciones en soporte papel, permiten encadenar, mediante el uso de vínculos, un número infinito de unidades de lectura.

“Las páginas de papel están encuadernadas en los libros siguiendo una sola secuencia y las tarjetas de papel se tienen que organizar obligatoriamente con una tarjeta delante y otra detrás, aunque es más fácil hacer búsquedas en un orden que no sea secuencial. Pero las páginas y las tarjetas en la pantalla se convierten en lexias: ocupan un espacio virtual en el que pueden estar, detrás o al lado de un infinito número de otras lexias”⁶².

recorrido. Insistimos en su carácter multilineal, y no alineal, ya que el recorrido escogido siempre implica una secuencia. Su originalidad no reside en la naturaleza de los signos que incorpora (textos, imágenes y sonidos se integran desde hace siglos, por ejemplo) sino en el sistema de enlaces de información [...]”. EN: *Bits i papers. Les conclusions del 1^{er} Congrés de la publicació electrònica*. N°2. Colegio de Periodistas de Cataluña, Barcelona. Mayo 98, P. 34.

⁶¹ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 111.

⁶² MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubieta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1999. Col. Multimedia 12. P. 66.

El hipertexto ofrece, en todo momento, al usuario la posibilidad de retroceder y regresar al punto de partida o primer bloque de información. No obstante, no se puede hablar de una estructura alineal, ya que el recorrido escogido por el usuario implica siempre un encadenamiento o sucesión de unidades lógicas de lectura, esto es, una secuencia⁶³.

El hipertexto presenta una estructura arborescente que permite a los usuarios seleccionar, a través de los hipervínculos o enlaces, las páginas web que desean visitar. Los enlaces desempeñan, por tanto, una función gramatical, ya que ordenan y articulan diferentes unidades o bloques de información que versan sobre una misma área temática. Se trata de los elementos que estructuran el discurso. De esta forma, establecen la sintaxis de los sistemas hipertextuales. Su función es similar a los nexos o términos de enlace que se utilizan en los textos para unir oraciones, frases o palabras (aunque el caso del hipertexto son siempre bloques independientes con sentido completo). Esta característica del hipertexto lleva a Janet H. Murray a afirmar que la estructura hipertextual no ofrece, en muchos casos, un “final claro”, esto es, un cierre definitivo del relato⁶⁴.

En el 1^{er} Congreso de Publicación Electrónica, se estableció una interesante comparación entre la estructura multilineal del hipertexto con el sistema de organización de ideas propio de la mente humana.

⁶³ “[...] las posibilidades (o las limitaciones) del libro electrónico invitan a organizar de un modo distinto lo que el libro que todavía es el nuestro distribuye de manera necesariamente lineal y secuencial. El hipertexto y la ‘hiperlectura’ que áquel [el libro electrónico] permite y produce transforman las relaciones posibles entre las imágenes, los sonidos y los textos asociados de manera no lineal gracias a las conexiones electrónicas y las relaciones posibles entre unos textos de contornos fluidos y virtualmente ilimitados en número. En este mundo textual sin fronteras, la noción esencial, el concepto fundamental es el de ‘enlace’, entendido como la operación que pone en relación las unidades textuales destacadas del resto de la lectura”. (Chartier: 2001).

⁶⁴ “El hipertexto les ha dado a los escritores nuevas formas de experimentar con la segmentación, yuxtaposición y conexión entre los textos. Las historias escritas en hipertexto suelen tener más de un punto de entrada, muchas ramificaciones internas y ningún final claro. Como las historias multiformes que imaginaron Borges o Lightman, las narrativas hipertextuales son redes intrincadas con muchos caminos posibles”. (Murray: 1999).

“Este carácter multidimensional [en alusión a la estructura del hipertexto] tiene una similitud con el sistema de organización de las ideas de la mente humana, por lo cual se podría considerar que el hipertexto tiene una raíz espontánea, resume el concepto y, desde este punto de vista, entenderlo sería poder deambular a través suyo sin perder esta idea de globalidad, sin desvirtuar el mensaje que aloja, pero tampoco imponiéndolo al lector”⁶⁵.

Según algunos autores, como actualmente muchos de los hipertextos ofrecen al usuario la posibilidad de trabajar con gráficos y otros medios, es preferible utilizar el término “sistema hipermedia” o “hipermedia” en lugar de “hipertexto”. Otros, por su parte, consideran que la definición moderna de “texto” ya incluye la presencia de imágenes, dibujos, sonidos, etc. Por tanto, según este último punto de vista, el hipertexto no debe concebirse, simplemente, como una determinada disposición de información de texto escrito, es decir, como un conjunto de palabras.

Carlos Moreno Hernández apunta en un artículo titulado “Ortega, el ensayo y el hipertexto”⁶⁶, que la única novedad que introduce el hipertexto radica en la denominación de este sistema de organización de la información y en su aplicación informática. Según el autor, la integración o mezcla de géneros y discursos constituye una de las versiones modernas de la literatura como hipertexto.

“Sobre el hipertexto no existe un consenso claro: sería un concepto borroso o fluido en consonancia con la fluidez del medio electrónico, definido como una variedad de texto no lineal atravesado por enlaces explícitos entre sus bloques o partes que

⁶⁵ *Bits i papers. Les conclusions del 1^{er} Congrés de la publicació electrònica*. Nº2. Colegio de Periodistas de Cataluña, Barcelona. Mayo 98. P. 34.

⁶⁶ MORENO HERNÁNDEZ, Carlos. “Ortega, el ensayo y el hipertexto”. EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. P.55. Nº 205. Mayo 1998.

remiten a otros dominios o niveles, pero también en su versión informática, según diferentes programas, con posibilidades crecientes suele equivaler a hipermedio, con las conexiones o enlaces electrónicos que unen bloques textuales entre sí y con sonidos o imágenes⁶⁷.

Carlos Moreno distingue entre hipertextos e hipermedios (o hipermedia). El primer término alude a al dominio de lo escrito; mientras que la denominación de hipermedio se aplica a la integración entre lo escrito, lo acústico y lo icónico. En este sentido, el término multimedia (combinación de imagen, texto y sonido) se incluiría en el campo del hipermedia.

Con relación a las relaciones comunicativas (emisor- mensaje- receptor), cabe destacar que el hipertexto introduce un mayor grado de participación de los usuarios o lectores, que dejan de ocupar una posición pasiva dentro del proceso comunicativo. Al mismo tiempo se puede hablar de un continuo y constante intercambio de roles: el emisor pasa a ser receptor y viceversa. La emisión, recepción e interacción (o participación) se convierten en acciones habituales dentro del acto comunicativo que inaugura el hipertexto. No obstante, uno de los aspectos más destacados es la confusión entre la figura del “emisor” y del “receptor”⁶⁸.

Con la textualidad electrónica, se desarrolla de esta forma un proceso creativo que introduce la posibilidad de una constante retroalimentación o *feedback*. El escritor o autor se convierte en lector y el destinatario actúa como emisor y, al mismo tiempo, interactúa con otros usuarios.

⁶⁷ *Ibidem*. P. 55.

⁶⁸ “Las nuevas estructuras del discurso y los actuales canales de distribución confieren al receptor una funcionalidad alternativa como agente cultural: el lector no sólo decide su camino de lectura, sino que además percibe la obra desde la perspectiva de un autor potencial que en un momento determinado puede escribir o recrear un texto —desaparición de fronteras entre autor y lector— e incluso divulgarlo —desaparición de fronteras entre lector y editor”. (Vouillamoz: 2000).

“En un plano ideal el hipertexto y el medio hipertextual e interactivo pueden liberar a los lectores, usuarios y audiencia de su condición pasiva, para que intervengan en el proceso creativo y generador de información. Así, la relación entre el autor de una información (un artículo, una obra) y el receptor de esta información se nivelan más, el primero cede parte de sus derechos creativos y el segundo asume un mayor grado de soberanía, pudiendo escoger entre diversos recorridos dentro de un hipertexto y modificando o incorporando nuevos textos y nexos al mencionado hipertexto. Una vez emancipado, el lector pasa a ser interactor (ya que interactúa, participa en una comunicación interactiva), [...]”⁶⁹.

En este sentido, la particularidad que introduce el hipertexto no tiene que ver con el *qué* (es decir, con el contenido que presenta), sino con el *cómo* (esto es, la forma en que se distribuye y accede a ese contenido). La textualidad electrónica ofrece unas posibilidades de creación, recreación y divulgación que permiten que el lector perciba el mensaje como autor. Incluso, se puede hablar de una interacción del usuario con el contenido en la medida en que el producto, como señalan algunos autores, se presenta “inacabado” y precisa, por tanto, de la intervención directa del lector. En este sentido, es posible afirmar que los productos multimedia demandan de un proceso de lectura y, al mismo tiempo, de composición y re-composición del contenido ofrecido⁷⁰.

⁶⁹ *Bits i papers. Les conclusions del 1^{er} Congrés de la publicació electrònica*. Nº2. Colegio de Periodistas de Cataluña, Barcelona. Mayo 98. P. 35.

⁷⁰ “Leer no se identifica ahora con una aprehensión significativa del producto —una generación de significados—: la lectura de la obra electrónica posibilita un diálogo abierto con el texto y con el autor, de modo que leer se convierte en un proceso de construcción del texto en colaboración con el autor, e incluso en un proceso de reescritura del texto más allá de la propia creación del autor. Esta noción de lectura como sistema de construcción, ya presente en la teoría asociada a la literatura impresa, cobra pues nueva proyección desde el entorno digital: además de construir significados, el lector debe *componer* la obra a lo largo de su lectura y puede *re-componer* la obra sí así lo desea. La recepción en tanto que actividad intelectual se integra como generadora de nuevos esquemas de construcción de la realidad social”. (Vouillamoz: 2000).

No obstante, Janet H. Murray afirma que la consideración del “lector” de un hipertexto como “autor” del contenido que lee es engañosa. En este sentido, esta autora argumenta que los usuarios pueden intervenir directamente sobre estos formatos digitales, pero su capacidad de participación, es decir, su protagonismo está condicionado por las posibilidades de actuación previamente programadas. Por ello, Murray define al autor de la narrativa electrónica como un “coreógrafo” que proporciona los “ritmos”, el “contexto” y los “pasos que se pueden bailar”. El lector, por tanto, tendría una libertad limitada y condicionada.

“La autoría de los medios electrónicos se basa en una sucesión de procedimientos. Esto quiere decir que el autor escribe las reglas que determinarán al texto además de escribir el texto en sí mismo. Estas reglas determinan el grado y tipo de participación del usuario, es decir, las condiciones bajo las cuales ocurrirán cosas en respuesta a las acciones del usuario”⁷¹.

En definitiva, como señala Carlos Moreno, el hipertexto presenta un aspecto estético que viene dado por “la forma interactiva en que es presentado al usuario y su capacidad de respuesta creativa, el papel de respuesta a través de los periódicos potenciado ahora por el medio electrónico a nivel mundial”⁷².

A pesar de las limitaciones que imponen la programación informática, Roger Chartier opina que las posibilidades que ofrece la textualidad electrónica resultan muy atractivas tanto para los lectores como para los escritores. Sin embargo, Chartier reconoce que los consumidores de libros electrónicos son, por el momento, poco numerosos y añade que el protagonismo que se ha otorgado a la revolución digital es, en ocasiones, excesivo⁷³.

⁷¹ MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1999. P. 165. Col. Multimedia 12.

⁷² MORENO HERNÁNDEZ, Carlos. “Ortega, el ensayo y el hipertexto”. EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. P. 59. Nº 205. Mayo 1998.

⁷³ “La correspondencia electrónica entre el autor y sus lectores, convertidos en coautores de un libro nunca concluido, sino prolongado con los comentarios e intervenciones de estos últimos, concede una formulación

A pesar de las limitaciones técnicas, el hipertexto introduce una nueva relación del lector con el texto y, por tanto exige la asimilación de unos nuevos hábitos de lectura. Más allá de la hoja de papel y ampliando las características del soporte impreso, el soporte digital se caracteriza por ofrecer al lector una posibilidad única: la posibilidad de interactuar. El lector, ahora también interactor, puede iniciar nuevos procesos comunicativos. En definitiva, cambia el soporte, cambia la presentación del contenido, y por tanto, se debe modificar la mentalidad del destinatario de la información.

En el campo de la producción literaria, Janet H. Murray, que considera que la textualidad electrónica se encuentra en su “estadio incunable”, resume en tres puntos las características o requisitos que debe presentar el hipertexto para poder hablar de “una nueva forma de arte”: “ambición literaria”, “capacidad comunicativa” y “conocimientos técnicos”.

“Me parece muy probable que el futuro Homero digital sea alguien que combine ambición literaria, la capacidad de llegar a una gran audiencia y experiencia informática. Pero ahora nos toca escuchar muy cuidadosamente, a ver si en medio de la cacofonía del ciberespacio escuchamos los primeros ecos titubeantes del bardo que se despierta”⁷⁴.

nueva a una relación que algunos autores antiguos deseaban, pero que se veía dificultada de hecho por las limitaciones propias de la edición impresa. La promesa de una relación más cómoda e inmediata entre la obra y su lectura resulta seductora, pero no debe hacer olvidar que los lectores (y coautores) potenciales de los libros electrónicos son aún minoritarios. La obsesionante presencia de la revolución electrónica en todos los discursos (incluido el mío) no se corresponde con la realidad de las prácticas de lectura, que siguen generalmente asociadas a objetos impresos y que no explotan sino muy parcialmente las posibilidades ofrecidas por lo digital. Tenemos que ser muy lúcidos para no tomar lo virtual por una realidad ya existente”. (Chartier: 2001).

⁷⁴ MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubierto. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1999. Col. Multimedia 12. P. 224.

A modo de conclusión de esta introducción al campo de la textualidad electrónica, podemos destacar la reflexión de Carlos Moreno, que en unos de sus artículos sintetiza la esencia de la estructura hipertextual:

“[...] la idea de conocimiento interconectado, donde ningún ‘bloque’ es privilegiado, pues todos son perspectivas relacionadas o vinculadas en un proceso sin fin, ya que la realidad es siempre poliédrica o multiforme. Y es el contexto en cada caso, la circunstancia o la vida, la que decide el sentido, esto es, significa algo para nosotros en cuanto nos marca el camino o dirección a seguir, sin otra trascendencia que nuestro acontecer vital, nuestra vida como drama o novela”⁷⁵.

f) Gran capacidad documental

El soporte digital permite almacenar una gran cantidad de información, dispone de una gran capacidad de memorización y, al mismo tiempo, posibilita la recuperación de miles de datos. En definitiva, la digitalización y comprensión de ingentes cantidades de información de diferente naturaleza (texto, audio, imagen), las posibilidades de las nuevas herramientas informáticas (software y hardware) para almacenar y procesar todo tipo de datos y la navegación hipertextual constituyen las tres hilazas o pilares básicos que abren, al menos en el plano teórico, el acceso generalizado y universal a los *templos de la cultura* (Vilches, 2001). Estos tres elementos se encuentran, explotados en mayor o menor grado, en los medios on-line, ofreciendo a los usuarios, en la mayoría de casos de manera gratuita, contenidos multimedia, consultas en archivos o bases de datos de diferente envergadura y alcance, así como la posibilidad de acceder mediante hiperenlaces a diferentes páginas web relacionadas con el tema/-s que presentan en sus páginas.

⁷⁵ MORENO HERNÁNDEZ, Carlos. “Ortega, el ensayo y el hipertexto”. EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. P.64. Nº 205. Mayo 1998.

“Internet funciona en un espacio electrónico donde el uso de hipertexto habilita que cualquier palabra o gráfico se una a cualquier otro punto en la red creando un espacio multidimensional. En este espacio se definen caminos temáticos que los usuarios pueden explorar y descubrir de acuerdo a sus tiempos y necesidades. El sustento de Internet es esta *web* de enlaces a enlaces que llevan de forma casi instantánea a información de todo tipo y lugar y de libre acceso. La carrera por el rápido acceso a la información, característica de nuestro tiempo, hace que Internet sea percibida como una fuente de consulta estratégica ya que es reconocida por su capacidad de transmisión y recuperación de datos”⁷⁶.

En este contexto, las amplias posibilidades informativas que introduce Internet han conducido las estrategias de marketing de los grandes conglomerados mediáticos hacia dos vías: la personalización, por un lado, y la disponibilidad total, por otro. Los diarios electrónicos se han sumado a esta tendencia. Por ejemplo, si la noticia gira en torno a alto el fuego de un conflicto bélico, la Red ofrece la posibilidad de asociar esa noticia con la información aportada por los diferentes diarios y televisiones (de todo el mundo), y al mismo tiempo, el usuario puede buscar materiales de archivo extraídos de enciclopedias y libros cuyas versiones digitales se encuentran disponibles en la Red.

El análisis de algunos diarios electrónicos nos permite comprobar que este tipo de operaciones o estrategias de consulta se encuentran ya disponibles en Internet. Con relación a ello, podemos destacar el ejemplo del diario electrónico de *El País* (www.elpais.es) que, el día 28 de febrero de 2002, completaba la noticia de un atentado perpetrado por la banda terrorista ETA en Portugalete (País Vasco) con varios materiales o documentos de archivo que permitían a los

⁷⁶ ZALCBERG, Ana. *El ciberperiodismo. Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 169.

lectores profundizar y ampliar su información sobre el atentado y, a la vez, sobre los orígenes, evolución y situación actual del fenómeno terrorista en España. Mediante numerosos vínculos o hiperenlaces, que acompañaban a los titulares de la noticia, los lectores podían acceder a la cronología de los últimos atentados de ETA, a un análisis de la “ofensiva” terrorista o a imágenes de archivo de la edil objetivo del atentado. No obstante, esta característica desarrollada por la mayoría de diarios *on-line* no es exclusiva de las noticias de mayor impacto o relevancia que componen la agenda temática de los diarios electrónicos. En este sentido, es posible afirmar que la práctica totalidad de las informaciones que aparecen diariamente en los diarios electrónicos⁷⁷ aparecen acompañadas de hiperenlaces a documentos de archivo de diferente naturaleza (información textual, fotografías, imágenes en movimiento, sonido, etc.).

De esta forma y siguiendo la lógica no lineal propia del lenguaje hipertextual, a medida que el usuario pulsa sobre un hipervínculo accede a un “nivel” o “estadio” diferente de información, en el que se le presentan nuevos enlaces o hipervínculos a otras páginas del diario electrónico o, incluso, a otros sitios web relacionados con el tema en cuestión. Así, el lector asume un rol o papel que le aproxima al investigador académico o detective construyendo en el proceso de lectura (o hiperlectura) una ruta o camino personalizado. Junto a la narrativa hipertextual, el periodismo electrónico introduce una serie de posibilidades que, hasta el momento, no se habían dado de forma conjunta en un mismo medio de comunicación. Los medios *on-line* tienen la posibilidad de ofrecer a los usuarios informaciones relacionadas, mediante hiperenlaces, a documentos que permitan al usuario acceder a una información más amplia y detallada sobre el asunto tratado⁷⁸.

⁷⁷ Con relación a las conclusiones que se citan a lo largo del estudio, es conveniente señalar que proceden de una investigación realizada por el autor que tomó como corpus de análisis los diarios electrónicos: www.elpais.es y www.elperiodico.com.

⁷⁸ “La lucha por el espacio es diaria en las redacciones y es también una demanda continua del público que exige el *back ground*, o telón de fondo de las noticias. La noticia necesita del enriquecimiento del contexto y los servicios informativos ‘on line’ carecen de las limitaciones tradicionales de espacio y tiempo. Entonces el usuario puede obtener una información más documentada, así como acceso a la base de datos del medio, links de información de contexto relacionados con el tema, links creados para la ocasión o links existentes en la Red”. (MORALES: 2001).

La capacidad enciclopédica de los medios on-line les permite acompañar sus informaciones de una amplia información de contexto, que facilite su comprensión. Además, esta información puede presentarse en diferentes formatos (textos, imágenes en movimiento, archivos sonoros, etc.). No obstante, la existencia de un amplio fondo documental puede convertirse en un serio problema que dificulte el proceso informativo cuando el usuario no sepa cómo interpretarla, integrarla y relacionarla con el tema noticioso con el que se encuentra relacionado.

g) Virtualidad

La realidad virtual, también denominada imaginación artificial o conciencia artificial, ha abierto el acceso a numerosas posibilidades y servicios que hasta el momento sólo existían en los argumentos de las películas de ciencia-ficción. Ahora es posible incluir estados sensoriales como la visión artificial, la escucha y el tacto en nuestros sentidos extendidos. Todo ello nos lleva a considerar la posibilidad de crear una conciencia artificial. No obstante, en términos reales, la realidad virtual todavía está lejos de ser un universo sustitutivo del cotidiano.

Por lo general, somos incapaces de producir cambios de imágenes de vídeo de alta definición en un tiempo real. En consecuencia, los visualizadores de realidad virtual son ligeramente entrecortados. No obstante, los últimos prototipos han despertado ambiciosas perspectivas que abarcan desde el campo del entretenimiento al terreno educativo. “El desarrollo de la tecnología informática y de toda la tecnología parece converger en la realidad virtual. La electrotecnología está comenzando a alimentarse a sí misma, generando nuevas tecnologías⁷⁹”, señala De Kerckhove.

La inteligencia artificial, los sistemas expertos y las redes neuronales están invadiendo todos los medios, integrando a las tecnologías electrónicas mediante

⁷⁹ KERCKHOVE, D. *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1999.

la digitalización universal en la convergencia del audio, el vídeo, las telecomunicaciones y las tecnologías de computación.

Kerckhove considera que hoy día asistimos a la integración de las tecnologías en tres niveles. Por un lado, el interior (hiperconcentración y aceleración del poder de los ordenadores), el exterior (estandarización de las redes de telecomunicaciones internacionales) y, por último, el interactivo (interactividad biológica entre los seres humanos y las máquinas a través de la realidad virtual).

Como señaló Santo Tomás de Aquino, una visión no es lo mismo que ser capaces de tocarla. A pesar de sus deficiencias actuales, la simulación del tacto en la realidad virtual es más poderosa que la de la visión debido al apoyo del sistema 3-D. La gente imagina estos materiales como algo visual, cuando de hecho la sensación dominante es táctil. Cuando uno se pasea por la realidad virtual, todo el cuerpo está en contacto con su entorno. El experto en informática Jaron Lainer señala que en los universos virtuales “todo el universo es tu cuerpo y la física es tu lenguaje”. (De Kerckhove: 1999)

El mensaje del sistema 3-D es la penetración y la profundidad, y no sólo el ángulo de perspectiva de visión. Realmente, la historia de la estimulación por ordenador es la del acceso gradual a un entorno táctil. De las dos a las tres dimensiones, y desde ahí al rápido desarrollo de lo táctil y de las sensaciones de fuerza y reacción. “Dentro de nuestra tradición intelectual hemos tendido a ignorar e incluso, a temer la rica experiencia de aprendizaje derivada del tacto⁸⁰”, explica De Kerckhove. Por su parte, el experto en realidad virtual Eric Gullichsen considera que la realidad virtual va mucho más allá de los ordenadores convencionales meramente interactivos. “Un sistema de ciberespacio es dinámico: el mundo virtual cambia en tiempo real, con autonomía y fluidez en respuesta a las acciones del que lo maneja. La acción es

⁸⁰ KERCKHOVE, D. *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1999.

visceral y no habrá necesidad de interfaces simbólicas en tanto que los objetos en un mundo 3-D pueden ser directamente manipulados⁸¹”, asevera Gullichsen.

En el terreno del periodismo digital, la virtualidad se presenta como un recurso informativo que puede tener importantes aplicaciones en la explicación de procesos o sucesos noticiosos. No obstante, cabe señalar que su estado actual de desarrollo es muy limitado y, por el momento, el grado de aplicación de este recurso en los medios digitales es muy reducido.

⁸¹ GULLICHSEN, Eric. EN: De KERCKHOVE, D. *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1999.

Los 10 retos del ciberperiodismo: Problemas, transformaciones y exigencias del Periodismo en Internet

Introducción: Los 10 retos del ciberperiodismo

Muchos autores coinciden en señalar que el periodismo electrónico se encuentra en una etapa de transición, cambio o experimentación en la que todavía no es posible establecer cuáles son sus características propias. Aún así, algunos expertos han destacado una serie de transformaciones y retos que ha introducido o, en algunos casos, que introducirá (a medio o largo plazo) el desarrollo del periodismo on-line⁸².

En este sentido, el objetivo de este apartado de la investigación es el de determinar cuáles son las transformaciones y los retos que, según los estudiosos y profesionales que trabajan en este campo, introduce el ciberperiodismo. Básicamente, se trata de identificar, a partir del estudio de las principales referencias bibliográficas sobre la materia de estudio, los problemas, las modificaciones y las exigencias que el periodismo de Internet introduce en la elaboración de contenidos, en la formación de los profesionales de la información, en la estructuración de las redacciones o lugares de trabajo, etc. La reflexión de María Ángeles Cabrera, investigadora y docente de Periodismo

⁸² Como señalan Xosé López y Marita Otero, de la Universidad de Santiago de Compostela: “Las nuevas tecnologías propician un cambio en los sistemas de obtener, dar forma, conservar y transmitir información, aunque también modifican la manera de trabajar, aprender, entretenerse y comunicarse. Esta evidencia es una constante en la evolución de las sociedades y por lo mismo afecta tanto a los individuos como a las distintas estructuras que la sustentan. De ahí que el armazón técnico de los medios de comunicación condicione el mensaje y afecte y determine los contenidos que difunden. Cada medio utiliza unos códigos propios, que plasman la estrecha interrelación que se establece entre lenguaje y medio. Los avances tecnológicos implican reajustes de usos que abarcan todas las manifestaciones sociales. El aparato de información y comunicación, es decir, las tecnologías, equipos y sistemas con los que se desarrolla la actividad, inciden en el proceso informativo, esto es, en las maneras de producir y crear información, en el acceso a la misma, en las características del mensaje o contenido, en la función del emisor y en el papel y actitud del que la recibe” (López, Xosé: 2003).

en la Universidad de Málaga, constituye un buen punto de partida ya que aglutina el abanico de cambios destacados por la mayoría de autores.

En un artículo titulado “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line”, Cabrera resume en cinco puntos los ámbitos que, debido a la “juventud” de los medios on-line, están pendientes de adaptación a las características y propiedades del soporte digital. Estos cinco ámbitos afectan al emisor, al mensaje y al canal. Tal y como señala la autora, en cada uno de ellos se han seguido pautas propias de los medios convencionales, es decir, el periodismo electrónico se ha desarrollado a partir de modelos (de organización, de expresión, de publicación, de diseño, etc.) extraídos de los medios analógicos. Concretamente, la prensa escrita ha sido la principal referencia de los diarios digitales. Esta influencia, que se da siempre que aparece un medio nuevo, ha contribuido a establecer una serie de “malos usos” que han impedido la concepción del periodismo electrónico como una periodismo que ha de ser desarrollado a partir del conocimiento de las posibilidades del soporte para el que se crea. Los cinco ámbitos que señala Cabrera son los siguientes: definición de las características de los contenidos informativos difundidos (y consumidos) a través de la Red, establecimiento de las competencias que ha de presentar el periodista digital, diseño de una estructura o modelo de organización adaptados a las naturaleza del medio digital, diferenciación de las competencia de los diferentes medios que están presentes en el soporte digital y fijación de “formas” (géneros, formatos, convenciones de estilo, etc.) adaptadas a la Red.

“La juventud de los medios presentes en la red les hace todavía, dependientes de los medios convencionales, debido a la mayor experiencia de estos últimos en el mundo y en los sistemas de la comunicación. Esta relación de dependencia con respecto a los medios tradicionales se produce, sobre todo, en lo que se refiere a la dotación de contenidos informativos, de personal cualificado y de una estructura organizativa determinada. Por tanto,

el momento actual, nos sitúa en una etapa de patente transición, donde todavía están pendientes la definición de algunas de las competencias de cada uno de los medios, así como la delimitación de sus formas propias de expresión dentro del nuevo escenario comunicacional”⁸³.

La reflexión de Cabrera constituye una aproximación general a las transformaciones que exige el ciberperiodismo en diferentes ámbitos. Sin embargo, es posible hacer referencia de forma más concreta a este tipo de cambios. Para Santiago Albarracín, se pueden señalar siete puntos de reflexión que sirven para orientar un estudio sobre los medios informativos en la red y que, al mismo tiempo, resumen las exigencias o retos que introducen en el terreno informativo. Son los siguientes:

Cambio	Consecuencias
Usabilidad	Necesidad de fijar y asumir unas normas para la concepción y el diseño de los nuevos productos informativos que garanticen una comunicación clara, elocuente y precisa.
Staff	Necesidad de un reciclaje continuo de los periodistas y de un aprendizaje básico de las nuevas tecnologías de la comunicación, pero nunca con el objetivo de adquirir un dominio técnico de la herramienta.
Relación entre versiones (papel / digital)	Necesidad de establecer las diferencias, puntos en común y roles de las versiones papel y digital en los casos de periódicos que se presenten en ambos soportes.
Trabajo en Red	Necesidad de determinar el grado de explotación de las posibilidades comunicativas de Internet.
Interactividad	Necesidad de reflexionar sobre el modo de aplicación de las posibilidades interactivas que introduce el soporte on-line.
Multimedia	Necesidad de aplicar unas normas de uso “correcto” del multimedia , evitando que su utilización sólo signifique una

⁸³ CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 71

	incremento del contenido informativo y no una mejora de la eficacia comunicativa.
Modelos de financiamiento	Necesidad de definir el modelo de negocio de los medios informativos on-line, especialmente, de aquellos que ofrecen sus servicios y contenidos de manera gratuita.

(Albarracín: 2001)

Albarracín coincide con Cabrera en algunos de los retos que introduce el periodismo electrónico. En definitiva, hay que definir las características del profesional de la información, los modelos de financiamiento y posibilidades expresivas de los nuevos formatos (“Interactividad”, “Multimedia” y “Usabilidad”). No obstante, Albarracín introduce otro aspecto de gran interés: la necesidad de definir las relaciones entre las versiones “digitales” y las versiones “papel” de un mismo diario. Este aspecto resulta interesante en la medida en que abre el debate sobre si se trata de “versiones” de un mismo producto o de “medios” diferentes. Al mismo tiempo, introduce un tema olvidado por muchos autores: existen diarios digitales que carecen de un “hermano” o “versión” en papel. Además, con la consolidación y crecimiento de la Red, es previsible que se incremente notablemente el número de medios que carezcan de referentes o predecesores analógicos.

Partiendo de las reflexiones de Cabrera y Albarracín y de otros autores estudiados, los retos que introduce el ciberperiodismo se pueden resumir en 10 grandes puntos:

Nº	Concepto
1	<u>Reto 01. Etapa actual:</u> Superar un periodo de transición, experimentación y exploración
2	<u>Reto 02. Nuevas rutinas productivas:</u> Definir y aplicar nuevos modelos de producción de los mensajes periodísticos
3	<u>Reto 03. Redacción ciberperiodística:</u> Determinar las características de una escritura periodística adaptada a la Red
4	<u>Reto 04. Prestigio y credibilidad:</u> Necesidad de crear informaciones on-line de calidad
5	<u>Reto 05. Nuevos productos periodísticos on-line:</u> Cómo crear nuevos servicios informativos adaptados a la Red
6	<u>Reto 06. Ciberperiodismo y mercado:</u> Importancia de establecer las bases de un modelo de negocio rentable
7	<u>Reto 07. Periodista digital:</u> Necesidad de definir el perfil del profesional del ciberperiodismo
8	<u>Reto 08. La figura del lecto-autor:</u> Definir estrategias para un nuevo tipo de usuario
9	<u>Reto 09. El ciberperiodismo en la universidad:</u> Diseñar una serie de recomendaciones para introducir la enseñanza del ciberperiodismo en la Universidad
10	<u>Reto 10. Aspectos jurídicos:</u> Importancia de solucionar los interrogantes legales que introduce el ciberperiodismo

En definitiva, se han identificado un conjunto de puntos que sintetizan los principales problemas, modificaciones o exigencias que, según los expertos, introduce el periodismo electrónico. En cada caso se ha realizado un esfuerzo por identificar cuál es el punto de reflexión (entendido como dificultad, transformación o necesidad) y cómo se debería hacer frente al mismo.

Reto 01. Etapa actual:

Superar un periodo de transición, experimentación y exploración

Un sistema de comunicación se podría definir como un ‘conjunto de partes diversas, cada una de las cuales posee unas funciones y persigue unos objetivos’. Cada parte del sistema se une con las demás mediante interacciones, que son objeto de estudio por parte de las Ciencias de las Comunicación. Dentro del sistema de comunicación encontramos diferentes medios de comunicación. Josep Gifreu define los medios de comunicación como “las instituciones sociales dedicadas a la producción, circulación, difusión y conservación de mensajes de interés público”. Según Gifreu, los medios de comunicación son “medios esencialmente ‘sociales’ de comunicación, no simplemente técnicos”. (Gifreu: 1991).

Cada medio presenta unas características que lo definen y diferencian del resto de medios, como: el uso de un soporte concreto, la aplicación de una rutinas de producción (ideadas en función de factores como la periodicidad o la naturaleza del soporte utilizado), la necesidad de unos profesionales dotados de unas competencias determinadas, la creación de mensajes informativos con unas características formales específicas, la utilización de unos canales de difusión y modelos de organización adaptados a sus especificidades, etc.

En este contexto, la aparición de un medio nuevo ha sido constantemente motivo de temores y de todo tipo de especulaciones sobre la posibilidad de que pudiera desplazar a otros medios. Sin embargo, los expertos coinciden en señalar que un nuevo medio ocupa una determinada posición en el sistema mediático en función de sus características y posibilidades informativas. En el caso del ciberperiodismo, si se concibe la Red como un medio diferente a los ya existentes, es necesario establecer cuáles son las pautas que se deben seguir para el correcto establecimiento de unas rutinas de producción eficaces y para la

elaboración de mensajes informativos a adaptados a las particularidades de este medio⁸⁴.

Sin embargo, en la mayoría de casos, se ha tendido a concebir Internet como una simple extensión o complemento de los medios tradicionales, obviando, por tanto, su potencial como medio de comunicación autónomo y diferente a los ya existentes. Al mismo tiempo, la visión de la Red como un instrumento de distribución de mensajes ha contribuido a que, en muchos casos, no se reconocieran sus posibilidades informativas y a que se utilizará para difundir mensajes creados siguiendo las pautas propias de otros soportes de naturaleza muy distinta (especialmente, del papel).

“El periodista digital debe tomar conciencia de que Internet es más que un modo de distribuir información. Se trata de un medio completamente nuevo, con unas peculiaridades específicas que repercuten en la forma en que se configura la información distribuida a través de ella”⁸⁵.

En un artículo titulado “Ciberprens@: El medio de los ‘diez mil nombres’”, el doctor José Álvarez Marcos, profesor de Tecnología de la Información en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, señala que los periódicos electrónicos son el resultado de la aparición de un “medio nuevo” sin que desaparezca el “original” y añade que las empresas editoras han descubierto “dos medios donde antes había uno”. Resulta interesante estudiar detalladamente este planteamiento, ya que si bien los primeros diarios on-line ofrecían el mismo contenido que se había creado para la versión papel, la

⁸⁴ “Esta perspectiva de un nuevo panorama obliga a los centros de investigación a reflexionar sobre el nuevo escenario y experimentar con nuevos productos. El cumplimiento de estos objetivos exige fomentar la innovación con lenguajes y productos para descubrir nuevas formas de contar las historias, permitir la interactividad con calidad mediante nuevas herramientas y en nuevos soportes. La fusión técnica, la convergencia tecnológica, están en camino, por lo que tenemos que subirnos al tren del ordenador como medio de representación”. (López: 2001).

⁸⁵ PEREZ-LUQUE, María José; PEREA, Maiden. “El reto de crear noticias on-line. Análisis de la comunicación on-line actual y perspectivas de futuro”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*. Universidad complutense de Madrid, Madrid, 1999. <http://www.ucm.es/info/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>

concepción de éstos como “derivados” o “complementos” de los rotativos en papel ha sido una de los principales motivos que ha justificado la acción del “volcado” de contenidos del papel al digital. En el mencionado artículo, Álvarez Marcos llega incluso a referirse a los diarios electrónicos como “las versiones en formato web de los periódicos convencionales”.

No obstante, no debemos olvidar que existen numerosos periódicos electrónicos que han aparecido sin poseer un “hermano” o “modelo original” en versión analógica. En estos casos, ya no se trata de la transformación de un medio impreso en un medio digital. Aún así, en general, en el nuevo panorama mediático que inaugura Internet asistimos a la aparición de un nuevo medio sin que desaparezca el original que lo precede. La tendencia es que se produzca un proceso de cambio desde la referencia o punto de partida que supone el medio en papel hacia la edición de bits y silicio cada día más diferente en su forma y contenidos del modelo primitivo analógico.

“El futuro es prometedor, pero hay mucha labor por hacer. Existe, se está creando, una nueva forma de hacer periodismo. Hemos ya apuntado alguna de sus características, y hemos dicho que están insuficientemente desarrolladas en estos momentos, sobre todo la multimedialidad”⁸⁶.

En conclusión, uno de los retos en el ámbito del ciberperiodismo español es el de reconocer a Internet como un medio nuevo y dotado de autonomía en la creación y difusión de mensajes informativos. Tal reconocimiento constituye, sin duda, el primer paso para poder establecer con claridad las características definitorias del periodismo que se realiza en y para la Red. No obstante, tal y como señalan la mayoría de autores, nos encontramos en una etapa muy reciente tanto de la Red —que se convierte en un medio de fácil acceso para el conjunto de la sociedad a principios de los años noventa— como del

⁸⁶ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 95.

ciberperiodismo —que apenas alcanza en el ámbito español los diez años de trayectoria—. Emy Armañanzas, Javier Díaz Noci y Koldo Meso señalan en su libro *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, una de las obras españolas pioneras en el tratamiento del fenómeno del ciberperiodismo, que la lentitud en la aplicación de las posibilidades del periodismo on-line está estrechamente vinculada a las características de la empresa periodística, tanto desde el punto de vista productivo como a nivel económico.

“La empresa periodística no puede ser muy ágil en su conjunto en adaptarse a las nuevas tecnologías de producción de periódicos, que se desarrollan con enorme rapidez, por su complejidad y porque necesita un tiempo para amortizar las últimas inversiones”⁸⁷.

En numerosas ocasiones, se ha criticado el hecho de que numerosos productos informativos on-line presenten un planteamiento propio del soporte papel. En este grupo, entrarían los contenidos creados para la versión analógica de un diario que, posteriormente, son digitalizados para su publicación en la edición digital del medio. En estos casos, los mensajes no aprovechan las posibilidades comunicativas de Internet (multimedia, hipertextualidad, interactividad, etc.) sino que se limitan a publicar en la Red mensajes ideados para el soporte papel. Este aspecto ha sido uno de los principales obstáculos en el camino hacia un periodismo electrónico dotado de unos contenidos propios del medio digital.

Sin embargo, se trata de un aspecto que viene a definir claramente la situación en que se encuentran el periodismo electrónico en España: una etapa de transición, experimentación y cambio. En este sentido y ante la falta de unos referentes periodísticos de carácter digital, las empresas informativas han optado por seguir las pautas y modelos propios del soporte papel. Este proceso,

⁸⁷ ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Editorial Ariel, 1996. P. 38.

que debe ser transitorio, se observa también al estudiar el paso del pergamino al libro impulsada con la aparición de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg.

La imprenta de Gutenberg: Reproducción mecánica de lo escrito

Alrededor del año 1450, un impresor alemán llamado Johann Gensfleisch Gutenberg (1394-1468) ideó un sistema de impresión que revolucionó la producción literaria. El invento de Gutenberg permitía reproducir de forma ilimitada cualquier tipo de documento gráfico. Incluso, algunos teóricos como Renato de Fusco, afirman que el diseño gráfico nació con la aparición de la imprenta. Según algunos autores, la publicación de la “Biblia de 42 líneas” — primer documento publicado con el sistema de tipos móviles de Gutenberg— era una clara prueba de que el nuevo sistema de impresión permitía eliminar la tarea que hasta el momento habían desarrollado los calígrafos, amanuenses y crisógrafos. Durante la Baja Edad Media, los monjes se encargaban de transcribir los textos de las sagradas escrituras. Se trataba de un trabajo artesanal que exigía una gran dedicación, minuciosidad y, sobre todo, tiempo. Más tarde, en torno al siglo XII, apareció la profesión de escribano. Como señala José Ignacio Armentia, se llegaron a crear verdaderos talleres o laboratorios destinados a realizar libros.

“[...] Se sabe por las crónicas de la época que en ciertos laboratorios el ejemplar del libro a copiar era dividido en varios fascículos y confiado a diversos copistas, para acelerar su reproducción y compensar la lentitud inherente a la operación”⁸⁸.

La aparición de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg permitía reducir considerablemente el tiempo que hasta el momento se había dedicado a la producción de libros. De la copia manual se pasó, gracias a la imprenta, a la reproducción mecánica de los ejemplares, obteniendo en un tiempo mucho menor una cantidad muy superior de libros. Los textos se multiplicaron y, como

⁸⁸ ARMENTIA, José Ignacio. *Las Nuevas Tendencias en el Diseño de la Prensa*. Univ. País Vasco, Bilbao, 1993. P.43.

señala Pérez Tornero, la sociedad experimentó amplios cambios en todos los niveles.

“En realidad, la centralidad del lenguaje no es sólo una opción teórica. De hecho, los textos, ganaron mucho espacio social y mucha fuerza en virtud de su multiplicación y abundancia. En definitiva, gracias a la imprenta. El mundo social se convirtió, de ese modo, en un tejido textual. Se multiplicó el flujo de información que tenía como soporte el papel impreso —antes había sido el pergamino. La humanidad empezó a existir —o a representar su existencia— mediante libros. Y con ello el lenguaje oral —que un día fue central y clave— retrocede ante lo impreso. Cambian, así, las sensibilidades, las sicologías y hasta las mentalidades”⁸⁹.

Del manuscrito al libro

Con la imprenta se introducía un sistema que agilizaba el proceso de reproducción de los documentos escritos. Sin embargo, al mismo tiempo, y tras un arduo proceso de pruebas, nacería un nuevo tipo de documento con unas características de diseño y presentación de los contenidos que se han mantenido hasta la actualidad —algunas incluso apreciables en numerosas páginas web: el libro. No obstante, los primeros documentos producidos con el sistema de tipos móviles de Gutenberg mantuvieron muchas de las características propias de los manuscritos anteriores. Había cambiado el modo de producción gracias a un aparato que otorgaba al proceso de compaginación e impresión una mayor celeridad. Del costoso pergamino, se pasaría a un soporte más accesible y manejable: el papel. Aún así, más allá de los notables y revolucionarios cambios que afectaban al proceso de producción, los nuevos textos impresos respetaban las características formales propias del manuscrito. Incluso, como señala Armentia, los operarios se esforzaban por otorgar a los libros un aspecto que los aproximara a los artesanales documentos elaborados,

⁸⁹ PÉREZ TORNERO, José Manuel. “Del Texto al hipermedia”. EN: <http://www.revistadecomunicación.com>. 7 de junio del 2000.

con somera lentitud y meticoloso esmero, por calígrafos, amanuenses y crisógrafos.

“[...] La invención de la imprenta no provocó de forma inmediata la desaparición de los amanuenses, y los nuevos tipógrafos trataron de imitar, en la medida de lo posible, el libro escrito a mano, introduciendo miniaturas, letras versales, y decoraciones, a fin de dar al libro escrito con técnicas mecánicas una similitud con el manuscrito”⁹⁰.

Del libro a la textualidad electrónica

El proceso de fijación de las convenciones propias del libro, tal y como lo conocemos en la actualidad, exigió casi medio siglo de pruebas, cambios e innovaciones que, en la mayoría de los casos, estaban fuertemente influidas por la tradición del manuscrito. Finalmente, aparecería el libro y con él, una estructuración de la información (índices, capítulos, notas al pie, etc.) adaptada a las características de ese soporte comunicativo.

De la misma forma, el paso del texto (propio del libro) al hipertexto (o desde una visión más global, el paso del soporte papel a los productos comunicativos *on-line*) se puede definir como un proceso que se ha producido de manera lenta y sin unos lineamientos estratégicos que, desde un planteamiento conceptual basado en el conocimiento de Internet, posibilitaran la creación de mensajes que permitieran explotar las posibilidades del soporte digital. En este sentido, podemos encontrar en Internet numerosos sitios web de índole informativa que estructuran sus contenidos de forma prácticamente idéntica a como éstos se presentan en los diarios en soporte papel. Por tanto, al igual que la transición del manuscrito a los primeros documentos reproducidos con la imprenta de Gutenberg, el paso del diario analógico papel a la textualidad electrónica se ha

⁹⁰ ARMENTIA, José Ignacio. *Las Nuevas Tendencias en el Diseño de la Prensa*. Univ. País Vasco, Bilbao, 1993. P.43.

caracterizado por reproducir en el soporte digital estructuras y formas de presentación de los contenidos ideados para su consulta y publicación en soporte papel⁹¹.

Sin embargo, es necesario llevar a cabo un esfuerzo para aprovechar las características propias de Internet y, por tanto, adaptar la redacción y el diseño de los contenidos a las posibilidades que ofrecen los soportes *on-line*: estructura no secuencial, interacción, multimedia, inmediatez, carácter enciclopédico, etc. Como señala Roger Chartier, el panorama digital exige, desde el punto de vista de la producción de contenidos, esquivar las “facilidades perezosas” de la electrónica y reflexionar sobre las pautas y directrices que se derivan de las nuevas técnicas con el objetivo de ponerlas al servicio de la difusión de los saberes y otorgar formas más elocuentes a los discursos y a los intercambios comunicativos (Chartier: 2001).

“El libro electrónico debe reaccionar contra esas prácticas actuales que a menudo se contentan con poner en la ‘web’ textos en bruto, sin adecuarlos a la nueva modalidad de transmisión, ni someterlos a ningún trabajo de corrección o edición”⁹².

Miedo analógico a la tecnología digital

En el marco de una aldea global o “macroconcierto simultáneo”, la sociedad ha regresado a la fase o estadio acústico caracterizada por el predominio de una cultura de emociones tribales que precedió a la cultura impresa. La aparición de la escritura, sistema gráfico de representación de la realidad, dio prioridad a lo visual frente a lo oral. Más tarde, la aparición de la imprenta de tipos móviles de

⁹¹ “Podríamos decir entonces que, los diarios electrónicos, se encuentran en una etapa en que comprenden que la Red es un nuevo espacio público con características propias, a las que no sólo hay que adaptarse, sino que es necesario conocer y explotar. Sin embargo, los periódicos electrónicos, en el fondo, siguen siendo ellos mismos, porque no se desprenden de sus propios conceptos informativos, ni de sus modos y usos. Conservan la ciencia y la técnica profesional, aunque adaptada a la nueva realidad tecnológica de la Red, de la que intentan sacar el mayor provecho posible. Sólo las generaciones, ajenas a la cultura papel, serán capaces de usar la Red de manera totalmente distinta”. (MORALES: 2001).

⁹² CHARTIER, Roger. “¿Muerte o transfiguración del lector?”. EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. P. 83. N° 239. Marzo 2001.

Gutenberg convirtió la historia en un “libro de datos clasificables” y aisló al lector de su propia voz. Ahora, no obstante, con los medios electrónicos “el tiempo se ha detenido y el espacio se ha esfumado”. Concibiendo los medios con una extensión o prolongación de los sentidos, la lógica macluhiana, nos permite afirmar que son los medios electrónicos los encargados de reestablecer la unión entre el hombre y su entorno (Vilches: 2001).

No obstante, inmersos en las expectativas y especulaciones que ha generado la denominada Sociedad digital, —caracterizada por la digitalización de los procesos de producción, transmisión y recepción de los materiales informativos—, la mayoría de estudios se han centrado en el análisis de los avances tecnológicos que se han producido en el campo de los medios de comunicación. El “resplandor” del posibilismo tecnológico y el poder persuasivo, seductor y hasta hedonista del medio como valores en sí mismos han acaparado todo el protagonismo, dejando en un plano secundario un aspecto de gran importancia y trascendencia: la eficacia de los mensajes difundidos. En definitiva, la innovación tecnológica ha aumentado y diversificado los canales comunicativos, presentando una capacidad de soporte muy superior a la que se ofrece en la creación de contenidos. En definitiva, tal y como señala M^a Ángeles Cabrera: “La tecnología ha ido por delante de la comunicación” (Cabrera: 2000).

Del ‘diario papel’ al ‘diario digital’

La aparición de los diarios electrónicos ha venido marcada por el mantenimiento, la asimilación y la explotación de algunas tendencias y planteamientos —formales y de contenido— propios de las características y posibilidades que ofrece el soporte papel. Por tanto, y a pesar de los numerosos avances en el terreno técnico, los medios digitales se encuentran —exceptuando algunos conatos de innovación o cambio— todavía muy lejos de explotar las amplias posibilidades de difusión y gestión de la información que inaugura Internet como red de conocimiento que libera a los profesionales de la comunicación —al

menos paulatinamente— de dos obstáculos o barreras fundamentales en los intercambios comunicativos: el espacio y el tiempo.

Los expertos coinciden en señalar que actualmente los diarios electrónicos no han sabido, por el momento, aprovechar todas las posibilidades que ofrece Internet como soporte comunicativo. En este sentido, los primeros diarios electrónicos se consideran como un “simple trasvase facsimilar” de las ediciones en papel; mientras que actualmente, y a pesar de la mejora de los recursos disponibles para la presentación de los materiales informativos (por ejemplo, la inclusión de infografías con movimiento o hiperenlaces a otras páginas web), no se puede considerar que los rotativos *on-line* aprovechen, de manera óptima, las posibilidades que ofrece el soporte digital a los profesionales de la comunicación.

En definitiva, la prensa digital no ha sabido explotar las posibilidades informativas del medio *on-line*. Las páginas de las ediciones digitales están planteadas —al igual que en el soporte papel— para su lectura, más que para su visionado —tal y como exige la lectura en pantalla propia de Internet. (Armentia: 1999)

A pesar de que las ediciones en papel y en digital de muchos diarios son prácticamente iguales, las diferencias entre estos dos soportes (papel/digital) son, incluso, mayores que las que hoy separan a la radio de la televisión. Sin embargo, la etapa actual de desarrollo de la información periodística en la Red se ha limitado a una “acción de volcado” de contenidos, inicialmente ideados para el soporte papel, pero que se explotan también —sin apenas modificación o adaptación— en un segundo soporte: el digital.

‘Incunables’ electrónicos en el ciberespacio

Los primeros documentos impresos con el sistema de tipos móviles de Gutenberg recibieron el nombre de “incunables”, término que deriva de la palabra latina “pañales” (*incunabula*). En definitiva y como señala Janet H.

Murray, Gutenberg inventó la imprenta de tipos móviles, pero no el libro tal y como se conoce actualmente. En este sentido, al igual que la aparición del libro fue fruto de un lento proceso, repleto de cambios y aportaciones, en el terreno del periodismo electrónico —actualmente sumido en su etapa “incunable”— se deben fijar todavía las convenciones y parámetros que aprovechen al máximo las características de Internet y que permitan obtener documentos capaces de generar una comunicación fluida y eficaz.

“Se tardó cincuenta años de experimentación o más en establecer convenciones como los tipos de letra más legibles, la corrección de pruebas, la numeración de páginas, los párrafos, las páginas para los títulos, los prefacios y la división en capítulos, que juntos convirtieron al libro impreso en un medio coherente de comunicación. Los estridentes videojuegos y las confusas páginas web del actual entorno digital están en un momento similar de su evolución técnica, luchando por encontrar las convenciones apropiadas para una comunicación efectiva”⁹³.

El periodismo electrónico se encuentra en una etapa de experimentación en la que los diarios impresos (tanto en la forma de sus mensajes como en sus modelos organizativos y en sus rutinas productivas) se han convertido en la principal referencia. La carencia de un sistema de trabajo propio del medio digital y la falta de profesionales con conocimientos (técnicos, pero también conceptuales) de las nuevas tecnologías de la comunicación, y la necesidad de definir nuevos formatos informativos que aglutinen las posibilidades informativas del soporte on-line, son los principales elementos que explican el porqué de la

⁹³ MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1999. P. 40. Col. Multimedia 12.

actual etapa de pruebas, por un lado, y de reproducción de los esquemas propios del soporte papel, por otro⁹⁴.

En conclusión, podemos afirmar que el periodismo electrónico se encuentra actualmente en su etapa inicial de desarrollo marcada por las pruebas, la experimentación y los cambios constantes. No se trata de un aspecto negativo, sino más bien necesario. Esta etapa posee un carácter transitorio y ha de permitir asentar las bases teóricas de un periodismo concebido y creado para ser elaborado, difundido y consumido a través de la Red.

⁹⁴ "Resulta innegable la necesidad de coexistencia del medio *on line* con la prensa convencional por varios motivos, entre los que podemos señalar: la necesidad de una infraestructura organizativa que todavía no existe de modo independiente en la edición digital, la falta de contenidos informativos suficientemente elaborados, y la urgente demanda de profesionales cualificados. Todas estas carencias son subsanadas desde las ediciones en papel de los diarios; lo cual no significa que necesariamente tenga que suceder siempre así. También tenemos experiencia del nacimiento de publicaciones diarias con contenidos similares a los periódicos que han visto la luz en el medio digital sin tener referente en el soporte papel". (Cabrera: 2001).

Reto 02. Nuevas rutinas productivas:

Definir y aplicar nuevos modelos de producción de los mensajes periodísticos

Tal y como señala Manuel López en su libro *Cómo se fabrican las noticias*, el medio de comunicación que sepa establecer una estrategia de trabajo correcta, se encontrará en una situación más favorable que sus competidores para informar a sus lectores (López: 1995). Se trata, en definitiva, de la importante tarea de organizar el trabajo en las redacciones para conseguir una máxima eficiencia —que no tiene por que implicar una pérdida de calidad informativa— en la elaboración y difusión de los mensajes periodísticos.

“¿Cómo se hacen los productos informativos? Los periodistas no sólo escriben noticias, crónicas, reportajes, entrevistas y editoriales. Algunos periodistas tienen como principal misión organizar la tarea de sus compañeros, maquetar lo que escriben, cuidar de que el reloj nos les haga retrasar la hora de cierre y atender a los mil y un detalles que cada día surgen en una redacción, sea grande o pequeña”⁹⁵.

Las posibilidades de Internet a nivel comunicativo plantean una serie de cambios en los modos de producción de contenidos informativos tal y como se desarrollan en los medios tradicionales. La instantaneidad, el carácter multimedia de los contenidos, los enlaces a otros sitios web, la interactividad o la capacidad enciclopédica propias de la red de redes son características que han contribuido a introducir numerosos cambios en la forma de organizar y desarrollar el trabajo periodístico. En la elaboración de una noticia, el periodista de un diario digital aplica una metodología de trabajo que comparte muchos aspectos con la que pone en práctica el periodista de un diario en papel. Sin embargo, encontramos una serie de novedades —no apreciables en la prensa

⁹⁵ LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Barcelona, Paidós, 1995. Paidós Papeles de Comunicación 9. P.15.

tradicional— que nos permiten afirmar que el periodismo electrónico introduce unas nuevas rutinas de producción⁹⁶. En la medida en que todavía no podemos hablar de la existencia de redacciones digitales totalmente extendidas y consolidadas, resulta complicado definir con precisión el modelo organizativo de éstas: planificación del trabajo, organigramas internos, fases de edición previas a la publicación, etc.

El periodismo electrónico plantea cambios de índole más genérica en el desempeño del ejercicio periodístico⁹⁷. Los usuarios podrán acceder directamente a las fuentes primarias de información —siempre y cuando se encuentren disponibles en la Red—, el uso de enlaces permite a las empresas aplicar una dinámica de trabajo (que se podría denominar “producción externa”) basada en alianzas con otras empresas productoras de contenidos, la exigencia de una actualización constante de los contenidos obliga a aplicar horarios de trabajo y franjas de publicación diferentes, la concepción del producto desde una perspectiva reticular (es decir, no lineal) exige una mayor coordinación entre los diferentes departamentos para poder utilizar enlaces internos variados y útiles, la posibilidad de hacer uso de amplios fondos documentales plantea la definición de estrategias de clasificación y de búsqueda de contenidos rápidas y eficaces.

“[...] gracias al hipertexto, al lector se le ofrece la posibilidad de comprobar por él mismo la veracidad de la fuente, además de crear un mecanismo de producción fundamentado en el modelo de producción televisiva llamado ‘producción externa’. Esto es, establecer una política de alianzas en la que el medio

⁹⁶ “Algunos periodistas, por ejemplo, muchas veces no tendrán que volver a su redacción para escribir, entregar sus artículos y buscar las ilustraciones correspondientes a un tema que acaben de cubrir. Simplemente escribirán desde el mismo lugar del suceso, tecleando sobre potentes ordenadores portátiles, equipados con una serie de programas de diseño, procesador de textos y gráficos, con lo que ganarán en rapidez y efectividad, ya que cada mañana al conectarse con su medio y tras participar, mediante la videoconferencia, en el diario consejo de redacción, recibirán vía módem el diseño de los espacios asignados (columnas, páginas o simples recuadros) a sus artículos, reportajes, comentarios o informes, con indicaciones sobre el número de líneas por escribir, espacio para titulación, etc. (Meso: 2005)”.

⁹⁷ “Una vez más la implantación de nuevas herramientas ha alterado las rutinas periodísticas y quizá por este motivo debemos hablar de evolución más que de revolución o reinención de la carrera” (Palomo, 2004, 34).

de comunicación no tiene por que construir todos los contenidos. En la medida en que la fuente externa sea fiable, se pueden solucionar secciones enteras con un simple enlace o, a la inversa, servir de contenidos para otras publicaciones. Por lo tanto, se observa un importante cambio en el concepto de 'información propia' y 'exclusividad de la información'"⁹⁸.

A los anteriores cambios, se une el tema de las llamadas "redacciones multimedia", que aparecen con la proliferación de las corporaciones multimedia poseedoras de medios de muy diversa índole. Estas redacciones consisten en equipos de profesionales responsables de cubrir y elaborar contenidos informativos para diferentes medios: prensa, prensa digital, radio y TV. La idea se ha puesto en práctica en algunos medios —especialmente norteamericanos—, pero la iniciativa no se ha consolidado. El planteamiento de estas redacciones es que un único periodista estuviera capacitado para cubrir una determinada noticia y al regresar a la redacción, se encargaría de escribir el texto que iría publicado en el soporte papel, prepararía la noticia —con sus respectivos cortes de voz y otros efectos sonoros— para ser difundida en la emisora de radio (aplicando las pautas propias de la redacción de contenidos para el medio radiofónico), elaboraría la noticia para televisión (edición y montaje incluidos) y, además, realizaría la información multimedia que se publicaría en el diario digital del grupo multimedia⁹⁹.

El principal reto, vinculado a las nuevas rutinas productivas, que introduce el periodismo electrónico es el de lograr establecer un proceso de trabajo que

⁹⁸ "Lo que el *Chicago Tribune* pide a sus periodistas es que piensen en multimedia y hagan noticia en cualquiera que sea el canal. No estamos hablando del futuro porque existen ya redacciones multimedia como la del diario de Florida *Orlando Sentinel*, perteneciente al grupo Chicago Tribune. El profesional de la información cubre el acontecimiento primero para Internet, envía por teléfono una crónica para la radio, a continuación transmite las primeras imágenes para televisión y finalmente redacta el texto que aparecerá al día siguiente en la edición impresa. El editor de *Orlando Sentinel* asegura que esta forma de trabajo ha aumentado en un 15% el número de lectores del periódico y que el sistema funciona sin problemas". (López, X.: 2001).

⁹⁹ PINTO LOBO, María Rosa. "Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 141.

garantice la calidad de los contenidos emitidos. La posibilidad de emitir contenidos de manera instantánea hace que las informaciones de última hora adquieran una gran importancia en el soporte on-line. Los nuevos profesionales de la información podrán informar sobre un determinado evento minutos después que se haya producido e, incluso, podrán ofrecer información en directo. Esta característica, hasta el momento exclusiva del medio televisivo y del radiofónico, nos obliga a reflexionar sobre los riesgos que puede generar en la elaboración de contenidos de calidad. Muchos autores coinciden en señalar que la “rapidez” no puede sobreponerse a la “calidad” de las informaciones. Otros consideran que esta característica convertirá a los diarios en “emisoras” de informaciones.

“En la radio escrita que es el “periódico” telemático o *periótico* deja de tener razón de ser el concepto ‘última noticia’ o ‘noticia de última hora’, porque todas lo son: cuando llegan a la redacción o se dispone de ellas, se preparan y se emiten en la Red. Esta expresión /emitir/ ha sido hasta ahora ajena al periodismo impreso: sus empresas han sido ‘editoras’ y ahora van a ser ‘emisoras’, como las de radio y televisión”¹⁰⁰.

Sin embargo, para muchos autores esta posibilidad de emitir contenidos de manera inmediata conllevará una reducción de la calidad de los mismos. Su razonamiento es claro y sencillo: si los periodistas disponen de menos tiempo para trabajar sus informaciones, sus mensajes estarán menos elaborados. En este sentido, afirman que las informaciones de última hora carecerán de documentos visuales de apoyo (fotografías, gráficos, infografías, etc.) y menos información de background. No obstante, no debemos olvidar que el objetivo de estas informaciones de “última hora” y, por extensión, la posibilidad de informar de forma inmediata de un determinado evento, no debe tener como objetivo

¹⁰⁰ DE PABLOS COELLO, José Manuel. “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 61.

ofrecer materiales muy elaborados sino más bien informar de manera clara y precisa de acontecimientos. En este sentido, el uso de titulares sería suficiente. Además, la digitalización posibilita el envío rápido y eficaz de fotografías. Al mismo tiempo, algunos temas son más fáciles de tratar que otros, es decir, exigen menos tiempo. Por ejemplo, los resultados de competiciones deportivas, la información sobre el tránsito o los datos relativos a algunos indicadores económicos, pueden ser procesados y emitidos con gran rapidez. Incluso, la cobertura informativa de algunas tragedias (como los atentados del 11 de septiembre en Nueva York o los del 11 de Marzo en Madrid) han encontrado en el medio electrónico un soporte rápido y eficaz para informar a los ciudadanos del desenlace de estos sucesos. Evidentemente, los temas que exigen un trabajo de reflexión y análisis más arduo y meticuloso, así como la labor documental requieren de un mayor tiempo. No obstante, la aplicación de la inmediatez a las rutinas productivas no persigue eliminar las informaciones “elaboradas” sino introducir una nueva prestación o posibilidad informativa hasta el momento relegada de manera exclusiva a la radio y a la televisión¹⁰¹.

En definitiva, el periodismo electrónico exige el replanteamiento de las rutinas de producción tradicionales con el objetivo de conjugar las posibilidades informativas que introduce el medio digital. Esta reflexión, que constituye uno de los principales retos que debe afrontar el ciberperiodismo, debe extraer el máximo provecho de Internet sin perjudicar la calidad de las informaciones.

“[...] la velocidad de transmisión de datos no puede suplir el tiempo que se necesita para redactar una noticia. La elaboración de una información requiere un

¹⁰¹ “La premura que impone el carácter de ‘última hora’ impide que esas informaciones se elaboren de forma más depurada. Podemos comprobar que estos trabajos apresurados no van más allá de la mera reproducción del teletipo de agencia (y aquí surge la palabra tradicional). Si apuramos un poco el argumento, podemos decir que en los casos de ‘última hora’, la edición digital del periódico pierde su personalidad como medio para convertirse en esos primeros instantes en el altavoz que difunde entre el público y el trabajo de una agencia de noticias. [...] si comparamos esa noticia de urgencia o última hora del periódico digital con las informaciones del día siguiente, veremos que normalmente éstas están mucho más elaboradas, más reposadas, disponen de gráficos, fotografías, se acompañan de las inevitables y diríamos que malditas declaraciones de políticos y sindicalistas, suelen contener análisis e interpretaciones basados en la comparación con datos anteriores y, en definitiva, están ‘más trabajadas’ como se dice en la jerga de la profesión”. (De Ramón: 2001).

tiempo *material* (algunos prefieren llamarlo '*tempo*'), que de momento no puede ser sustituido con los actuales medios tecnológicos¹⁰².

¹⁰² DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Joseph M. "Las noticias de última hora en los periódicos digitales". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 166.

Reto 03. Redacción ciberperiodística:

Determinar las características de una escritura periodística adaptada a la Red

En el ordenador confluyen las convenciones narrativas de la televisión, la radio, el periódico... De esta forma, el usuario puede mediante su computadora acceder a documentos de diferente naturaleza que se estructuran o encadenan definiendo un recorrido en el cual el internauta puede, gracias al uso de los vínculos o hiperenlaces, avanzar y retroceder sin ningún tipo de impedimento¹⁰³.

Asistimos a una confluencia de soportes en un solo aparato, convertido, sin duda, en el centro neurálgico de la Sociedad digital. A ello, se une la consolidación de Internet, como nuevo medio de comunicación, dotado de una serie características exclusivas que lo diferencian del resto de medios (prensa, televisión, radio, etc.). En este sentido, quienes utilicen la Red para comunicarse deberán conocer los mecanismos, recursos o estrategias que garantizan la correcta transmisión y recepción de los mensajes a través de este medio. Para ello, el conocimiento, dominio y correcto uso de este lenguaje que podríamos definir bajo la denominación general de “digital” es un aspecto clave para evitar la presencia de “ruidos” o interferencias en la transmisión de los mensajes por la Red. Como señala Javier Candeira, existe una relación inversamente proporcional entre la posibilidad de producir contenidos y la disponibilidad, en tiempo, de los usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación. Este aspecto es, junto a otros condicionantes, un claro ejemplo de la necesidad de elaborar y definir las pautas de una redacción periodística que se adapte a la Red y que deberá basarse en la sencillez, la precisión y la simplicidad¹⁰⁴.

¹⁰³ “El ordenador aúna el mosaico espacial de la página del periódico, el mosaico temporal de las películas y el mosaico participativo del mando a distancia de la televisión. Además de combinar esta confusa multiplicidad de mosaicos, el ordenador nos ofrece nuevas formas de enfrentarnos a lo fragmentario. [...] Guarda la historia de nuestro recorrido a través de una red para que podamos volver atrás. [...] Nos ofrece un calidoscopio multidimensional con el que podemos reorganizar los fragmentos una y otra vez, y nos permite cambiar alternativamente de formas de organización-mosaico”. (Murray: 1999).

¹⁰⁴ “El economista Michael Goldhaber postula que en la era de la creación y transmisión digital de los canales y los contenidos que los llenan el recurso escaso es nuestra atención. El contenido es multiplicable hasta el infinito, mientras que la atención es indivisible, y el tiempo de que disponemos es el auténtico

En esta línea, Candeira afirma que los proveedores de la información están dispuestos a invertir parte de su atención para mejorar los contenidos. La distinción entre “señal/ruido” es uno de los criterios que sirve para medir la calidad de la información difundida. Muchos teóricos auguran, a corto plazo, un panorama editorial dominado por la nueva forma de contenidos que introduce la digitalización. Este cambio exige una urgente y profunda reflexión sobre las nuevas formas de construcción de mensajes periodísticos que permite el soporte electrónico, así como sobre las diferentes modalidades de lectura que introduce. Las estrategias discursivas y, en definitiva, los procesos de producción de contenidos propios de la “antigua lógica del código” quedan obsoletos y resultan ineficaces dentro del nuevo panorama comunicativo.

“Este [el libro electrónico] no puede ser la simple sustitución de un soporte por otro en obras que seguirían estando concebidas y escritas en la antigua lógica del código. Si la ‘forma tiene efecto sobre el sentido’, como escribió D.F. McKenzie, los libros electrónicos organizan de una manera nueva la relación entre la demostración y las fuentes, la organización de la argumentación y los criterios de la prueba”¹⁰⁵.

Los cambios que introduce la Red respecto a los contenidos informativos afectan tanto a los emisores como a los receptores de la información. El hipertexto exige un nuevo planteamiento en la elaboración de los contenidos. La hiperlectura, por su parte, requiere una nueva mentalidad y actitud en la recepción de los mensajes. Los autores (periodistas, en nuestro caso) deberán planificar y desarrollar su trabajo adaptándose al nuevo panorama editorial, en el que la digitalización ha dotado a los lectores (receptores) de un mayor

recurso escaso. Esta escasez es la que crea una ‘nueva economía natural de la red’, que Goldhaber llama ‘economía de la atención’ [...] en la sociedad de la información la atención no sólo es escasa, sino valiosa en términos que se pueden contabilizar”. (Candeira: 2001).

¹⁰⁵ CHARTIER, Roger. “¿Muerte o transfiguración del lector?”. EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. P. 75-76. Nº 239. Marzo 2001.

protagonismo convirtiéndolos en interactores y, ha introducido, entre otros logros, la inmediatez en la producción de materiales y una constante posibilidad de retroalimentación o *feedback*¹⁰⁶.

Ante las necesidades —y en algunos casos, urgencias— de cambio que plantea la elaboración de contenidos informativos para la Red, se puede afirmar que los soportes digitales se encuentran, por el momento, en una fase temprana de su desarrollo. Todavía es pronto para establecer con precisión las ganancias y pérdidas que introducirá la textualidad electrónica en el acceso, presentación, interpretación y comprensión de la información. En definitiva, la introducción de un soporte diferente nos plantea, tal y como se planteaba en el Reto 01 de la presente investigación, la necesidad de definir las directrices y rasgos de una nueva redacción periodística capaz de adaptarse a las características de los materiales digitales en aras de obtener la máxima eficacia en nuestras relaciones comunicativas.

“Todo este proceso cronológico ha incidido directamente en el modo de hacer el trabajo periodístico, y al mismo tiempo, en la utilización del lenguaje específico de los medios. Así, podemos referirnos al periodismo escrito, radiofónico y televisivo, y descubrir un lenguaje particular en cada uno de ellos. Pero si hasta ahora era necesario hacer una distinción entre los distintos códigos de transmisión escritos y audiovisuales, la información que nos llega a través de Internet —o de cualquier otra red del futuro—, además de añadir a las posibilidades actuales del hipertexto, puede unificar los distintos lenguajes en un solo. Y eso supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos —texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento— para llegar a producir un lenguaje plural,

¹⁰⁶ “El suceso elegido y la condición de actualidad están en la raíz del periodismo digital, aunque la interferencia del aparato tecnológico implique, tanto desde el punto de vista de la investigación en materia de medios de comunicación social como desde la misma actividad profesional, significativas transmutaciones que afectan a los distintos elementos que conforman el ecosistema comunicativo: empresa, periodista, mensaje y audiencia. Las modificaciones que infieren distintos perfiles a cada uno de los eslabones de la cadena de comunicación están determinadas por la explosión de las nuevas tecnologías. Los cambios inciden en los códigos y lenguajes, en la estructura narrativa de los mensajes, en el papel del sujeto que narra y en el rol del destinatario” (López, Xosé: 2003).

unificador y multimedia, que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo”¹⁰⁷.

La oferta de unos contenidos de calidad constituye uno de los principales retos a alcanzar por el periodismo digital. En este sentido, los periodistas deben ser capaces de ofrecer productos diferentes —especialmente, en su forma— a los que presenta la prensa en soporte papel. Para ello, es fundamental conocer y aplicar todas las posibilidades comunicativas que ofrece la Red y aplicarlas según unos criterios coherentes que se adapten a las características del medio on-line, por un lado, y que ofrezcan productos claros y precisos desde el punto de vista del estilo periodístico, por otro. La consecución de esta meta exige el desarrollo de una redacción periodística diferente a la que se aplica en el soporte papel. Así como existen manuales de redacción para la prensa, la televisión o la radio, se plantea la necesidad de generar este tipo de instrumentos —de gran utilidad para los periodistas— para el caso de los medios on-line. El establecimiento de un lenguaje adaptado al medio digital es el primer paso para conseguir alcanzar este reto¹⁰⁸.

El lenguaje de la Red debe de ser un lenguaje que aplique con éxito —desde el punto de vista comunicativo— el carácter multimedia, la interactividad, la posibilidades de actualización constante de contenidos, etc. Por tanto, se trata de una labor compleja. A diferencia de la prensa escrita, no se trabaja únicamente con información textual e imágenes estáticas —fotografías, gráficos o infografías—. Este nuevo lenguaje debe de incorporar elementos informativos propios del discurso audiovisual de la televisión y de la radio.

¹⁰⁷ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 83-84.

¹⁰⁸ “Y si es cierto que todos coinciden al afirmar que una de las claves del futuro de la prensa digital está en los contenidos y en hacer compatible la rapidez de este soporte electrónico con la fiabilidad del papel tradicional, también han destacado en distintas reuniones académicas la importancia de llegar a determinar las características del lenguaje adecuado —un nuevo lenguaje— para la transmisión de información a través de la red, que ve crecer el número de usuarios cada año”. (Edo: 2001).

“El nuevo lenguaje, que todavía no está definido ni consolidado, es uno de los grandes retos del periodismo del siglo XXI. Debe incluir texto, audio, vídeo, contar con las posibilidades interactivas de Internet y facilitar la actualización constante de las noticias de una manera atractiva para el público. Pero lo cierto es que todavía no existe como tal, y que se darán muchos pasos intermedios antes de que lleguemos a verlo hecho realidad”¹⁰⁹.

La interactividad es una de las características más destacadas de los mensajes periodísticos en el medio on-line. Gracias a ella es posible ofrecer a los usuarios la posibilidad de participar directamente en el proceso comunicativo en diferentes niveles: participando en foros sobre determinadas cuestiones de la actualidad informativa; enviando correos electrónicos a las redacciones con dudas, consultas o sugerencias; decidiendo la forma de recepción de la información, seleccionando a priori los temas que le interesan, etc. En definitiva, se trata de una característica que introduce importantes cambios en el proceso comunicativo y que, por tanto, exige de un profundo replanteamiento en la elaboración de los mensajes y en su presentación. Los receptores dejan de ser lectores pasivos para convertirse en lecto-autores, esto es, protagonistas activos que puede, entre otras posibilidades, llegar a definir su propia agenda temática o crearse un diario a su medida (tanto a nivel temático como de diseño)¹¹⁰.

Sin embargo, a pesar de las múltiples posibilidades que introduce la Red en el terreno informativo —algunas de ellas, como la interactividad, inexistentes hasta la fecha—, la mayoría de periódicos digitales no ha conseguido aplicarlas con

¹⁰⁹ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 93.

¹¹⁰ “[...] la principal característica de la comunicación a través de la Red es, sin duda, la interactividad. Esto supone la primera experiencia en la historia de los medios de comunicación, en que los receptores tienen un contacto simultáneo con el emisor y con el mensaje. El receptor puede interactuar sobre la información difundida, estableciendo, incluso sus propias preferencias en la recepción. Si a esto le sumamos la facilidad con la que cualquier persona puede transmitir sus opiniones a través de la red, y a la práctica inexistencia de ningún tipo de límites ni en la extensión ni en la permanencia de la noticia en el tiempo, observaremos que estamos ante un soporte totalmente desconocido hasta ahora. Por lo tanto, es necesaria la creación de un modo de construir mensajes diferente a lo que existe actualmente”. (López, X.: 2001).

éxito. La falta de unos parámetros o normas de redacción adaptados al medio on-line ha contribuido a que se llegue a esta situación. En la mayoría de casos, los mensajes difundidos a través de los periódicos electrónicos se caracterizan por seguir pautas de escritura y diseño de contenidos propios de la prensa en soporte papel. En ocasiones, incluso, los contenidos elaborados para la edición impresa de algunos diarios se publican, sin ningún tipo de adaptación o cambio, en las ediciones digitales de estos medios. Al mismo tiempo, si bien el periodismo electrónico —que básicamente se difunde a través de las pantallas de los ordenadores— debía primar los contenidos visuales en detrimento de la información textual, el proceso se ha producido a la inversa. El texto sigue poseyendo una gran presencia en el periodismo electrónico.

“La comunicación muestra la vigencia del periodismo escrito en un ámbito multimedia digital. En esta primera etapa, sin embargo, no está adaptándose el ejercicio del periodismo al sistema alfanumérico que caracteriza las comunicaciones digitales. Continuamos, a diferencia de otras actividades profesionales on-line, con un sistema alfabético que está definiendo y determinando en estos momentos la producción periodística en la red y, curiosamente, revalorizando la palabra frente al dominio audiovisual de otros medios de comunicación”¹¹¹.

En conclusión, otro de los grandes retos del periodismo electrónico —y quizás uno de los más complejos y necesarios— es el de desarrollar un lenguaje periodístico adaptado a Internet. Para lograrlo, es necesario experimentar con las posibilidades informativas del nuevo soporte hasta conseguir aplicarlas con éxito. Del mismo modo, otro de los objetivos es el de lograr que los periodistas digitales comprendan que el medio on-line es un medio diferente y que, como tal, requiere de un planteamiento distinto. Se trata, sin duda, de un proceso

¹¹¹ PINTO LOBO, María Rosa. “Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 135.

lento. Utilizar como referencia el medio impreso constituye un buen punto de partida. Sin embargo, la reproducción de esquemas propios de la prensa en papel sólo es justificable si se realiza como referencia o inicio, y si se aplica de manera transitoria. El objetivo es alcanzar un estadio en el que los productos periodísticos on-line alcancen una identidad propia.

La redacción ciberperiodística: Una escritura de palabras, imágenes y sonidos

La textualidad electrónica ha inaugurado una nueva era en el sistema individualista de creación de contenidos artísticos o informacionales. En este contexto, marcado por un vertiginoso proceso globalizador y por el aumento de la importancia y protagonismo de la llamada “Sociedad de la información”, la convergencia mediática ha contribuido a disipar la distinción entre los diferentes medios de comunicación, dando lugar a un acelerado proceso de sincretismo o maridaje de los diferentes productos informativos (programas, géneros y formatos) difundidos a través de los *mass media* (Vilches, 2001).

En este panorama, la elaboración de contenidos que deben ser difundidos a través de Internet ha inaugurado una nueva forma de presentar y explicar los hechos. Se trata de una escritura de textos, imágenes y sonidos. Los periodistas que elaboran los contenidos de los diarios electrónicos deben ser capaces de generar historias en las que tengan cabida el audio, el vídeo, la animación, los mapas interactivos, las bases de datos... Esta nueva forma de presentar y “narrar” los hechos noticiosos debe ser capaz de captar la atención de los lectores de los diarios *on-line*, —los cuáles presentan competencias, disponibilidades de tiempo, intereses e inquietudes muy distintas. En esta línea, como señala el European Journalism Center (*The future of the printed press*), los editores han comprendido el poder de la producción gráfica y la necesidad de que los diarios electrónicos dediquen grandes recursos a la elaboración de materiales visuales (imágenes, infografías, gráficos, etc.) de gran calidad que capturen la atención del lector y le motiven a profundizar en la información. El

nuevo periodista electrónico ha de pensar (con la ayuda de los grafistas) de forma visual. De esta modo, aparece un nuevo rol del periodista que, más allá de actuar como el *gatekeeper* (concepto teorizado por autores como Llorenç Gomis o Martín Vivladi, entre otros) se convierte en un *agente* de la información que debe buscar el mejor formato para captar la atención del usuario que, en cualquier momento y de forma inmediata mediante la rápida acción de hacer *click* sobre un botón o hiperenlace, puede abandonar esa página web en busca de otra más clara, rápida y elocuente.

“Internet posibilita que el periodismo tradicional fortifique su posición integrando los contenidos *offline* con los *on-line* generando nuevas instancias de noticias. La posibilidad de actualizar las noticias en el sitio a medida que llegan y el enlazado con instancias anteriores es una ventaja comparativa importante frente al papel”¹¹².

Según los estudios realizados, los usuarios o lectores de los contenidos *on-line* (tanto de diarios electrónicos como de cualquier otro sitio web en general) no leen por completo el contenido de los textos, sino que los hojean y seleccionan las palabras clave, las frases y los párrafos de mayor importancia. Este aspecto hace que la redacción periodística *on-line* deba huir de la prosa en beneficio de la denominada “escritura visual”, esto es, el uso de diferentes recursos que faciliten el “hojeado” de los contenidos difundidos. Básicamente, se incorporan enlaces —internos y externos— a otros documentos (en los que el usuario podrá ampliar su información), abundantes elementos de titulación (antetítulos, títulos, subtítulos, destacados, cabeceras, etc.), fragmentos o párrafos cortos, gráficos, infografías, listas (especialmente, cuando el contenido consista en instrucciones o procedimientos), tablas (para comparar cifras o porcentajes, cuando se presenten frases condicionales del tipo: “Si A..., B...”, y para relacionar resultados con operaciones o procesos, por ejemplo, “Para conseguir A, se debe hacer B”). En definitiva, el ciberperiodismo exige debido a las características de

¹¹² ZALCBERG, Ana. *El ciberperiodismo. Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 173.

la recepción de los mensajes que introduce (lectura a través de pantalla, importancia de la celeridad en la difusión de los mensajes, etc.).

El valor de la imagen en el periodismo electrónico

En el caso de los medios digitales, la mencionada necesidad de desarrollar una “escritura visual” que facilite la captación y asimilación de los contenidos desemboca en la aplicación de una criterios de sencillez, concisión, brevedad y claridad y, al mismo tiempo, en una mayor presencia y protagonismo de la imagen como elemento informativo, de gran riqueza comunicativa y con amplias posibilidades de persuasión. Por ejemplo, en el caso del diario electrónico de *El Periódico de Catalunya* (www.elperiodico.com) existe una media de una imagen por cada una de las páginas que conforman este rotativo *on-line*. Las portadas de los diarios electrónicos presentan (preferentemente en su parte superior izquierda) imágenes relacionadas con la noticia que constituye el tema del día. Se puede señalar que en el caso de los diarios electrónicos al igual que en los de formato papel, los criterios periodísticos de jerarquía o importancia periodística unidos al concepto de visibilidad de las noticias constituyen el concepto de tematización, que se configura como una selección que permitirá una cierta atención del interés del público sobre algunos temas (Vilches: 1989). Se trata, en definitiva, de una tendencia que convierte a la imagen en un elemento informativo por sí mismo, más allá de ser un simple complemento o ribete de la información escrita. De esta forma, la imagen adquiere la estructura de un texto autónomo que puede ser legible sin necesidad de contar con el respaldo de una leyenda o texto escrito con fines contextualizadores. No obstante, en ocasiones, la imagen informativa suele despertar en los lectores curiosidad o incertidumbre y por ello, con frecuencia, el lector recurre a un comentario verbal que le permite ampliar su información sobre el hecho en cuestión (Vilches: 1995).

La presencia de imágenes en los diarios electrónicos no se limita a la portada o *home* de estos rotativos sino que en las páginas interiores, esto es, a medida

que los lectores acceden a diferentes niveles o estadios de información mediante el uso de hiperenlaces se les presentan, junto a los contenidos de carácter textual, numerosas imágenes y otros recursos gráficos (infografías, mapas, gráficos, etc.) que contribuyen al hito de construir una sintaxis que, combinando palabras, imágenes y sonidos, permita obtener unos contenidos que faciliten el “hojeado”.

En definitiva, las imágenes, así como el resto de elementos de carácter visual, se convierten en recursos de gran utilidad en el proceso de reconocimiento, conocimiento y acción interpretativa de los hechos noticiosos del ciberespacio. Las imágenes actúan como un sistema de signos, es decir, como un texto semiótico, en la medida en que funcionan como textos dentro de un sistema de producción de noticias. La inducción, deducción o abducción constituyen procesos fundamentales para la captación del significado de la imagen en los diarios electrónicos.

Por otro lado, y atendiendo a la clasificación que Lorenzo Vilches (1989) realiza de las imágenes (de reconocimiento, de ostensión, de réplica y de invención), es posible señalar que en las diferentes páginas que conforman un diario electrónico existe un gran número de imágenes que funcionan a modo de “huella”, síntomas o indicios de un determinado acontecimiento o hecho noticioso. Se trata de imágenes de reconocimiento —de gran presencia en los rotativos *on-line* y *off-line*— que tienen como principal objetivo permitir que los lectores identifiquen un hecho. Por su parte, las imágenes de réplica son aquellas que aparecen como metonimia asociada a un hecho o imagen. Básicamente, este tipo de imágenes se presentan en forma de gráficos, infografías o en dibujos de carácter simbólico. Por otro lado, las imágenes de invención se caracterizan por ser materiales visuales creados digitalmente que sirven para atraer la atención del lector y/o facilitar la comprensión de algunos acontecimientos. Por último, respecto a las imágenes de ostensión, más propias

de la televisión, suelen aparecer en los apartados destinados a la información de carácter corporativo o institucional.

La creciente presencia de imágenes en medios informativos on-line está estrechamente ligada a la aparición de numerosas herramientas de software relacionadas con la creación, manipulación y tratamiento de imágenes. Además, los estudios hacen hincapié en la escasa disponibilidad de tiempo de los internautas y la necesidad de implementar estrategias de estructuración y presentación visual de los contenidos que capten y mantengan la atención de los usuarios.

La lógica del ‘visionado’ en la creación de contenidos

Un estudio realizado por los expertos en usabilidad¹¹³ y diseño web Jakob Nielsen y John Morkes determinó que el 79% de los usuarios siempre hojeaban las páginas nuevas y sólo un grupo reducido las leían palabra por palabra. Además, Nielsen afirma que el 79% de los usuarios hojean los contenidos en lugar de leerlos. Según este especialista en usabilidad, las razones son las siguientes: a) Leer en pantalla cansa la vista y es un 25% más lento que leer directamente en papel. b) Los usuarios sienten la necesidad de moverse por el sitio y no desean leer extensiones muy amplias de texto. c) Cada web compete con millones de páginas a la hora de captar la atención del usuario. Los lectores no saben si una página es la que necesitan o si otra sería mejor. En vez de dedicar mucho tiempo a una sola web, se mueven entre un número amplio de páginas. d) Los usuarios no disponen de mucho tiempo para buscar información en Internet (Nielsen: 2000)

Por su parte, Janice Redish, doctora en Lingüística por la Universidad de Harvard y directora de la consultoría Redish & Associates, afirma que, incluso

¹¹³ El concepto de usabilidad ha adquirido una gran importancia en los últimos estudios sobre el diseño y presentación de los contenidos difundidos a través de Internet. La normativa ISO 9241 define la usabilidad como “el alcance al que puede llegar un producto al ser utilizado por unos usuarios específicos para conseguir ciertas metas con eficiencia, efectividad y satisfacción en un contexto de uso concreto” (Moreno: 2000).

con los documentos en papel, sólo un 15% de los usuarios leen todo el contenido; mientras que el 81%, simplemente, lo “sobrevuelan”. Este aspecto resulta fundamental a la hora de definir la presentación y estructuración de los contenidos en el terreno del ciberperiodismo.

“Lo primero que ve el lector en la página principal del actual diario *on line* es un conjunto de textos breves que cumplen al pie de la letra las características que hemos visto para el periodismo escrito, por medio de esos enlaces claramente señalados se puede entrar en otros documentos más largos que amplían la información a la medida de sus requerimientos, siempre que siga la pauta marcada por ese texto inicial y señale con el cursor los diferentes *links* que se le ofrecen tanto en forma de frases breves subrayadas, como mediante pequeñas imágenes —iconos— que sustituyen o acompañan a las palabras y se entienden con facilidad”¹¹⁴.

Un estudio, publicado a principios de mayo de 2000 y desarrollado por la Universidad de Stanford y el Poynter Institute durante cuatro años, reveló las preferencias de los usuarios al consultar información on-line a través de una pantalla. Para el desarrollo del estudio, se utilizó una especie de microcámaras especiales acopladas a la cabeza de los usuarios que participaban en la investigación. Los aparatos llevaban incorporados un software que registraba los movimientos oculares, el tiempo de fijación en los distintos puntos de la pantalla, los *clicks* del ratón y la navegación de una páginas a otras. Entre otros aspectos, el estudio concluyó que se los artículos cortos se leen tres veces más que los largos y que los usuarios profundizan en la lectura de los contenidos que más les interesan.

“Y con la novedad de que las investigaciones más recientes llevadas a cabo sobre la lectura en los medios digitales revelan que los textos noticiosos —en concreto,

¹¹⁴ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 90-91.

los titulares y los sumarios— son lo primero que miran los lectores en Internet. Sólo después de consultar el artículo seleccionado en la *home page* pasan a las fotografías, a los gráficos y al sonido y a los vídeos. La atención se capta por el texto, mientras que en los periódicos y revistas en papel son las imágenes las que atraen al lector”¹¹⁵.

La portada es una de la página clave de un diario impreso. El paso de la portada de un diario en soporte papel a un diario electrónico mantiene una serie de convenciones relativas a la función, características y presentación visual de los contenidos. Según Jakob Nielsen, experto en usabilidad y diseño web, la primera página de una web debe responder a dos preguntas: “qué” contenidos se ofrecen y “por qué” puede resultar útil para el usuario. En este sentido, los usuarios deberán ser capaces de saber a simple vista de qué va la página y lo que puede hacer por ellos”¹¹⁶. En el caso de los medios on-line, la primera página o *home site* desempeña una función fundamental en la medida en que se convierte en la primera toma de contacto que el lector tiene con el diario. En este sentido, tal y como aparece en la edición impresa, la distribución u organización de los contenidos que aparecen en la portada de un diario on-line deben responder a unos criterios muy específicos. En el caso del medio digital, el *home* debe ser, ante todo: interactivo, abierto a la personalización y claro en la presentación de los posibles itinerarios de lectura disponibles.

Junto a la portada los elementos de titulación adquieren una importancia destacada en los medios on-line. El “hojeado” de los contenidos ofrecidos en pantalla, en detrimento de la lectura de los mismos, hace que éstos desempeñen un papel destacado en el proceso de captación de los usuarios, por un lado; y de estructuración y presentación de los cibermensajes informativos, por otro. Al mismo tiempo, los titulares se han convertido en pilar

¹¹⁵ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 80-81.

¹¹⁶ NIELSEN, Jakob (2000). *Usabilidad. Diseños de sitios web*. Prentice Hall: Madrid.

fundamental de numerosos servicios derivados de los medios on-line. Las empresas del ámbito de los medios de comunicación digitales han puesto en funcionamiento diferentes estrategias de envío de información que han encontrado en los titulares la estructura informativa idónea para informar al lector de manera escueta, precisa y clara.

“Las portadas y los titulares de prensa han sido tradicionalmente los primeros contactos del lector con la información de un diario impreso. En la actualidad, la prensa electrónica ha incorporado nuevos accesos a la información en los que el titular sigue siendo el elemento primordial. La posibilidad de recibir una relación de titulares por correo electrónico o en el propio teléfono móvil, sin jerarquización y presentados de forma ‘exenta’, esto es, sin relación con otros elementos de la página como textos, fotografías o gráficos, hace necesario el estudio de las características de los elementos de titulación para los nuevos servicios de información”¹¹⁷.

Jerarquización de la información: Aplicación de la pirámide invertida a las superficies hipermedia

La noticia se caracteriza por presentar una estructura denominada pirámide invertida, que consiste en colocar la información más importante al principio del texto, ubicando los contenidos de menor importancia en los últimos párrafos. De esta forma, el lector con sólo leer los elementos de la titulación (título, antetítulo y subtítulo) obtiene la información más importante de la noticia. Posteriormente, si tiene tiempo y está interesado en el tema, leerá el lead o entradilla. El lead o primer párrafo de la noticia incluye los datos más importantes, llamativos o insólitos. Después de lead, el lector puede ir accediendo al resto de la información, que aparece organizada en sucesivos párrafos o bloques informativos. Se trata, en definitiva, de una estructura que responde a una economía tanto de espacio como de tiempo.

¹¹⁷ POU AMERIGO, María José. “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 145.

En el caso de Internet, debido a que los usuarios no tienen tiempo de leer mucho material, los expertos afirman que cada página web ha de empezar por la conclusión, esto es, por la información (un dato, una cifra, una declaración, etc.) de mayor importancia. “Presente el material más importante al principio, utilizando el llamado ‘principio de la pirámide’”, afirma Nielsen¹¹⁸.

Con relación a la textualidad electrónica que inaugura Internet, y en concreto, en alusión a la estructuración de la información propia de los diarios electrónicos, se puede establecer un paralelismo entre la estructura de la pirámide invertida y la naturaleza no secuencial de los textos que presentan los periódicos *on-line*. En este sentido, podríamos decir que cada eslabón de la “pirámide” informativa se correspondería con un nivel de la estructura hipertextual. No obstante, es importante señalar que los diferentes escalones o niveles de la pirámide no se corresponden con la simple sucesión de párrafos en un texto. En los diarios electrónicos, los contenidos informativos se clasifican según su grado de importancia mediante una estructura o cadena de hiperenlaces que conectan de forma sucesiva los apartados o bloques que componen la noticia. En este sentido, los datos o aspectos de mayor importancia aparecen en los niveles iniciales; mientras que para acceder a los contenidos de menor peso o relevancia informativa, el usuario debe “introducirse” o navegar hasta las páginas ubicadas en un mayor grado de profundidad. Aún así, en cada uno de estos niveles se abren diferentes itinerarios de lectura que inauguran, a su vez, nuevas estructuras informativas que añaden el concepto de red propio del hipertexto a la jerarquización que introduce la pirámide invertida. Como señalan Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría en la introducción del *Manual de Redacción Ciberperiodística*, “los textos basados en el hipertexto son más profundos que largos”¹¹⁹.

¹¹⁸ NIELSEN, Jacob (2000): *Usabilidad. Diseños de sitios web*. Prentice Hall: Madrid.

¹¹⁹ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003. P. 21.

“En efecto, el hipertexto es, como recuerda Robert Huesca, más que un conjunto de enlaces en una página web; ‘es una estructura’, traducimos del inglés, ‘que se supone ha de ser más compatible con las características inherentes de los medios digitales que con las formas narrativas tradicionales, como la pirámide invertida’. Frente al texto tradicional, lineal y cerrado, insiste Huesca en que el hipertexto es ‘una estructura para aquello que aún no existe’, no, al menos, hasta que el lector produce esa estructura de las varias que se le ofrecen a partir de sus propios gustos e intereses”¹²⁰.

El estudio y análisis de los diarios electrónicos, permite hablar de diversos modelos o esquemas generales de jerarquización de los contenidos informativos. Estas estructuras, que se repiten tanto en la pantalla o *home* de estos rotativos como en el interior de sus respectivas secciones, conforman la hilaza o andamiaje principal de la estructura informativa de los periódicos digitales. A continuación, se presenta una tabla que sintetiza los principales esquemas de presentación de los contenidos utilizados en los diarios electrónicos, especificando en cada caso el tipo de información que se ofrece a los usuarios en los diferentes niveles o escalones de la “pirámide-red hipertextual”. (En el esquema, el nivel hace referencia a la “profundidad”, es decir, número de *clicks* que el usuario debe realizar para acceder a los diferentes apartados de la información):

	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Tipo 1	Titular	Titular + Lead	Titular + Lead + Cuerpo texto
Tipo 2	Titular	Titular + Lead + Texto	
Tipo 3	Antetítulo + Titular	Antetítulo + Titular + Lead	Antetítulo + Titular + Lead + Cuerpo texto
Tipo 4	Antetítulo + Titular	Antetítulo + Subtítulo + Lead + Cuerpo texto	
Tipo 5	Titular	Titular + Subtítulo + Lead	Titular + Subtítulo + Lead + Cuerpo texto

¹²⁰ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003.

	Subtítulo		
Tipo 6	Titular + Subtítulo	Titular + Subtítulo + Lead + Cuerpo texto	
Tipo 7	Titular + Lead	Titular + Lead + Cuerpo texto	
Tipo 8	Titular + Lead + Datos contextuales	Titular + Lead + Datos contextuales + Cuerpo texto	

Básicamente, la información se presenta a través de un hiperenlace o hipervínculo que actúa a modo de titular, esto es, presenta el contenido, destaca el dato o aspecto de mayor relevancia e invita al lector (usuario) a consultar (o sea, a hacer *click*) el resto de la información sobre ese mismo hecho noticioso. De esta forma, el usuario al pulsar sobre el hiperenlace, accede a una página diferente en la que se presenta de nuevo el titular, pero acompañado del lead o entradilla de la información. Seguidamente, aparece el resto de la información referente al hecho tratado. De esta forma, el usuario “salta” de un eslabón a otro de la pirámide informativa y va accediendo a diferentes niveles de información sobre la noticia.

“En cualquier caso, el elemento básico de todo este sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de los enlaces. Todos deben estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado, y con referencias visibles al índice general para poder elegir el aspecto en el que se desea profundizar”¹²¹.

Sin embargo, la estructura hipertextual no se debe utilizar para segmentar una historia lineal extensa en múltiples páginas. La descarga de varios segmentos exige más tiempo de espera y, por tanto, hace más lenta la lectura y dificulta la impresión en papel. Por tanto, la estructura de hipertexto más adecuada no se

¹²¹ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 93.

basa únicamente en colocar la frase “*continúa en la página 2*” al final de cada página (Nielsen: 2000). La información se debe dividir en fragmentos coherentes y cada uno de ellos se debe centrar en un solo tema. De esta forma, el sistema gana en usabilidad, ya que el usuario puede seleccionar fácilmente los temas según su interés o inquietudes. Además, cabe señalar que a partir de los diferentes niveles de profundidad señalados en el cuadro anterior, el mensaje ciberperiodístico abre una serie de posibles itinerarios muy numerosos a través de links a otros sitios web relacionados.

Los estudios advierten que los lectores de un medio on-line no suelen ir al sitio web informativo para disfrutar del diseño; sino que prefieren centrarse en el contenido. En este sentido, los expertos coinciden en señalar que el principal reto de los medios ciberperiodísticos consiste en conseguir unos periódicos con una presentación más clara y directa. En esta línea, la tendencia se dirige a la elaboración de textos cada vez más cortos y, en definitiva, a ofrecer una información descompuesta en abundantes despieces que agilicen la lectura. En definitiva, el diseño nace en las salas de redacción y la redacción debe ser fruto de un cuidadoso diseño (Armentia: 1999).

“[...] la producción de la noticia digital ha de seguir la lógica de un sistema alfanumérico, aunque su marca de credibilidad se mantenga en un sistema alfabético. Las características de la información periodística están primando, sin embargo, a la palabra como instrumento de comunicación frente a otros elementos. Así, en el periodismo digital, elementos visuales y sonoros se convierten en ruido que perturban la recepción o descarga de los mensajes periodísticos a través de la red. Este fenómeno avala que el periodismo escrito esté vigente, como ya hemos señalado anteriormente, no sólo como periodismo impreso de marca sino también como periodismo digital que comparte un mismo sistema de signos y recupera el valor del texto. Para el editor electrónico José Antonio Millán el texto debe ser lo más importante. Considera que las animaciones molestan a la

lectura y que los usuarios de los periódicos on-line consultan antes el texto que los gráficos y las fotografías, al contrario de lo que sucede en la prensa escrita convencional¹²².

Libros de estilo: En busca de un manual para la redacción periodística digital

Los diarios electrónicos carecen, por el momento, de una normativa o identidad que los identifique como contenidos elaborados en un soporte distinto —el digital— que exige una estructuración y presentación de los contenidos diferente, exclusiva y adaptada a las posibilidades que ofrece Internet. En esta línea, se plantea la necesidad de elaborar un compendio de las directrices o recomendaciones que, desde el punto de vista, del periodismo electrónico orienten a los profesionales del periodismo electrónico en su tarea de elaborar —diseñar y escribir— sus mensajes periodísticos. Se trata, en definitiva de reflexionar sobre los apartados y contenidos que debería presentar un libro de estilo de un diario electrónico.

Tal y como señala Juan Luis Cebrián en el Prólogo a la segunda edición del *Libro de estilo* de *El País*, “un libro de estilo no es una gramática ni un diccionario al uso. Es simplemente el código interno de una Redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos”¹²³. Por su parte, las *Normas Básicas para los Servicios Informativos* de la Agencia Efe, señalan como objetivo: “Lograr unos servicios informativos más completos, precisos y homogéneos”, así como unificar sus propios criterios y ofrecer unas pautas periodísticas que conduzcan hacia “un horizonte de independencia en el que se sustenta la credibilidad”¹²⁴.

¹²² PINTO LOBO, María Rosa. “Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 140.

¹²³ AA.VV. *Libro de estilo de El País*. Madrid, El País, 1990.

¹²⁴ AGENCIA EFE (1988): *Normas Básicas para los Servicios Informativos*. Agencia Efe, Madrid.

Teniendo presente, el carácter multimedia de los mensajes del campo del ciberperiodismo y considerando el modo de recepción de los mismos — básicamente, la lectura a través de una pantalla—se pueden establecer una serie de normas o recomendaciones correspondientes a diferentes aspectos: usabilidad, tiempos de descarga, legibilidad, funcionalidad, uso del color, funciones de las imágenes, estructura y sintaxis de los contenidos, jerarquización de la información, redacción de vínculos, características de los elementos de titulación, etc. Sin embargo, en el ámbito del periodismo electrónico español no existen manuales o libros de estilo concebidos específicamente a partir de las características del medio on-line. Este tipo de documentos sería de gran ayuda para los profesionales que día a día elaboran contenidos para ser difundidos y consumidos a través de la Red. No obstante, para poder disponer de este tipo de documentos es necesaria la existencia de una reflexión teórica amplia y consensuada que permita establecer una serie de convenciones y directrices en la creación de mensajes ciberperiodísticos.

“En cuanto a la redacción, las preguntas generales acerca de la estructura del discurso electrónico, bien diferente del lineal texto tradicional gracias al hipertexto, aún no se han producido en el periodismo, y sería seguramente terreno abonado, aunque la verdad es que la práctica profesional ayuda poco, al tratarse de meros textos pensados para el medios impreso y publicados en éste, pasados sin más la ciberespacio”¹²⁵.

El concepto de “normativa” alude a un ‘conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad’. En el caso del periodismo electrónico, se plantea la necesidad de elaborar —entendiendo que nos referimos todavía a un campo sumido en su etapa “incunable”— un conjunto de directrices de carácter multidisciplinar que, por un lado, posibiliten el acercamiento de los periodistas

¹²⁵ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 90.

más analógicos a la redacción ciberperiodística y que, permitan, por otro lado, ofrecer a los usuarios (en su rol de lectoacutores) acceder a una información clara, rápida y funcional.

La creación de un libro de estilo para los diarios electrónicos, entendido como un conjunto de normas o consejos de redacción, edición y diseño, puede contribuir ampliamente a introducir un poco de orden y claridad en las redacciones de los periódicos digitales. Y, si bien cada medio deberá “personalizar” su libro de estilo en función de sus características, existen una serie de aspectos compartidos que pueden ayudar en el —incipiente y arduo— proceso de consolidar las bases de una redacción ciberperiodística tan atractiva como eficaz.

Reto 04. Prestigio y credibilidad:

Necesidad de crear informaciones on-line de calidad

Una de las principales críticas que recibe la información on-line es la falta de una labor de contraste y verificación que garantice unos productos referenciados y fiables. En este sentido, es necesario lograr que los diarios electrónicos se presenten a los usuarios como productos de calidad resultantes de un proceso de producción dotado de una serie de mecanismos que garanticen su veracidad.

“Si la credibilidad la otorgan a los periódicos impresos también las marcas. Aquí radica el poder del periodismo escrito y debe, en estos momentos, aprovechar su prestigio para preservar y extender el reconocimiento de la marca al entorno multimedia”¹²⁶.

La cita anterior plantea que los diarios electrónicos pueden aprovechar el prestigio de las ediciones impresas para presentarse como productos veraces y de calidad. Sin embargo, no debemos olvidar que existen empresas informativas en el medio on-line que ofrecen productos concebidos directamente para el medio digital y que carecen de una referencia en papel.

Básicamente, el objetivo es el de lograr garantizar un protocolo de trabajo adaptado a las características del medio on-line que garantice la calidad de las informaciones. La posibilidad de publicar contenidos en Internet de manera rápida y sencilla ha permitido que cualquier ciudadano pueda convertirse en emisor de contenidos. Este aspecto genera algunos recelos entre quienes afirman que en muchos casos los internautas desconocen hasta que punto las informaciones que consultan en la Red son o no fiables.

¹²⁶ PINTO LOBO, María Rosa. “Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 140.

Las noticias de última hora, que adquieren un protagonismo renovado en el medio on-line, han abierto un debate en torno a los conceptos de celeridad y calidad en el desempeño del ejercicio periodístico. La capacidad del periodismo electrónico para informar de manera inmediata sobre la actualidad se ha convertido en una de sus características más explotadas. Muchos autores afirman, incluso, que se trata de la única característica exclusiva del medio on-line que se ha explotado ampliamente. Sin embargo, algunos expertos consideran que la publicación on-line de contenidos informativos puede conllevar una pérdida de la calidad de los mensajes periodísticos. Según ellos, existen una serie de labores propias del periodista —contraste de datos, verificación de datos, etc.— de las que no es posible prescindir¹²⁷.

En el marco del IV Congreso Nacional de Periodismo digital de Huesca, los investigadores Mercedes del Hoyo y José Alonso Seco, de la Universidad Carlos III de Madrid presentaron los resultados de un estudio sobre, entre otros aspectos, la concepción que los estudiantes de periodismo poseían del ciberperiodismo. El estudio, que se basó en los alumnos de la primera promoción de Periodismo (año 2004) que había cursado los estudios completos de esta licenciatura en la Carlos III. Según esta investigación, “la cuarta parte de los estudiantes del último curso de Periodismo de la Carlos III cuestionarían el rigor de la información que reciben a través de los medios digitales, y un tercio de ellos sigue sin confiar en ella”¹²⁸.

¹²⁷ “La noticias de los diarios digitales no son muy diferentes de las que aparecen, previa o posteriormente, en la edición de papel. Los textos electrónicos son por lo general una copia de los de papel, con algún elemento complementario, como, por ejemplo, gráficos. Las diferencias entre ambas ediciones, no obstante, se acrecientan cuando hablamos de las noticias de última hora. En este caso, la edición electrónica reproduce las noticias de agencia sin ampliar el texto. La rapidez y la falta de comprobación de la información son la principal causa de las diferencias. Los diarios (en medio electrónico o de papel) requieren un proceso y, consecuentemente, un mínimo período de tiempo. En el presente la prensa no puede competir con la televisión, la radio ni con Internet en el campo de la rapidez, excepto en algunas situaciones específicas. Su objeto debe seguir siendo la calidad de la información”. (DE RAMÓN: 2001)

¹²⁸ ALONSO SECO, Jose; DEL HOYO HURTADO, Mercedes. *Los periodistas del año que viene*. Comunicación presentada en el V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 15 al 16 de enero de 2004. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

En conclusión y desde el planteamiento de “reto” que se ha seguido en este apartado de la investigación, queda patente la urgencia de dotar de prestigio y credibilidad a los medios de comunicación on-line y, por ende, a los mensajes que estos difunden. Este logro contribuirá directamente a aumentar el interés de los usuarios por los contenidos de los cibermedios y, al mismo tiempo, facilitaría la solución de algunos problemas, como la definición de un modelo de negocio rentable, entre otros.

Reto 05. Nuevos productos periodísticos on-line:
**Cómo crear nuevos servicios informativos
adaptados a la Red**

El periodismo electrónico se ha caracterizado desde sus orígenes por ofrecer a través de la Red los mismos servicios y productos que se ofrecían a través de otros medios (prensa escrita, televisión, etc.). La cuestión afecta no sólo a la forma —que exige, como se ha planteado anteriormente, un lenguaje adaptado a Internet— sino también al contenido. No se trata únicamente de cómo presentamos la información sino de qué servicios ofrecemos. En definitiva, otros de los retos que inaugura el ciberperiodismo es el de “reinventar” los productos informativos que se ofrecen a través de la Red para conseguir que aprovechen las características del medio digital.

“Igual que la invención de la escritura no nos quitó el habla, la aparición de un nuevo medio no elimina los anteriores. Pero crea un equilibrio y muchos títulos desaparecen. Una de las reacciones de los medios tradicionales es crear un sitio en Internet para ofrecer en la red lo que ya se vende de otra manera. No es suficiente: se tienen que reinventar. Y no es fácil”¹²⁹.

La ausencia de un modelo de negocio en torno a la prensa electrónica constituye uno de los principales problemas de este sector. El problema radica en que muchas empresas de comunicación se han caracterizado por ofrecer en sus ediciones digitales la misma información —en ocasiones, incluso, en el mismo formato— que la que ofrecían en la versión impresa del mismo medio. Además, en sus orígenes la mayoría de diarios electrónicos eran de acceso libre gratuito (aspecto que se ha modificado en algunos casos, como *La Vanguardia Digital* —que exige suscripción— o *El País digital* —que tras un periodo de cobro, ha regresado al modelo de acceso libre y gratuito—, entre otros). En este

¹²⁹ PISANJ, F. “Los nuevos medios”. EN: [Ciberp@ís](#). 1999. 29 de julio. P. 2.

contexto, los usuarios no hallaban en el ciberperiodismo un valor diferencial respecto a los productos informativos de la prensa escrita. En definitiva, la digitalización del producto informativo se produjo sólo parcialmente. Internet permitía prescindir del proceso de impresión —la información se consumía a través de una pantalla de ordenador— y, al mismo tiempo, de la fase de distribución —la Red superaba las barreras del espacio y del tiempo, permitiendo la llegada de los mensajes informativos de forma inmediata a cualquier parte del mundo.

Sin embargo, el proceso de digitalización no tuvo en cuenta en sus orígenes la necesidad de “repensar” el producto en aras de adaptarlo a las características y posibilidades —informativas y económicas— del medio digital. Debido a ello, los productos informativos on-line han carecido de una “identidad digital” que les confiriera un valor añadido frente a los productos analógicos.

“La digitalización del producto periodístico, aún no concluida, se ha producido en dos fases: en primer lugar, se produjo la informatización de la producción, con la introducción de las redacciones electrónicas, que eliminaron un paso intermedio, los talleres de diagramación (ahora ésta la hace el periodista desde su ordenador y desde ahí la página va directamente a impresión). El producto, en cambio, seguía y sigue siendo impreso sobre papel. En segundo lugar llegó la informatización del producto, en la que la fase de la impresión y la distribución desaparece igualmente. Aunque de momento apenas se trata más que del mismo producto en otra versión. De resultas de lo cual el producto informativo electrónico ni siquiera se ha emancipado verdaderamente de su antecedente impreso”¹³⁰.

¹³⁰ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 83.

Los periódicos electrónicos se han limitado en la mayoría de casos a reproducir la información de los diarios en papel. En ocasiones, se han incorporado información complementaria, especialmente, de carácter visual. No obstante, esta reproducción de los contenidos procedentes del soporte papel ha impedido desarrollar una tipología de productos informativos diferentes que justificaran el consumo de los mismos a través de la Red.

“Actualmente, los contenidos de un periódico digital no difieren demasiado de los de su ‘edición hermana’ en papel, cuando el primero, el electrónico, se limita más o menos a reproducir a la segunda, la convencional, enriqueciéndola con elementos llamativos como los gráficos animados o los debates en directo”¹³¹.

Con relación a ello, cabe señalar que las características y posibilidades (multimedia, instantaneidad, hiperenlaces, interactividad, etc.) propias —y algunas exclusivas— del medio on-line exigen concebir los medios on-line como productos autónomos respecto a las versiones en papel y, al mismo tiempo, han de ofrecer servicios diferentes. Del mismo modo, es posible mencionar ya algunas iniciativas que, especialmente en muchos sitios web de cadenas de televisión, han comenzado a incorporar servicios que, al menos desde su concepción, parecen ser fruto de un esfuerzo por aprovechar las posibilidades del medio on-line. Se trata, entre otros servicios, de webcams de territorio (que ofrecen imágenes de diferentes capitales del mundo segundo a segundo), acceso “a la carta” a materiales audiovisuales del fondo documental de la cadena, envío de avances de titulares a móviles, etc. En el caso de los diarios electrónicos también se observa una transformación importante en la oferta de servicios. Se han comenzado a incluir interesantes producciones infográficas destinadas a explicar procesos vinculados con noticias, se han enriquecido

¹³¹ DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Joseph M. “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 159. P. 161.

informaciones con pistas de audio y/o segmentos de vídeos relacionados, etc. Aún así, el legado de la tradición en papel sigue presidiendo la oferta de productos informativos de los medios on-line¹³².

En conclusión, los productos informativos propios del periodismo electrónico apenas han aprovechado las características propias del medio on-line. El reto consiste, por tanto, en elaborar servicios y productos que apliquen con éxito las posibilidades del multimedia, las aplicaciones del relato no lineal mediante el uso de hiperenlaces y las ventajas de la interactividad, entre otros aspectos.

“(…) las características de todo producto diseñado para Internet son básicamente el ser (o poder ser) multimedia, es decir, estar compuestos por tipos diferentes de información, imagen, sonido y texto; ser hipermedia es decir, estar dispuestos de tal manera que la recuperación de la información sea un camino que el usuario decide, sin que sea el emisor quien impone una linealidad única e inmutable, sino opciones diversas, dentro y fuera del discurso propio; y ser interactivo, es decir, un sistema en que el usuario puede ‘preguntar’ y obtener una respuesta adecuada a sus demandas. Pues bien, sólo de forma muy limitada se cumplen estas características en el periodismo electrónico en general, y en el español en particular”¹³³.

Hasta el momento, hemos indicado que uno de los grandes retos del ciberperiodismo es el de lograr “independizarse” de las versiones impresas de los diarios. Es decir, los medios electrónicos deben ser capaces de crear —a

¹³² “En total son unos cuatro mil periódicos de todo el mundo los que están presentes en Internet. Estas cifras desvelan la convivencia actual de dos versiones de un mismo diario en dos soportes diferentes (papel y digital). Esa convivencia, que podríamos considerar amistosa y complementaria, exige la diferenciación en el tratamiento de los contenidos para uno y otro medio, así como la adaptación paulatina de la prensa impresa a las características del medio *on line*”. (CABRERA: 2001).

¹³³ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 88.

través de un lenguaje adaptado a Internet— unos productos informativos distintos a los del papel que satisfagan otro tipo de intereses. Se trata, en definitiva, de utilizar un medio de comunicación diferente al papel —como es Internet— con una finalidad informativa que explote al máximo sus posibilidades. Al mismo tiempo, las propias características del medio on-line introducen nuevos modos de consumo de la información que han llegado a cuestionar la función que deben desempeñar los medios digitales¹³⁴.

A lo largo de la investigación se ha hecho hincapié en las amplias posibilidades informativas que ofrece el medio on-line y en la necesidad de lograr mensajes periodísticos adaptados a ellas. Sin embargo, algunas de estas características han abierto interesantes debates en torno al papel de los medios digitales y a las exigencias que la Red plantea a los comunicadores. Por ejemplo, Internet ofrece a los usuarios la posibilidad de acceder directamente a la fuente primaria vinculada con un determinado evento. De este modo, los usuarios no tienen por qué consultar el diario electrónico para informarse sobre un determinado hecho sino que pueden hacerlo acudiendo a la fuente primaria o a la información de una agencia de noticias. En este sentido, se plantean una serie de interrogantes: ¿Deben los diarios electrónicos competir con las agencias informativas on-line? ¿Y con las fuentes primarias? ¿Qué debe de ofrecer un diario electrónico para generar interés en los usuarios? ¿Cómo afecta este aspecto a las funciones y a los servicios de un diario electrónico?

¹³⁴ “La prensa en su continua y dinámica adaptación tecnológica ha evolucionado desde antes de la aparición de Internet, por lo que su transformación actual no es más que un paso más en su constante modificación de códigos y de lenguajes —tipografía, diseño, color, grafismos, etc. De hecho, los nuevos valores visuales de la prensa han sido determinantes, en gran medida, en la creación de la imagen del primer Internet, el que conocemos hoy y el que evolucionará, con seguridad, en los próximos años hacia soluciones más acordes con las posibilidades y la evolución del soporte digital. No obstante, si en relación con el aspecto visual, se puede afirmar que la experiencia del diseño en prensa ha inspirado y sigue inspirando los criterios visuales de la prensa en el nuevo medio, nos encontramos con otra cuestión pendiente de resolver en relación con los contenidos. En este sentido, la prensa ha salido al paso ofreciendo a Internet, y así lo sigue haciendo en la mayoría de casos, los mismos contenidos que trabaja para su versión impresa. Sin embargo, el nuevo medio exige tanto al soporte papel como al digital, la búsqueda de contenidos propios y diferenciadores que contribuyan a la resolución de la crisis de identidad que, desde tiempo atrás, atraviesa la profesión”. (Cabrera: 2001).

“El medio electrónico debe competir con el alud de información que ofrece Internet como fuente primaria, y a su vez, con las propias agencias de información disponibles directamente en red. El medio digital tiene que tener un valor añadido que facilite que el receptor elija un medio y no la fuente para informarse. Se trata de actualizar, de reflexionar, de analizar, de contextualizar la información para el consumidor”¹³⁵.

En definitiva, el reto, o al menos uno de ellos, reside en conseguir que el receptor prefiera el medio digital antes que la fuente primaria. Los cibermedios deben de ofrecer una información clara, atractiva y veraz. Los lectores que accedan directamente a las fuentes primarias no podrán disponer de informaciones tan elaboradas (desde el punto de vista del contenido y la forma) como las que pueden llegar a ofrecer los diarios digitales. Respecto a la anterior reflexión de la investigadora Virginia Luzón, se puede señalar que es cierto que los periódicos electrónicos tienen que buscar la forma de que el lector conciba el medio digital como un instrumento útil y capaz de ofrecer de forma exclusiva algunos productos y servicios informativos. No obstante, las acciones que señala Luzón (“actualizar”, “reflexionar”, “analizar”, “contextualizar”) son aplicables al periodismo en “todos” los soportes y no sólo condiciones exigibles a los medios digitales. El verdadero potencial de los medios digitales reside en sus contenidos. Sin embargo, este potencial no será efectivo hasta que no ofrezcan mensajes periodísticos adaptados a las posibilidades de la Red. La introducción de servicios y la creación de contenidos adecuados al medio on-line constituyen la mejor forma de dotar al periodismo electrónico de un “valor añadido”¹³⁶.

¹³⁵ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 18.

¹³⁶ “En el fondo todos estos periódicos [con relación a los diarios electrónicos] desean destacar los contenidos porque es en los contenidos donde se sustenta el éxito de un medio de comunicación en Internet. Este es y será el elemento que marque las diferencias en la red”. (Pinto Lobo: 2001).

El diario electrónico: El servicio ciberperiodístico por excelencia

El diario electrónico —para muchos expertos, una denominación inapropiada— se ha convertido, en el ámbito del ciberperiodismo, en el servicio on-line informativo de mayor renombre. Prácticamente todos los diarios han puesto en funcionamiento sus ediciones en la Red. Este proceso se ha caracterizado, como se apuntará posteriormente, por un trasvase facsimilar de los contenidos del soporte papel al soporte digital. De este modo, los medios se han asegurado su presencia en Internet. Sin embargo, esta celeridad por activar las ediciones on-line junto a la ausencia de una reflexión teórica sobre la manera idónea de crear y difundir mensajes en la Red ha impedido, especialmente en los inicios de estas nuevas ediciones, que se pueda hablar verdaderamente de medios concebidos para ser difundidos y consumidos a través de Internet. Aún así, los diarios electrónicos se han convertido en la principal referencia del ciberperiodismo, quedando en segundo plano otras iniciativas como portales informativos —generalistas o temáticos—, los sitios web de las cadenas televisivas o emisoras radiofónicas o los weblogs, entre otros.

“Por el momento, frente a las indudables ventajas y los cambios que ya está operando en todos los actores del proceso comunicativo, el periódico electrónico interactivo continúa demasiado vinculado al modelo tradicional, al que se limita a copiar en formato digital y, en todo caso, ampliar en cuanto a contenidos o medios. [...] Este nuevo medio no ha dado aún el verdadero salto cualitativo que lo convierta en un medio con características propias, emancipado del concepto que a lo largo de cuatro siglos ha consolidado el periódico de papel. En los próximos años sabremos cuál es el modelo específico que por fin ofrece el periódico electrónico, y cuáles las innovaciones que aporta al mundo del

periodismo, si es que, como parece consigue consolidar su novedosa oferta”¹³⁷.

Existen numerosas definiciones en torno al concepto de “periódico electrónico”. En este sentido, a continuación, se presenta una selección de algunas de ellas con el objetivo de someterlas a un análisis comparativo que permita determinar en qué características coinciden los expertos y cuáles son las cualidades en que difieren.

Autor	Definición	Palabras clave
1 Víctor R. Aramendia	“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.”.	Soporte digital
2 Armañanzas, E.; Díaz Noci, J.; Meso, K.	“Producto interactivo y multimedia; es decir que integra diferentes medios diferentes (texto, imagen, sonido) y permite al receptor un margen de actuación”.	Interactivo Multimedia
3 José Álvarez Marcos	“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”. ----- “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”.	Híbrido Rapidez Interactividad ----- Digital Escritura
4 J. M. De Pablos Coello	“Es al amparo de la tecnología web donde encontramos servicios informativos sin periodicidad marcada por la tecnología, donde vamos a hallar entidades con una cabecera determinada y muy localizable; o	Tecnología web No periodicidad Sitio web Periódico o periódico continuo

¹³⁷ DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999. P. 27.

	<p>sea, es al cobijo de la web donde únicamente dispondremos de medios de comunicación –en forma del sitio web- en el sentido de <i>mass media</i>, medios que ya han superado las limitaciones de espacio y tiempo del periódico clásico. Es en la web donde podemos disponer, si lo prefieren, del <i>periódico</i> o 'periódico continuo (periódico, entre comillas) establecido en un sitio web, con Internet como precisa herramienta vicaria para acceder al entorno multimedia de tanta actualidad, todavía emergente y de tanto futuro".</p>	Multimedia
--	--	------------

En definitiva y a partir de las anteriores definiciones, es posible definir el periódico electrónico como un medio en soporte digital de carácter interactivo y multimedia que carece de periodicidad, a diferencia del periódico en soporte papel (aspecto que cuestiona la denominación de “diario” o “periódico”), y que está vinculado a la tecnología web, esto es, al medio on-line. Estos aspectos vienen a subrayar la necesidad de desarrollar un lenguaje periodístico adaptado al medio digital y nuevos servicios informativos.

“El periodismo digital nos aboca a nuevos desafíos de la comunicación con el receptor. No se trata de ofrecer on-line el mismo producto que ofrecen los medios tradicionales, sino de dar un paso más allá y confeccionar medios electrónicos con lenguaje propio. Queda ya muy lejana la presentación de diarios digitalizados, donde se ofrecía en red el mismo producto que en formato papel pero escaneado. El periodismo digital está en un nuevo estadio de evolución donde se proponen productos de última confección y con características propias muy diferenciadoras”¹³⁸.

¹³⁸ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 16.

Según Javier Díaz Noci y Koldo Meso Ayerdi, docentes de la Universidad del País Vasco especializados en el ciberperiodismo y autores de varios títulos sobre este tema, apuntan cinco las razones que explican el porqué de la aparición del “periódico interactivo multimedia” y, al mismo tiempo, cifran en cuatro los problemas de este medio:

Periódico interactivo multimedia	
Justificación de su aparición	Principales problemas
<p>1 <u>Búsqueda de nuevas vías para mantener a los lectores:</u> Se ofrece a los lectores una información interactiva que puede personalizar según sus intereses y preferencias.</p>	<p><u>Transmisión de imágenes:</u> A pesar de que el soporte digital posibilita una gran cantidad de información, todavía no se ha podido alcanzar una velocidad aceptable en la transmisión de imágenes y sonidos.</p>
<p>2 <u>Incremento de la cantidad de información:</u> Se ofrece el acceso a bases de datos, correo electrónico, etc. El acceso a esta información se puede realizar de manera rápida y sencilla.</p>	<p><u>Legibilidad de las pantallas:</u> El soporte papel resulta más legible y cómodo para el usuario que las pantallas de los ordenadores u otros dispositivos electrónicos. La manejabilidad del periódico en papel todavía no ha podido ser superada por la versión electrónica.</p>
<p>3 <u>Diversificación de la actividad empresarial informativa:</u> Aparecen empresas multimedia que establecen alianzas con otras empresas, extienden su actividad a otros campos, etc.</p>	<p><u>Diversidad de sistemas operativos:</u> El panorama actual adolece de una unificación de los sistemas operativos existentes en el mercado.</p>
<p>4 <u>Ventajas ecológicas:</u> La tecnología digital permite prescindir del soporte papel, reduciendo la tala de árboles. El coste del papel supone uno de los mayores gastos para los periódicos.</p>	<p><u>Indefinición del modelo de periódico electrónico:</u> En la Red, es posible encontrar desde versiones on-line de los diarios en papel hasta almanaques y anuarios. El periódico electrónico carece, por el momento, de unas directrices que le otorguen unas características definitorias.</p>
<p>5 <u>Desarrollo tecnológico:</u> Los avances técnicos han dado lugar a la aparición de ordenadores más veloces, pantallas dotadas de una mejor definición, etc.</p>	

(Díaz Noci, J; Meso Ayerdi, K.: 1999)

El propio Díaz Noci señala en otro artículo que la mayoría de periódicos en Internet son, más o menos, el volcado de un producto impreso previo. Además, el autor afirma que éstos deberían ser capaces de ofrecer “más noticias, más extensas y todas de hoy, de ahora mismo”. A ello, Díaz Noci añade una interesante reflexión relativa a una de las posibles vías de desarrollo de los diarios electrónicos:

“Y, por último, otra tendencia se apunta en el horizonte del ciberespacio, aunque desde el punto de vista de los contenidos y de su disposición técnica supone en realidad una vuelta a modelos ya establecidos en el primer tercio del siglo XIX: el periódico estrictamente de opinión, que difícilmente se vendería en versión impresa (probablemente ni siquiera fuese mínimamente rentable imprimirlo y distribuirlo físicamente) ha vuelto a Internet”¹³⁹.

La evolución de la prensa en Internet nos permite señalar una serie de estadios o etapas que permiten definir el proceso de transformación que han experimentado los periódicos electrónicos desde las primeras experiencias hasta la actualidad. A lo largo de este periodo, se observa una serie de cambios que afectan básicamente, a las características que se atribuyen a un diario electrónico: contenidos multimedia, interactividad, narrativa hipertextual y diseño visual adaptado a la lectura en pantalla. En este sentido, podemos afirmar que los últimas iniciativas puestas en marcha en este campo ofrecen un diario electrónico más concebido (tanto en su estructura como en los contenidos que ofrece) para ser publicado en el soporte digital. No obstante, los diarios on-line se encuentran todavía sumidos en un proceso de experimentación y pruebas que debe permitir, en el medio o largo plazo, alcanzar un producto que explote al máximo las posibilidades de la Red en el proceso informativo.

¹³⁹ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 87.

La investigadora M^a Ángeles Cabrera, profesora de Periodismo en la Universidad de Málaga, ha señalado cuatro modelos generales de diarios electrónicos: modelo “facsimilar”, modelo “adaptado”, modelo digital y modelo multimedia. Estos cuatro modelos resumirían la evolución que han experimentado los diarios electrónicos desde sus orígenes hasta la actualidad. A continuación, se presenta una tabla que resume las características de cada uno de estos modelos:

Modelo	Diseño	Contenidos	Interactividad
Modelo “facsimilar”	Poco elaborado.	Escaneo de los contenidos de la versión impresa y publicación en PDF.	No existe.
Modelo “adaptado”	Diferente a la versión impresa. Simplicidad.	Uso de hipertextos y enlaces. Predominio del contenido textual.	Muy limitada (Se reduce a la posibilidad de escoger entre diferentes itinerarios de lectura).
Modelo digital	Diseño <i>ad hoc</i> para la versión digital. Carácter visual.	Servicios y contenidos diferentes a los de la versión impresa.	Diferentes posibilidades de interactuar.
Modelo multimedia		Contenidos multimedia. Posibilidad de acceso a un mismo contenido en diferentes formatos (sonido, imagen fija o en movimiento, texto). Contenidos “a la carta”: el usuario puede seleccionar según su intereses y/o inquietudes.	Gran uso de componentes interactivos.

(Cabrera: 2001)

La clasificación realizada por M^a Ángeles Cabrera permite observar con gran claridad la evolución de las versiones on-line de diarios que ya disponían previamente de una edición impresa. No obstante, cabe señalar que existen

periódicos electrónicos que han sido concebidos desde sus orígenes para ser publicados en la Red y que, por tanto, carecen de una versión impresa que les sirva como referencia (positiva o negativa) y que les nutra de contenidos. Por otro lado, al referirse al modelo digital, la investigadora indica, como si de un gran logro se tratara, que éste puede ser concebido como un “complemento” de la versión impresa. Sin embargo, y sin eliminar la complementariedad como un aspecto que puede enriquecer el periódico electrónico, el verdadero objetivo debería de ser que los diarios electrónicos pudieran actuar (y, por ende, ser concebidos por los usuarios) como medios autónomos (y no complementarios) dotados de una idiosincrasia propia que les otorgará credibilidad y les presentará como medios útiles y válidos desde el punto de vista informativo.

Los *mailnews*: un ejemplo de nuevo servicio ciberperiodístico

Las posibilidades informativas citadas anteriormente presentan características propias del medio on-line y, por tanto, atribuibles al mensaje periodístico digital. Junto a ellas, y concretamente, gracias a su combinación, el periodismo electrónico ha creado nuevos servicios informativos. Entre ellos se encuentran los llamados *mailnews*. Se trata del envío al buzón electrónico del usuario de un avance mediante titulares de las noticias que el periódico electrónico presenta en sus diferentes secciones. En ocasiones, junto a los titulares se incluye un breve avance de los contenidos presentados.

“Uno de los primeros servicios informativos que se ha implantado en gran parte de los diarios electrónicos en España es el denominado *Mailnews* o envío de titulares por correo electrónico. Hasta el momento, la mayor parte de los contenidos del servicio de titulares por *e-mail* está constituida por los titulares del periódico pero, por las características del correo electrónico (capacidad y velocidad de transmisión, individualización del envío y posibilidad de elección de contenidos por parte del usuario) se puede decir que es, potencialmente, un importante vehículo de comunicación entre el lector y el

medio y, por tanto, sus contenidos pueden incrementarse y diversificarse en el futuro”¹⁴⁰.

A finales de los noventa, *La Vanguardia Digital* fue el primer periódico español que puso al servicio de sus lectores un avance de titulares a través del correo electrónico. El servicio, que apareció con la denominación de *mailnews*, presentaba en sus inicios un simple listado de titulares que, incluso, carecían de links a la página web principal del diario (www.lavanguardia.es). Alrededor del año 2000, se mejoró el servicio incorporando una presentación en lenguaje HTML. De este modo, cada titular se acompaña de un link a la web principal y, al mismo tiempo, se incluyó un breve texto que resumía la noticia.

“En estos servicios a través del correo electrónico o de las primeras generaciones de los teléfonos móviles que lo permiten, los titulares son los principales y habitualmente los únicos elementos informativos para el lector. Así, si la portada y los titulares de prensa se han considerado tradicionalmente los primeros accesos a la información de los medios impresos —a la totalidad de su contenido, en el primer caso, y de cada información, en el segundo—, los elementos de titulación siguen siendo nucleares en los nuevos servicios de información”¹⁴¹.

Los *mailnews* constituyen un producto novedoso y de gran interés informativo, ya que ofrecen a los lectores, de forma totalmente gratuita, la posibilidad de acceder a un resumen en titulares de los principales acontecimientos noticiosos del día. La consulta de la información se puede realizar off-line, desvinculando el correo electrónico del acceso a la web. Además, los *mailnews* ofrecen al usuario la posibilidad de personalizar los contenidos que recibirá (por temática —deportes, cultura, sociedad, etc.—, por formato —texto, html, etc.—, por

¹⁴⁰ POU AMERIGO, María José. “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 146.

¹⁴¹ *Ibidem*. P. 147.

periodicidad —diario, semanal, etc.—, entre otras opciones). Se establece, de este modo, un proceso de doble lectura: por un lado, la lectura off-line de los titulares, y por otro, la lectura on-line, detallada y en profundidad, de las noticias en la web. Este sistema ahorra coste de conexión y tiempo, ya que anticipa al usuario los contenidos que encontrará en el sitio web. Los *mailnews* actúan también como una especie de filtro entre los usuarios y la gran abundancia de contenidos que existen en la Red. El lector selecciona, al suscribirse al servicio, los contenidos sobre los que desea ser informado y construye su propia “agenda temática”. Se trata de un servicio de carácter interactivo que posibilita el “intercambio” entre el usuario y el servicio informativo. Al mismo tiempo, los *mailnews* presentan un componente de reactividad. El funcionamiento de creación y transmisión de los titulares se encuentra totalmente automatizado desde el momento en que el usuario se suscribe (Pou Américo: 2001).

El servicio se ha extendido hasta los teléfonos móviles que ya reciben titulares de las principales noticias. El desarrollo técnico de las nuevas generaciones de terminales (como las WAP, GPRS y UMTS) puede ampliar la tipología y las características de estas nuevas modalidades informativas.

“[...] el uso de las nuevas generaciones de teléfonos, a través de los cuales se puede conectar Internet y visitar directamente la *web* de información, puede frenar el desarrollo del envío de titulares o convertirlo solo en ‘alertas’. No obstante, se trata de dos modos de información distintos: en el primer caso —el acceso a la web— requiere que el visitante tome la iniciativa; en el segundo —la recepción de titulares— se trata de un servicio reactivo desde el momento que aquél ha realizado la suscripción”¹⁴².

¹⁴² *Ibidem*. P. 148.

Aunque los *mailnews* son un servicio reciente, ya se han establecido unas rutinas de producción que permiten diferenciar tres etapas básicas: la producción, la transmisión (incluye la suscripción) y la recepción. Las tareas correspondientes a cada una de ellas se sintetizan en la siguiente tabla:

Fase	Características
Producción	Selección de los titulares más destacados de la jornada y elaboración de un listado. Esta información será la que se enviará los usuarios suscritos. Generalmente, los diarios envían la misma relación de titulares que encabezan la versión impresa como de la digital. Debido a ello, algunos titulares no acaban de funcionar ya que no son adecuados para ambos formatos. Este aspecto abre un campo de reflexión en aras de determinar cuáles son los parámetros propios de una redacción destinada de manera exclusiva al soporte digital.
Transmisión	Esta fase exige una participación activa del medio y del usuario. Por un lado, el medio ha debido elaborar un formulario en el que se presentan la opciones de selección que permitirán al usuario definir las características (tanto en forma como en contenido) de su <i>mailnews</i> . Por otro lado, el usuario debe rellenar el formulario indicando sus preferencias temáticas y otros aspectos e indicando, entre otros datos, la dirección de correo electrónico en la que desea recibir el <i>mailnews</i> . A partir de estos datos, el sistema elabora una lista de distribución de correo que de forma automática confirma las suscripciones, incluye al usuario en la base de datos de suscritos y realiza el envío de los titulares según la periodicidad establecida. Generalmente, los medios suelen enviar este servicio por la mañana, permitiendo al lector disponer de la información desde primera hora de la jornada.
Recepción	El usuario recibe el <i>mailnews</i> en su buzón de correo electrónico. En este sentido, se pueden indicar diferentes diferencias en el proceso de recepción: el envío de un mensaje de bienvenida, la personalización del mensaje, el contenido del <i>subject</i> del mail que aparece visible en la bandeja de entrada del buzón electrónico, la inclusión o no de la hora y fecha de recepción, la existencia o no de publicidad, la posibilidad de conectar con el webmaster, la presentación de la información (uso del color, distribución en la página, etc.).

(Pou Américo: 2001)

A pesar de la novedad informativa que introduce el *mailnews*, así como el esfuerzo que significa en el proceso de intentar extraer el mayor provecho de las características de Internet, este servicio ha sido objeto de algunas críticas. Básicamente, se ha reprochado que, en muchos casos, el envío de los mensajes (bien a móviles, bien a cuentas de correo electrónico) se realizara una vez al día siguiendo una periodicidad propia del medio impreso. La instantaneidad que introduce la Red y, por ende, la posibilidad de reaccionar de manera inmediata a las novedades informativas exigen que este servicio de

“envío de titulares” reaccione al mismo ritmo, informando de manera más continua y no únicamente una vez al día¹⁴³.

La docente e investigadora María José Pou Amérigo introduce en su artículo “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil” una interesante reflexión. El uso del servicio de envío de titulares puede encontrar en el mundo de la telefonía móvil un escenario idóneo para ofrecer un producto útil para los usuarios. La proliferación y continua mejora de los teléfonos de última generación contribuye sin duda a crear un contexto más propicio a la implantación de este tipo de servicios. De alguna manera, se podría decir que la reflexión de esta investigadora nos llevaría incluso a plantearnos la consolidación de los teléfonos móviles como verdaderos medios de comunicación dotados de todas las prestaciones necesarias para mantener informados a los usuarios.

“En este caso, [con relación a los teléfonos móviles] no bastará con informar, a primera hora, de lo ocurrido ayer. Muy al contrario, el usuario, ante todo, querrá saber lo que está ocurriendo en ese mismo instante en cualquier lugar del mundo y sin necesidad de conectar a ningún ordenador o esperar a los boletines horarios de cualquier emisora de radio. Por ello, el sistema de ‘alertas’ está por explotar y de ahí la importancia de cuidar su utilización”¹⁴⁴.

¹⁴³ “La opción de ‘Alertas’ tampoco ha sido suficientemente explotada y puede ser esencial para los servicios por telefonía. De hecho, hasta el momento, sólo se ha desarrollado el resumen diario de los titulares, es decir, la primera fase de los periódicos digitales que apenas se dedicaban a ‘volcar’ sus contenidos en la web. Del mismo modo, los titulares por correo electrónico se limitan a mandar lo que pudiéramos llamar el índice del diario con la periodicidad —todavía— propia del diario impreso. En cambio, la verdadera revolución en ese caso de los periódicos en línea es la continua actualización que convierte en escaso y limitado el servicio de titulares una vez al día”. (Pou: 2001).

¹⁴⁴ POU AMERIGO, María José. “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 153.

Reto 06. Ciberperiodismo y mercado:

Cómo establecer las bases de un modelo de negocio rentable

La mayoría de medios digitales ofrece los contenidos de sus ediciones digitales de forma totalmente gratuita. De esta forma, los usuarios pueden acceder libremente a los contenidos del sitio. Sin embargo, algunos medios electrónicos han optado por ofrecer sus servicios previo pago o previa suscripción. Con relación a ello, muchos autores consideran que la ausencia de un modelo de negocio ha sido una de los problemas del ciberperiodismo. Las empresas responsables de los cibermedios se han esforzado por tener presencia en Internet, pero no han llevado a cabo un trabajo de reflexión sobre qué productos son exclusivos de la Red. Tampoco se ha producido una inversión económica dirigida a constituir redacciones digitales, nuevos servicios, etc. La inversión se ha realizado básicamente en infraestructuras técnicas. En este sentido, los contenidos publicados en los medios electrónicos procedían —en la mayoría de casos— de la digitalización de los contenidos de las ediciones impresas. Este aspecto ha impedido que los diarios digitales se hayan dotado de una identidad propia (ya que únicamente se limitaban a reproducir los contenidos creados para el soporte papel) y, al mismo tiempo, ha dificultado la generación de un hábito en los usuarios (que no consideraban lógico pagar por un producto que ofrecía lo mismo que el periódico en la edición impresa)¹⁴⁵.

En este sentido, los expertos consideran que deben crearse empresas dedicadas exclusivamente al periodismo electrónico. En la mayoría de casos, los autores coinciden en señalar la ausencia de una “contenidos” diferentes y de calidad que justifiquen el pago por su consumo. Las inversiones se centran en el

¹⁴⁵ “(...) las empresas productoras de periódicos intentan a toda costa mantener su mercado. Su negocio es, de momento, el papel, pero por si acaso no quieren perder de vista el mercado posiblemente al alza que es Internet. El producto no cuesta demasiado, siempre que se base en lo que ya se hace para la versión impresa. Prácticamente todas las informaciones que pueden leerse en nuestro periódico electrónico vienen, tal cual, del periódico impreso, con lo cual el coste de producción de informaciones es prácticamente cero para el periódico electrónico. En todo caso, las inversiones se harán en técnica y técnicos de la informática o, vaya usted a saber por qué, de las telecomunicaciones, no de la información”. (Díaz Noci: 2001).

desarrollo de herramientas técnicas tendentes a perfeccionar la arquitectura interna de los servicios, esto es, su rapidez de funcionamiento, su capacidad de almacenaje, etc. No obstante, en el marco actual del ciberperiodismo, la apuesta para conseguir un modelo rentable ha de dirigirse a la mejora de los contenidos.

“(…) la autonomía respecto a las versiones impresas va a ser la tónica dominante en el futuro, si no lo es la constitución de empresas directamente dirigidas a la producción electrónica, sin dependencia previa con las empresas de noticias impresas. Aunque de momento ese paso se ha dado muy tímidamente y los grandes grupos no lo han hecho en nuestro país”¹⁴⁶.

Las máximas “Hay que estar en Internet” o “Quién no se está en la Red, no existe” vienen a transparentar la importancia de la red de redes en la estructura comunicativa actual. Sin embargo, es necesario fomentar la reflexión de “para qué” se debe aparecer en la Red (con qué contenidos, con qué servicios) y “cómo” hacerlo (de manera gratuita, previo pago, etc.). El establecimiento de un modelo de negocio rentable constituye, sin duda, uno de los grandes retos del ciberperiodismo. La consecución de una rentabilidad económica puede ser el factor que permita alcanzar otros hitos tan ansiados como son la mejora de los contenidos, la inversión en formación, la innovación en los servicios ofrecidos, etc.

¹⁴⁶ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 86.

Reto 07. Periodista digital:

Necesidad de definir el perfil del profesional del ciberperiodismo

Los cambios que, desde un punto de vista global, introduce el ciberperiodismo (en el tipo de mensajes, su proceso de producción, los instrumentos utilizados para elaborarlos, etc.) exigen que los profesionales de la información posean una serie de habilidades y competencias que no se exigen al periodista de los medios analógicos. La demanda o necesidad formativa que introduce el ciberperiodismo es, en cierto modo, uno de los aspectos que justifica la necesidad de una investigación que determine, por un lado, las competencias que ha de presentar el comunicador o periodista digital, y que “diseñe”, por otro, un marco curricular que garantice la consecución de estas demandas formativas. A lo largo de los sucesivos capítulos de la presente Tesis doctoral se estudian estos dos interrogantes. Ambos aspectos vienen a poner de manifiesto las transformaciones que introduce el ciberperiodismo en el quehacer diario de los periodistas que se desempeñan en este ámbito.

“Con la entrada de la redacción digital el periodista no sólo redacta la información, es responsable total de la noticia que produce, también selecciona las imágenes y edita el vídeo que se emitirá en el informativo”¹⁴⁷.

Según Antonio Moreno, los proyectos on-line exigen “el desarrollo de sistemas de trabajo conjunto de especialistas procedentes de diferentes áreas tales como formación, comunicación, diseño y publicidad, ventas e informática”¹⁴⁸. En este sentido, el ‘periodista digital’ deberá conocer las claves de la redacción periodística, es decir, cuáles son los fundamentos teóricos propios de los

¹⁴⁷ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 18.

¹⁴⁸ MORENO MUÑOZ, Antonio. *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós: Barcelona, 2000.

diferentes géneros y, además, otros aspectos correspondientes a los valores de noticiabilidad, el tratamiento de las fuentes de información, etc. Además, deberá poseer conocimientos de las posibilidades del medio on-line para lograr que sus textos se adapten a las características de Internet y resulten correctos, claros, precisos y sencillos para el usuario. Como señala, Jacob Nielsen, experto en usabilidad, “el hecho más importante relacionado con el tiempo de respuesta es que el usuario vea una pantalla de información útil”¹⁴⁹. Por ello, el periodista electrónico deberá dominar aspectos como la estructura y sintaxis básica de los contenidos *on-line* (narrativa hipertextual), el manejo de fuentes en la Red, el orden lógico de las palabras, los diferentes tipos de párrafo, así como otros recursos narrativos y descriptivos.

“No existen redacciones dedicadas a buscar noticias que servir luego en Internet. Ni puede afirmarse, salvo desde dentro o desde los aledaños de esas propias empresas que pretenden conservar su parte del pastel, que el futuro del producto informativo en Internet pase por que una misma plantilla satisfaga las necesidades de producción de radios, televisiones, periódicos impresos y productos en línea. Los grupos multimedia han puesto en marcha hace tiempo estructuras empresariales y profesionales propias para radios, cadenas de televisión, periódicos y revista, pero no, o muy insuficientemente al menos, para ese producto que ponen en Internet. Todo lo más, y a veces de forma automática o semiautomática, se maquetan las mismas noticias que se han de imprimir para el formato digital”¹⁵⁰.

La anterior reflexión de Javier Díaz Noci pone de relieve la carencia de equipos profesionales dedicados de manera exclusiva a la generación de contenidos

¹⁴⁹ NIELSEN, Jakob. *Usabilidad. Diseños de sitios web*. Prentice Hall: Madrid, 2000.

¹⁵⁰ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 83-84.

para los medios on-line. Si bien es posible señalar en la actualidad iniciativas que han superado este aspecto, todavía no se puede afirmar que, de forma generalizada, se hayan modificado las estructuras profesionales y empresariales de los medios que poseen ediciones en papel y ediciones digitales, por ejemplo. En muchos casos, la formación profesional de los periodistas que se ocupan de las ediciones on-line suele ser la misma que la que presentan aquellos que trabajan para las ediciones en papel. Sin embargo, la Red exige de nuevas competencias y habilidades. Respecto al diseño, por ejemplo, para los periodistas digitales será útil conocer el valor expresivo del color, la importancia de los blancos, las características de las diferentes familias tipográficas, etc. Con relación a estos temas, el estudio de la historia del diseño gráfico constituye una fuente documental de gran importancia, ya que permite conocer la evolución de la composición gráfica en los diferentes periódicos y revistas a lo largo de la historia, el tratamiento que se ha dado al color, el uso de los blancos, etc. Por otro lado, el periodista electrónico deberá saber manejar, junto a los habituales procesadores de textos, diversos programas de compaginación o diseño gráfico. Por último, los conocimientos de publicidad y marketing son también necesarios. Los productos de las empresas informativas on-line serán interpretados por el usuario como un ejemplo de su imagen corporativa, de su estilo y línea de trabajo, etc. No obstante, Antonio Moreno se muestra escéptico ante la posibilidad de que un solo profesional pueda asumir este conocimiento multidisciplinar.

“Requiere [con relación al proceso de creación de un producto informativo on-line] no sólo el trabajo de los ingenieros, sino la colaboración de expertos en la estructuración de los contenidos y en la evaluación, así como de expertos o creativos del campo del diseño o la publicidad familiarizados con el medio informático. Rara vez estas habilidades coinciden en la misma persona”¹⁵¹.

¹⁵¹ MORENO MUÑOZ, Antonio. *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós: Barcelona, 2000.

Sin embargo, las exigencias que introduce el periodismo electrónico en el perfil del profesional de la información no se limitan a una simple asimilación de destrezas o habilidades en el manejo de herramientas técnicas. Más allá de estas nuevas competencias, se plantea la posibilidad de que el usuario deba ejercer funciones que hasta el momento no le habían sido encomendadas.

Actualmente, muchas empresas de comunicación disponen de una red de colaboradores que reciben sus encargos a través del teléfono o el correo electrónico, y que envían sus textos por mail. De este modo, no necesitan desplazarse hasta las redacciones. Sin embargo, el trabajo de discusión, análisis y toma de decisiones en torno a cuestiones de contenido o diseño del producto sigue exigiendo la presencia de los profesionales implicados en tales temas. Además, los periodistas que trabajaran desde casa para un diario electrónico deberían disponer de un acceso rápido y eficaz a los amplios fondos documentales (de imágenes, textos, animaciones y materiales sonoros) de los medios digitales. Sólo así podrían, entre otras tareas, cerrar la estructura de hiperenlaces de sus mensajes periodísticos¹⁵².

Sin embargo, muchos autores sí coinciden en la necesidad de crear redacciones específicas destinadas a la elaboración de los productos digitales. En definitiva, se trataría de equipos profesionales dotados de los medios necesarios para realizar las tareas propias de un diario electrónico. Estos “espacios” de trabajo deberían definirse teniendo presentes un modelo de organización y gestión adaptado a las características de Internet.

“La principal tendencia de futuro, a corto o medio plazo (los plazos, recordémoslo, son más cortos en el

¹⁵² “[...] el empleo de un mismo sistema de signos facilitaría en estos momentos el desarrollo de las *newsrooms* o redacciones multimedia con criterios de gestión empresarial. En estas redacciones multimedia el producto informativo ha de comercializarse en varios soportes, uno de ellos o-line, con las consiguientes transformaciones en la rutinas de producción informativas para los periodistas. Así lo expresaba Francisco Jiménez Alemán, en *ABC*, en julio de 2000: *Internet necesita otro lenguaje y hasta una caligrafía distinta, pero no deben ser redacciones diferentes las que escriban y preparen las informaciones que saltarán al territorio on-line*. Ser una misma redacción se facilitará si el sistema que domina es el que se ha utilizado tradicionalmente, lo que no significa que el dominio de la palabra no requiera una adaptación al nuevo entorno”. (Pinto Lobo: 2001).

ciberespacio que en el mundo físico), está clara: los medios se irán emancipando de sus hermanos tradicionales y, por lo tanto, se irán constituyendo redacciones *ad hoc*. O viceversa”¹⁵³.

En conclusión, podemos señalar que el periodismo electrónico exige un nuevo perfil de periodista. Por un lado, el profesional que se dedique a la ciberperiodismo deberá adquirir nuevos conocimientos técnicos y presentar una capacidad abierta a un reciclaje continuo y, por otro, deberá asumir roles diferentes que aparecen con el medio on-line. Las universidades y centros universitarios que imparten estudios de comunicación deberán garantizar que los futuros profesionales de la Comunicación adquieren las habilidades y conocimientos necesarios para poder comprender y desempeñarse en el medio on-line con éxito. Con relación a ello, cabe señalar que en el ámbito del periodismo electrónico español todavía no se ha precisado cuál es exactamente el perfil profesional que debe presentar el periodista digital. Nos hallamos en una etapa en la que resulta todavía muy complicado —debido al incipiente desarrollo de los medios on-line— detallar cuáles serán exactamente las funciones que asumirá el periodista electrónico y, con relación a ellas, cuáles serán los conocimientos y habilidades necesarias. Este aspecto constituye una de las principales líneas de reflexión de la presente Tesis doctoral. En este sentido, a lo largo de los posteriores apartados de la investigación se retomará el tema relativo a la formación del profesional del ciberperiodismo, añadiendo, junto a los aportes derivados del estudio bibliográfico, las observaciones, consejos y comentarios extraídos de los cuestionarios enviados a investigadores y docentes, así como de las entrevistas en profundidad mantenidas con profesionales del ciberperiodismo español.

¹⁵³ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 96.

Reto 08. La figura del lecto-autor:

Definir estrategias para un nuevo tipo de usuario

En el periodismo electrónico, el lector deja de ser un sujeto pasivo para convertirse en un usuario de la información capacitado para participar activamente en el proceso comunicativo. De este modo, se introduce la figura del “lecto-autor”, que alude al nuevo perfil de lector dotado de un mayor protagonismo que los lectores de los productos impresos.

“Internet se convierte en el vehículo apropiado para la generación de intercambios que fortificarían la relación entre el sitio y su visitante. Este punto conlleva al compromiso con el emisor periodístico de una manera diferente a la tradicional, hecho que ya acontece en el ciberespacio. Para el lector de noticias el cambio de vehículo es producto de una tecnología que puede utilizar, lo que le permite manipular los contenidos para empezar a generar sus propias noticias a partir de los materiales publicados *off-line* y *on-line*”¹⁵⁴.

La mayoría de medios digitales ofrecen a los usuarios la posibilidad de seleccionar los temas sobre los que desean ser informados, de decidir el formato de recepción, de participar en foros de discusión, de enviar sus propios textos, de realizar comentarios a periodistas u otros miembros del medio electrónico, etc. Esta serie de posibilidades, que no existían con los diarios tradicionales, exigen de un replanteamiento en el modo de dirigirse a los receptores. Al mismo tiempo, con el objetivo de explotar todas las posibilidades del medio on-line, es necesario tener muy presente el nuevo perfil del receptor en la concepción de los productos informativos.

¹⁵⁴ ZALCBERG, Ana. *El ciberperiodismo. Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 172. P. 176.

Reto 09. El ciberperiodismo en la universidad:

Cómo introducir la enseñanza del ciberperiodismo en la Universidad

El periodismo electrónico exige a los profesionales de la información nuevas competencias que van desde la asimilación de destrezas en el manejo de herramientas de software hasta la adquisición de una serie de contenidos de índole teórico-práctica sobre los fundamentos y pautas de redacción de los mensajes periodísticos destinados a ser difundidos en este medio. En este sentido, las facultades y centros de estudios universitarios que se encargan de la formación de los futuros periodistas deben ir incorporando en sus planes de estudio nuevas materias que garanticen que los futuros licenciados poseen las competencias propias del nuevo perfil de profesional periodístico.

Tal y como señala Javier Díaz Noci en su artículo de 2001, titulado “¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?”¹⁵⁵, la investigación sobre el periodismo electrónico se encontraba todavía en una fase incipiente de su desarrollo. Según este experto, la elaboración de materiales de estudio en torno al periodismo electrónico resultaría de gran ayuda para los futuros periodistas en diferentes disciplinas. Con relación a ello, en el ámbito de las monografías y otros tipos de materiales de estudios sobre ciberperiodismo ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Sin embargo, la variedad temática de estos materiales sigue siendo pobre. En este sentido, cabe señalar que la formación de los estudiantes en ciberperiodismo debería abarcar diferentes ámbitos. Entre ellos, se encuentran los siguientes: teoría del hipertexto, pautas básicas para la correcta concepción y diseño de superficies hipermedia informativas, nociones básicas de usabilidad y diseño web, introducción al manejo de las principales herramientas de software que se utilizan en el campo del periodismo electrónico, directrices que rigen una correcta redacción periodística on-line, narrativa multimedia, gestión del conocimiento, etc. En definitiva, los planes de estudios

¹⁵⁵ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 90.

de los centros que se dedican a formar a los futuros periodistas deber ser objeto de una somera revisión que garantice su actualización y que permita dotar a los futuros profesionales —muchos de los cuales podrán encontrar ofertas de trabajos en empresas de Internet— de las competencias que exige el ciberperiodismo.

Para conseguir la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio universitarios, se plantea la necesidad de alcanzar un hito crucial que debe ser resuelto en el ámbito académico: diseñar un currículo académico adaptado a las exigencias del ciberperiodismo. Esta tarea requiere de un estrecho diálogo entre las empresas periodísticas y medios de comunicación que ofrecen productos en el medio on-line y los investigadores y teóricos que han desarrollado sus investigaciones en el marco de este campo de estudio. De este modo, los programas académicos podrán diseñarse teniendo en consideración las exigencias que el nuevo panorama mediático solicita a los profesionales de la información.

Si bien existen herramientas de análisis y recogida de datos que permiten desarrollar estudios e investigaciones sobre cuestiones como el modo de recepción de los mensajes, el impacto de los mismos, etc.; el esfuerzo debería ir dirigido también a la creación de instrumentos que permitieran desarrollar las pautas para un profundo análisis de los contenidos de los productos informativos on-line¹⁵⁶.

En conclusión, el reto número 9 viene a manifestar la necesidad de una revisión de los planes de estudio que actualmente ofertan las licenciaturas de Periodismo

¹⁵⁶ “La creciente importancia de la red ha contribuido a que los diarios quieran estar presentes en el medio, ya que les permite intercambios diferentes con sus receptores a los obtenidos hasta el momento de las formas tradicionales. Los tiempos de respuesta se acortan. Se puede evaluar rápidamente desde las páginas visitadas y los tiempos de exposición de los navegantes a la noticia hasta el impacto que la misma produce. No hay límites precisos más que los dados por la creatividad, y estos límites son de tecnología y están en expansión permanente”. (Zalcborg: 2001).

en aras de garantizar que los futuros periodistas reciben una sólida formación en ciberperiodismo. En este sentido, cabe señalar que las futuras generaciones están más familiarizadas con la red y con las estructuras narrativas propias de la misma, especialmente, las de carácter hipertextual¹⁵⁷. Por ello, resulta fundamental determinar cuáles son las competencias que éstos han de adquirir (información que únicamente se puede derivar de un estrecho diálogo entre profesores, investigadores y periodistas en activo del ámbito on-line) y diseñar un marco curricular que introduzca estas necesidades formativas a lo largo de los varios años de formación universitaria que reciben los profesionales de la comunicación antes de introducirse en un mercado laboral en el que las nuevas tecnologías de la comunicación están adquiriendo un protagonismo cada vez mayor. El reto es complicado en la medida en que el ciberperiodismo es una disciplina joven y sumida en una continua transformación¹⁵⁸.

¹⁵⁷ “El ámbito de las tecnologías, que constituyen una realidad, debe facilitar las cosas y deben contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. En esta dirección habrá que orientar el cambio en marcha, porque, con una simple mirada al escenario, observamos que los jóvenes nacen y viven con y en la red. Este es el motivo por el que los medios quieren aprovechar las herramientas actuales para comunicar mejor e incrementar el volumen de negocio. La tendencia resulta evidente y la formación de los periodistas precisa una clara incorporación de la nueva realidad a sus programas de estudio, tanto a los contenidos teóricos como a los prácticos. La creación de itinerarios especializados en el marco de la titulación permitirá la definición de cada perfil concreto” (López, Xosé: 2003).

¹⁵⁸ Como señala la periodista y profesora de la Facultad Educacional del Sudeste de Paraná (FADEP) y de la Universidad Paranaense (UNIPAR): “Una de las grandes dificultades de los profesores de comunicación es enseñar a los alumnos a hacer webperiodismo, una ciencia joven, aún sin sus definiciones. Es difícil enseñar lo que aún no tiene formas y estructura definida. Lo que se puede hacer es acompañar el desarrollo de la ciencia, y buscar hacer un periodismo ético, denso, sencillo y completo. [...] Asimismo, antes de las definiciones totales de esa ciencia, es posible hacer webperiodismo de calidad, sin abandonar la investigación” (López, Cristina: 2002).

Reto 10. Aspectos jurídicos:

Importancia de solucionar los interrogantes legales que introduce el ciberperiodismo

El tema relativo a los aspectos jurídicos es suma importancia en el terreno del ciberperiodismo. Básicamente, se trata de intentar resolver los interrogantes que introducen las nuevas rutinas de producción, especialmente con relación a los derechos de autor, por un lado, y a la intimidad y responsabilidad penal, por otro.

“A la hora de plantearnos cuál es el estado de la cuestión en España, lo primero que tenemos que hacer es identificar cuáles son las leyes que podrían aplicarse al periodismo electrónico. A nuestro entender, son dos grupos de normas jurídicas: aquellas referentes a la propiedad intelectual, y aquellas otras que se refieren al fenómeno informático”¹⁵⁹.

Las amplias posibilidades comunicativas que introduce la red, como los mensajes multimedia, inauguran nuevos debates que en la mayoría de casos han de encontrar solución en el terreno jurídico. Por ejemplo, muchos autores plantean como manejar el concepto de autoría en el caso de obras que han contado con la participación de diferentes profesionales: diseñadores, documentalistas, periodistas, etc. En su libro *El periodismo electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Emy Armañanzas, de 1996, Javier Díaz Noci y Koldo Meso, ya plantean el tema de los derechos de autor de una obra electrónica. En la medida en que es posible copiar con total exactitud una obra on-line, los autores lanzan la siguiente cuestión: “Transformada la obra original, cuyos derechos de propiedad intelectual corresponden a su autor original, ¿quién tiene los derechos de la obra transformado?” (Armañanzas: 1996: 164).

¹⁵⁹ ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Editorial Ariel, 1996. P. 164- 165.

“Asimismo, hay que preguntarse si la actual legislación sobre la propiedad intelectual, en algunos casos promulgada mucho antes de que la tecnología informática se difundiese, es capaz de satisfacer las demandas jurídicas que plantea la actual sociedad. Y, entre otras cosas, debemos, por último, tener en consideración cuál es la legislación que ha de aplicarse en un campo como el del periodismo electrónico, cuya difusión traspasa las fronteras de un único estado para situarse en Internet, una red, no hace falta recordarlo, que se extiende por todo el mundo, o en otras redes”¹⁶⁰.

Estos autores aluden al Código Penal, publicado en el *Boletín Oficial del Estado* el 24 de noviembre de 1995, donde se recogen toda una serie de tipos penales que son susceptibles de ser cometidos a través de las redes telemáticas. Básicamente, los delitos mencionados en tal documento se pueden resumir en los siguientes puntos: a) delito contra la intimidad de las comunicaciones personales (correo electrónico), que queda asimilado a la violación de la correspondencia; b) delitos referidos al apoderamiento, modificación, uso, revelación y difusión de datos de carácter personal que se hallen en bases de datos o ficheros electrónicos, sin permiso de su titular; c) delito de estafa electrónica o manipulación mediante herramientas informáticas con ánimo de lucro; d) delito de daños que se extiende a datos, ficheros y documentos electrónicos que se hallen en cualquier soporte o red informática; e) delitos contra la propiedad intelectual; f) delito por tenencia y/o fabricación de programas informáticos destinados a la comisión de delitos (Armañanzas: 1996: 174-175).

¹⁶⁰ *Ibidem*. P. 164.

En definitiva, la resolución de los problemas legales que introduce la Red, y concretamente, aquellos vinculados con el ciberperiodismo, constituyen, por su alcance y amplitud, el objeto de estudio de una investigación dedicada exclusivamente a este tipo de cuestiones. En el caso del presente estudio, se ha considerado oportuno citar este reto (junto a los nueve anteriores) en aras de retratar de forma más exacta el panorama de cambios, problemas y exigencias que introduce el ciberperiodismo.

El ciberperiodista:

El perfil del profesional
del periodismo on-line

El periodista digital: Perfil del profesional del ciberperiodista

Introducción

La transformación tecnológica tiene sus consecuencias en el terreno profesional: si cambian las herramientas utilizadas en el desarrollo de una determinada actividad profesional, también cambian las competencias que deben presentar los profesionales de ese ámbito laboral. Todo cambio tecnológico ha provocado desde siempre transformaciones en la estructura de los sectores profesionales en los que se ha aplicado y ha llevado a muchos profesionales a cambiar de oficio. En el caso de las tecnologías de la información, asistimos a un cambio técnico acelerado que exige, entre otros aspectos, que los profesionales de la información posean la flexibilidad necesaria para adaptarse a las exigencias de un 'reciclaje' continuo en su formación.

“Con la entrada de la redacción digital, el periodista no sólo redacta la información, es responsable total de la noticia que produce, también selecciona las imágenes y edita el vídeo que se emitirá en el informativo”¹⁶¹.

La reflexión en torno a las competencias que ha de poseer el profesional del ciberperiodismo ha desembocado en muchos casos en una conclusión errónea: el ciberperiodista ha de ser un experto en el uso de las nuevas herramientas técnicas. En esta línea, la tecnología se ha convertido en el elemento central del discurso, obviando otros aspectos de igual o mayor importancia en el proceso comunicativo, como la necesidad de transmitir unos mensajes de interés y adecuados al medio on-line.

“En un periodo de profunda transformación profesional, los periodistas se muestran desorientados y recelosos ante una nueva disciplina

¹⁶¹ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 18.

cuyas claves y características ignoran. Esta desorientación y recelo les ha llevado a adoptar con frecuencia planteamientos tecnófobos, caracterizados por renegar de toda invención y por la tendencia a perpetuar de manera acrítica las rutinas de antaño”¹⁶².

El ciberperiodista se ha equiparado con un informático, diseñador web u otro tipo de técnico¹⁶³. Si bien, como se señalará en los siguientes capítulos, es altamente útil que posea algunos conocimientos de estos campos, no debe sustituir en ningún caso a estos profesionales y, por ende, no ha de asumir unos conocimientos equivalentes a los que éstos han adquirido a lo largo de diversos años de estudios.

“En estos procesos, la tecnología es básica, pero el periodista no es informático ni técnico en telecomunicaciones. Los ordenadores son herramientas para realizar nuestro trabajo, no la esencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir ‘soporte’ con ‘medio’”¹⁶⁴.

El ciberperiodista: Reflexiones del 1996 al 2005

A continuación, se presenta un recorrido por las definiciones que diferentes autores, especializados en el estudio del ciberperiodismo, han realizado del “periodista digital” o “ciberperiodista”, desde 1996 al 2005.

¹⁶² DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003. P. 18.

¹⁶³ La metamorfosis experimentada por el periodista en la última década nos permite afirmar que asistimos a la aparición de un nuevo profesional del Periodismo. En este sentido, son muchos los autores que establecen denominaciones diferentes para designar a estos nuevos profesionales. Ignacio Ramonet habla de “instantaneistas” o “inmediatistas”; David A. Patten lo denomina “tecnoperiodista” o “teleperiodista”; Fernández Hermana lo define como “cartógrafo” y Mc Cullagh, “periodista cybords”. Ello no significa, sin embargo, que la mayoría de las cualidades que definen a un buen periodista desaparezcan, “sólo se han visto ampliadas ante la irrupción de importantes y sofisticados avances tecnológicos” (Palomo, 2004, 56).

¹⁶⁴ CANGA, Jesús. “Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 35.

En el **1996, Emy Armañanzas, Javier Díaz Noci y Koldo Meso** presentaban, en su libro *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, una primera definición del periodista digital. Estos autores apuntaban ya la necesidad de que los profesionales del ciberperiodismo estuvieran dotados de conocimientos multimedia y añadían la importancia de que tuvieran habilidades en el manejo de ingentes cantidades de información y en la consulta de bases de datos.

“El nuevo periodista digital va a ser un profesional con conocimientos multimedia (de informática, imagen y sonido, diseño, etc.) que va a tener que evolucionar hacia el acceso a bancos de datos y hacia fuentes informativas de diversa procedencia que van a ir renovándose y ampliándose cada día. Incluyendo el correo electrónico, tanto para ponerse en contacto con los corresponsales y colaboradores del periódico en el extranjero como con el público”¹⁶⁵.

En la misma obra, Mario Tascón, responsable de los productos de Internet de *El Mundo*, señala en una entrevista con los autores un aspecto de crucial importancia para entender el perfil del nuevo profesional del ciberperiodismo: “No me preocupa demasiado que manejen *software*, eso se aprende —indica Tascón—, pero sí que tengan la mentalidad de que están frente a un nuevo medio”¹⁶⁶. Dejando, por tanto, al margen los aspectos relativos al dominio de herramientas técnicas, a principios de los años noventa, época en que el periodismo en Internet daba sus primeros pasos en España, los principales investigadores españoles que trabajaban en el ámbito del ciberperiodismo, coincidían a la hora de afirmar que el periodismo hecho en y para la Red introducía nuevas funciones que, a su vez, demandaban nuevas competencias en los profesionales de la información. Más allá de las tradicionales (y

¹⁶⁵ ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Editorial Ariel, 1996. P. 48.

¹⁶⁶ *Ibidem*. P. 142.

complejas) tareas de captación y difusión de información, el nuevo profesional del periodismo debía responder a otras demandas. Ante la ingente cantidad de información existente en la Red, el ciberperiodista tenía la misión de convertirse en un analista y selector de información. Para ello, el conocimiento y dominio de las estrategias de búsqueda, consulta y verificación de datos de Internet, entre otras tareas, eran dos de los principales retos a asumir desde el punto de vista informativo (Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo: 1996).

En **1997**, un año después de las reflexiones de los anteriores autores, **José Álvarez Marcos**, profesor de la Universidad de Sevilla, señalaba, en su libro *El periodismo que viene*, que el informador del siglo XXI será un especialista en generalidades, por un lado, y un experto en la comunicación de la ciencia, por otro. En este sentido, el autor llega a apuntar que: “[...] el periodista deberá prepararse para trabajar en todos los medios y con todos los medios”¹⁶⁷. Al mismo tiempo, Álvarez Marcos añade que el periodista, debido a la gran cantidad de información que introduce la Red, tiene que ser un profesional que “criba” y no sólo que “transmite”. Tiene que ser un “organizador” y no sólo un “intérprete”¹⁶⁸. A pesar de que la Red introduce una sustancial modificación en las tareas encomendadas al profesional de la información, tal y como señala Álvarez Marcos, la función del periodista seguirá siendo necesaria en la sociedad¹⁶⁹.

En su libro, Álvarez Marcos afirma, aludiendo a un estudio de la Fundación para la Formación Continua, que más del 60% de los profesionales que trabaja actualmente en los medios de comunicación “necesitará reciclarse en los próximos cinco años debido al impacto de las tecnologías de la Información y a la desaparición de labores que hasta ahora se venían realizando, pero que con

¹⁶⁷ ÁLVAREZ MARCOS, José; LÓPEZ HIDALGO, Antonio. *El periodismo que viene*. Sevilla, Ediciones Fundación Cruzcampo, 1997. Col. Serie Comunicación. Vol. 1. P. 39.

¹⁶⁸ *Ibidem*. P. 39.

¹⁶⁹ “¿Significa ello que es posible una sociedad sin periodistas? En modo alguno; siempre serán necesarios profesionales que administren con eficacia y honradez el derecho a la información de los ciudadanos. Los públicos siempre necesitarán intermediarios capaces de investigar la realidad noticiable y de difundirla. Las bases de datos no pueden reemplazar a los periodistas. Ni siquiera la posibilidad de acceso directo de los usuarios a las fuentes y archivos documentales quebrará la necesidad de contar con profesionales eficaces que filtren, seleccionen y den forma a los mensajes”. (ÁLVAREZ MARCOS: 1997, 44).

las nuevas técnicas están ya destinadas a desaparecer. El mismo estudio señala que la multiplicación de la oferta informativa, gracias a las nuevas tecnologías de la información, abrirá, sin embargo, otras opciones de empleo en campos desconocidos siempre que los profesionales se reciclen”¹⁷⁰. Esta reflexión de Álvarez Marcos viene a reflejar la necesidad de una reorientación de los marcos curriculares destinados a la formación de los futuros profesionales de la comunicación dando cabida a las exigencias que introduce el ciberperiodismo. En el prólogo del libro de Álvarez Marcos, *El periodismo que viene*, Juan Luis Manfredi presenta un planteamiento de gran interés en esta reflexión sobre el perfil del periodista digital. Manfredi afirma que el nuevo panorama de medios que inaugura la red de redes exige profesionales de la información cada vez más especializados en la medida en que éstos deberán ser capaces de satisfacer las demandas (en este caso, informativas) de grupos reducidos y con intereses y necesidades de información muy específicas. Se trata, en definitiva de una reflexión que invita también a replantearse el enfoque de los planes curriculares de las carreras de Periodismo.

“El Periodismo del futuro será, con certeza, menos generalista y más especializado. Los periodistas, por consecuente, habrán de saber cada día más de menos, al contrario de sus predecesores en el oficio, para los que el desiderátum era saber un poco de todo. Aquel ‘especialista en generalidades’ debe ser ahora, además, un ‘experto en expertos’ si quiere acercarse a los innumerables grupos en los que la sociedad consumidora de información se ha transformado”¹⁷¹.

En el año **1999, Javier Díaz Noci y Koldo Meso** retomaron la reflexión en torno al perfil del profesional del ciberperiodismo en su libro *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. En esta ocasión, estos docentes de la Universidad

¹⁷⁰ ÁLVAREZ MARCOS, José; LÓPEZ HIDALGO, Antonio. *El periodismo que viene*. Sevilla, Ediciones Fundación Cruzcampo, 1997. Col. Serie Comunicación. Vol. 1. P. 39.

¹⁷¹ *Ibidem*. P. 10.

del País Vasco, volvían a hacer hincapié en la necesidad de formar “profesionales multimedia” en el ámbito de la comunicación. En su reflexión, ambos autores, que hablan de “periodista” o “gestor de la información”, insisten la necesidad de reformular las bases relativas a la formación de los periodistas que se desempeñan en el terreno de Internet. “El periodista va a tener que ser multimedia y muy flexible. [...] para bien o para mal el periodismo se va a convertir en una profesión liberal, sobre todo”¹⁷², apuntan. No obstante, estos autores no olvidan la importancia de seguir cultivando una serie de valores y buenas prácticas en el ejercicio de la profesión periodística.

“En toda esta vorágine de las nuevas tecnologías y los adelantos de la modernidad y el progreso, es absolutamente imprescindible para el periodista mantener los valores ‘tradicionales’: la ética en su actividad laboral, una profesionalización del periodista (lo que incluye su propia autoestima y consideración de ser un trabajador intelectual, y por tanto un autor), un respeto escrupuloso por la credibilidad, el respeto a las fuentes. El periodista tiene que seguir siendo también en el ámbito digital *gatekeeper*, filtro de las informaciones y rumores que se producen, y *advocate*, mantener una posición clara y limpia respecto a los acontecimientos de los que informa”¹⁷³.

En **2000**, el marco del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”, organizado por el Departamento de Periodismo I de la Universidad Complutense de Madrid, y celebrado en esta misma universidad los días 15, 16 y 17 de noviembre de 2000, **Xosé López**, profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, presentaba, junto a **José Pereira y Manuel Gago**, la comunicación “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. En su texto, los autores inciden en los cambios que la interactividad introduce en el proceso

¹⁷² DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999. P. 117.

¹⁷³ *Ibidem*. P.118.

comunicativo y como esta serie de transformaciones afectan el papel del periodista que “ya no tiene el poder absoluto como único emisor del mensaje”. Esta novedad exige también una reformulación del rol del periodista on-line.

“Con la llegada de Internet esto cambia radicalmente. Sólo con el mero hecho de que el periodista indique la fuente de la información, el lector tiene las mismas posibilidades a acceder a la misma información que el propio periodista”¹⁷⁴.

En **2000**, en el marco de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación, organizadas por la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación, **Virginia Luzón**, presentó un artículo titulado “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. En general, los autores coinciden en definir al periodista digital como un profesional de la información que trabaja en un entorno de “máquinas digitales”, es decir, que utiliza en su quehacer diario instrumentos y tecnologías digitales. Luzón hace especial hincapié en la importancia de la Red, concebida como una inmensa e inabarcable “biblioteca de Babel”, en el trabajo del ciberperiodista. Internet se presenta como una fuente de información amplia, en constante renovación y de fácil acceso. Aún así, no deja de presentar problemas e inaugurar debates en torno las cuestiones de gran importancia en la profesión periodística, como son: la credibilidad de las fuentes, el rigor informativo y la calidad de los contenidos. En este escenario, el periodista digital se define como un profesional que utiliza las nuevas tecnologías de la información en el proceso de producción de sus mensajes informativos, los cuales son además productos digitales.

“Pero el periodista del siglo XXI no podrá escapar de la red. Internet se ha convertido en una fuente de información y en un nuevo medio de transmisión, es

¹⁷⁴ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 114.

por ello una herramienta de trabajo inevitable. Además resistirse a evolucionar no es buena idea en un mercado laboral tan inestable, donde los conocimientos, y en especial los de informática, son un valor en alza. (...) El periodista digital no es sólo el que produce información para emitir en formato digital, también es el que trabaja con medios digitales en la confección de su información. Para Josep Nieto, miembro del Grup de Periodistes Digitals, es el que piensa y vive en digital y además lo siente”¹⁷⁵.

En el **2000**, María Teresa Sandoval Martín aludía a dos tipos de profesionales del periodismo que trabajan con contenidos de la Red: Los que recurren a la red de redes para elaborar las noticias de los medios tradicionales o para medios que existen únicamente en la Red, y aquellos que desempeñan diferentes tareas utilizando los recursos de Internet (Sandoval: 2000).

En el **2001**, **Javier Díaz Noci** señala, en su libro *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*, la importancia de que el ciberperiodista vaya más allá de las cuestiones o habilidades puramente técnicas para profundizar en el diseño del mensaje, esto es, de los contenidos periodísticos que se difundirán a través de los servicios informativos on-line. El autor hace hincapié, de este modo, en la necesidad de cubrir un área (el diseño de los mensajes ciberperiodísticos) que ha quedado relegada a un segundo plano debido, en muchas ocasiones al protagonismo que ha asumido el componente tecnológico.

“[...] el periodista no tiene por qué aprender informática, sino que su papel debe ser el del diseño del discurso periodístico, en este caso multimedia,

¹⁷⁵ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de McLuhan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 16.

cuyos elementos –algunos de ellos al menos- pueden ser desarrollados por técnicos informáticos. La obra multimedia sería así, por seguir una definición legal *ad hoc*, una obra compuesta por varias obras unitarias”¹⁷⁶.

Por su parte, **José R. Vilamor** apunta en **2001** que “no es igual la actitud de un periodista que trabaja en los medios tradicionales o de papel que la de quien lo hace en una publicación electrónica, cualquiera que sea”¹⁷⁷.

En el año **2002**, **Jaime Estévez** afirmaba en su libro *El Periodismo en la Red*, que el “periodista de la era electrónica” tenía que dominar todos los medios. Básicamente, el planteamiento de Estévez gira en torno a la idea de que estos profesionales sean capaces de “recabar, procesar y emitir” informaciones en todos ellos y, si es posible, hacerlo de forma simultánea. El autor respalda, por tanto, la idea de un periodista multimedia capaz de producir informaciones mediante la convergencia de recursos de diferente naturaleza (Estévez 2002). Para Estévez, “estamos ante una nueva generación de periodistas que van a saber ocupar ese rol multidisciplinar antes y mejor que cualquier otro profesional. También soy consciente de que para muchos periodistas ‘veteranos’ trabajar en Internet no resulta gratificante ni cómodo. [...] Los que puedan escaparán, y la mayoría, se reconvertirán”¹⁷⁸.

Eva Leal Gil, de la Universidad de Sevilla, define en **2002**, en un artículo titulado “Las Nuevas Tecnologías en la formación del periodista”, al nuevo profesional de la información mediante la siguiente reflexión: “el periodista ya no es sólo el que escribe, sino el que maqueta, diseña, integra texto e imagen, edita, filma, hace

¹⁷⁶ DÍAZ NOCI, Javier. La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Zarrautz (Guipúzcoa), Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2001. P. 104.

¹⁷⁷ VILAMOR, José R. *Cómo escribir en Internet*. Universitas, Madrid, 2001.

¹⁷⁸ ESTÉVEZ, Jaime. *El Periodismo en la Red*. Anaya Multimedia, Madrid, 2002. P. 174.175.

fotografías (con cámaras digitales), infografías, escanea, recupera documentación y prepara originales, entre otras tareas”¹⁷⁹.

En el año **2003**, en el marco del IV Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca, celebrado entre el 16 y 17 de enero, **Xosé López** retoma, junto a su colaboradora **Marita Otero**, también profesora de Periodismo en la Universidad de Santiago de Compostela, el tema de la formación de los ciberperiodistas. Bajo el título de “La formación de los ciberperiodistas: Punto de partida”, ambos autores afirman que “ya no es suficiente con decir lo que ha sucedido, sino que hay que explicarlo, contextualizarlo, analizar sus consecuencias y proponer acciones para responder a los efectos de los sucesos. El ciberperiodista debe trabajar como intérprete de la realidad y como gestor del conocimiento” (López, X; Otero, Marita: 2003).

“Su trabajo está claro. Pero no será suficiente. Deberá contribuir a que se forme a los ciudadanos en el uso de los medios de comunicación y, en especial, de todos los medios que llegan de la mano de la digitalización. El nuevo periodista precisa, pues, de un marco favorable para que su trabajo resulte efectivo y la sociedad pueda beneficiarse del nuevo papel que parece reservarle la Sociedad de la Información. [...] A ello pueden contribuir los periodistas y las políticas de comunicación, que deben velar por la alfabetización digital y por la formación de los ciudadanos en el conocimiento de los medios de comunicación”¹⁸⁰.

En el año **2003**, los profesores de la Universidad de Murcia, **Jaime Alonso y Lourdes Martínez**, afirmaban que el periodista digital no era exclusivamente el profesional que ejercía su labor en medios digitales. Para estos docentes, el

¹⁷⁹ LEAL GIL, Eva. “Las Nuevas Tecnologías en la formación del periodista”. EN: GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (Ed.) *Las tecnologías periodísticas: Desde el ayer al mañana*. Sociedad Española de Ciberperiodística, s.l., 2005.

¹⁸⁰ LÓPEZ, Xosé; OTERO, Marita. “La formación de los Ciberperiodistas: Punto de partida”. Comunicación presentada en el IV Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 16 al 17 de enero de 2003.

profesional del ciberperiodismo es también que se dedica al tratamiento de la información y la comunicación en la Red (Díaz Noci, J.; Salaverría, R.: 2003).

En el año **2003**, **Víctor Manuel Pareja Pérez** define en su *Guía de Internet para periodistas* al periodista digital como el profesional que vincula su trabajo a la edición y publicación directamente en la Red y añade que “el periodista multimedia no se decanta ni trabaja para un medio o formato concreto, sino que domina todas las técnicas e instrumentos para recabar, procesar y emitir la información en cualquiera de ellos, ya sea televisión, radio o Internet”¹⁸¹.

En **2004**, **Juan Pablo Ramírez Cortés**, en un artículo titulado “¿Quién necesita un periodista digital?”, cuestiona los planteamientos de los autores anteriores al afirmar “ante los ojos de cualquier persona, el periodismo y los periodistas siguen realizando las mismas actividades, con las mismas técnicas y para los mismos medios”¹⁸².

En **2005**, en el marco del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca, se presentan dos comunicaciones relativas al perfil del profesional del ciberperiodismo. En una de ellas, titulada “El desafío profesional del periodista digital ante las posibilidades de Internet”, **Koldo Meso**, profesor de Periodismo de la Universidad del País Vasco, plantea la necesidad de reflexionar en torno al “nuevo periodista” que introduce Internet más como “soporte” que como “herramienta de trabajo”. Según Meso, si la radio y la televisión crearon en su momento un nuevo tipo de profesional, Internet ha de introducir un nuevo perfil de profesional de la comunicación que deberá adaptarse a las posibilidades que ofrece la red de redes e incorporarlas en su trabajo diario.

“Con el advenimiento de Internet, como en su momento ocurrió con la aparición de otras muchas y, en aquel entonces, nuevas tecnologías, el periodista

¹⁸¹ PAREJA PÉREZ, V. M. *Guía de Internet para periodistas*. EN: Centro de Información y Documentación Científica, CINDOC. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 2003. P.32.

¹⁸² RAMÍREZ CORTÉS, Juan Pablo: “¿Quién necesita un periodista digital?”. En Sala de Prensa, Año V, Vol. 2 de enero de 2004 (<http://www.saladeprensa.org/art519.htm>). 23 de noviembre de 2004.

digital —concepto éste que parece tener una mayor aceptación— en el terreno de la comunicación se enfrenta a un nuevo reto profesional. Ocurre, que en ocasiones muchos de estos propios periodistas siguen mirando con recelo a Internet o se sienten saturados ante el ingente volumen de información”¹⁸³.

Por su parte, en **2005**, la periodista digital y coordinadora de las Jornadas de Periodismo Digital del SICARM, **Ana Belén Becerra Navarro** reflexionaba en una comunicación titulada “El periodista digital: Perfil de un nuevo comunicador”, sobre el nuevo perfil del comunicador del siglo XXI, el nuevo público al que debe informar, las dificultades que ha de superar en su quehacer diario y las exigencias relativas a su formación universitaria.

“La aparición del nuevo medio digital está reconfigurando radicalmente, por los contenidos globales y los sistemas omnipresentes, el perfil completo de un nuevo profesional de la información. Un periodista digital o electrónico no se detiene ya ante nada, es capaz de realizar múltiples funciones dado que sus labores y tareas profesionales son mucho más complejas que las que otrora realizaran sus compañeros de profesión. Y lo hace de forma constante y es que sin actualización continua no existe periodismo digital”¹⁸⁴.

Ana Belén Becerra apunta que el perfil del profesional del ciberperiodismo afecta a diferentes aspectos o facetas: el aspecto formativo (nueva mentalidad cibernética), laboral (exigencias de cometidos y tareas antes delegadas a profesionales como el diseñador o maquetador, el encargado de documentación o el simple reportero), tecnológico (manejo de los medios digitales y programas

¹⁸³ MESO, Koldo. “El desafío profesional del periodista digital ante las posibilidades de Internet”. Comunicación presentada en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

¹⁸⁴ BECERRA, Ana Belén. “El periodista digital: Perfil de un nuevo comunicador”. Comunicación presentada en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

y sistemas informáticos), archivísticas (búsqueda y actualización constantes de sus fuentes en la Red telemática), atención directa al lector (mensajes on line de recepción inmediata en sus buzón electrónico), entre otros. (Becerra, A.: 2005)

En conclusión, y partiendo de las anteriores reflexiones, podemos constatar que desde los inicios del periodismo on-line en España, los principales autores han hecho hincapié en la necesidad de reflexionar sobre las características (competencias, habilidades, necesidades de formación, etc.) del profesional del ciberperiodismo. En este recorrido por las diferentes definiciones del ciberperiodista, se observa una evolución en el enfoque que va desde la concepción del periodista digital como un periodista “orquesta” capacitado para asumir tareas de producción en prensa, radio, televisión, etc. a un periodista que actúa como gestor de contenidos, orientador y filtro en un escenario marcado por la sobreabundancia de información.

A continuación y partiendo de esta serie de reflexiones que van del 1996 al 2005, se incorporan los comentarios y aportes de investigadores y docentes de diferentes universidades españolas que trabajan en el ámbito del ciberperiodismo.

En el siguiente apartado se procede a la confección de una definición del “periodista” digital tomando como punto de partida las anteriores reflexiones, así como las definiciones que docentes e investigadores de diferentes universidades españolas han propuesto en sus respuestas al cuestionario enviado en el marco del presente estudio.

Hacia una definición del ciberperiodista

Para completar la información del apartado anterior, a continuación se presentan las definiciones que desde el ámbito académico diferentes investigadores y docentes del ámbito del ciberperiodismo han realizado del profesional del periodismo on-line. Se trata de datos derivados del envío del cuestionario diseñado en el marco de la presente investigación, enviado a docentes e investigadores responsables de proyectos de investigación o de asignaturas directamente relacionadas con el ciberperiodismo. A partir de sus propuestas se ha elaborado una definición del ciberperiodista.

Docente / Universidad	Definición del profesional del ciberperiodismo
Manel López López Universidad Autónoma de Barcelona	“La persona que intenta producir información en tiempo real utilizando los nuevos recursos de fuentes, multimedia y telecomunicaciones que ofrece el sistema telemático. Se requiere un tipo de persona preparada intelectual y técnicamente, que haya superado una carrera universitaria de comunicación y posea una ampliación de estudios, como másters, postgrados o doctorados. Se requiere que, además, esté profesionalizada y trabaje con rigor, ética y compromiso social”.
Lorenzo Vilches Universidad Autónoma de Barcelona	“Aún pioneros, o sea, no una profesión autónoma y madura”.
Fernando Sabés Universidad Autónoma de Barcelona	“Debe ser un periodista capaz de gestionar gran cantidad de información, pero a la vez que sepa concretar para un soporte como es Internet donde es clave la imagen frente a los contenidos escritos”.
José María Perceval Universidad Autónoma de Barcelona	“Un comunicador que utiliza las nuevas plataformas digitales a través de Internet para transmitir la información”.
José Luis Valero Universidad Autónoma de Barcelona	“Es un tipo de periodismo que se fundamenta en una nueva forma de comunicación divulgada por medio de múltiples herramientas cibernéticas y telemáticas, que transforman la producción, el envío, la lectura y el mensaje”.
Xavier Ribes Universidad Autónoma de Barcelona	“Periodista especializado”.

Héctor Borrat Universidad Autónoma de Barcelona	“Es un periodista llamado a repensar y renovar sus prácticas profesionales en función de los nuevos recursos y exigencias que implica pasar del periódico impreso al periódico digital. Digo ‘llamado’ porque no siempre responde positivamente: hay profesionales del ciberperiodismo que siguen trabajando como en el periódico impreso dejando en manos de los ‘técnicos’ la adaptación a la Red. También, es un periodista incorporado a la autoría múltiple de los textos con un reparto de tareas más complicado que en el periodismo convencional”.
Xavier Salla Universidad Autónoma de Barcelona	“Si es profesional, lo definiría como un periodista especializado en un área de la comunicación que dirige su información a unos públicos con unas características diferenciales de otros públicos receptores de información por medios, digamos, más tradicionales”.
José Luis Riva Universidad Autónoma de Barcelona	“Periodista al día en lo que a tecnología actual se refiere”.
Obdulio Martín Bernal Universidad Carlos III – Madrid	“Un periodista que trabaja fundamentalmente con los recursos y las herramientas de Red, lo que implica sin duda un cambio de cultura y de roles profesionales y por supuesto de formación”.
Miriam Redondo Universidad Carlos III – Madrid	“Como un periodista que recurre al uso de fuentes digitales o contacta con sus fuentes a través de Internet. No sólo son, por tanto, aquellos que publican sus contenidos en línea”.
Pilar Diezhandino Universidad Carlos III – Madrid	“Periodista, sin más. No creo que el medio modifique la función”.
Manuel Tapia Universidad Carlos III – Madrid	“Alguien muy atento al desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y que conozca en profundidad cómo están afectando esos cambios a los modos tradicionales de hacer periodismo”.
Teresa Sandoval Universidad Carlos III – Madrid	“Periodista capaz de utilizar las potencialidades de Internet en todas las fases de producción de la información de actualidad”.
Jesús Flores Universidad Antonio Nebrija – Madrid	“Es un profesional que posee un amplio conocimiento sobre cultura de red, entiende la tecnología y además, lo aplica en su trabajo diario”.
Bella Palomo Torres Universidad de Málaga	“Aquel profesional de la información que aplica conocimientos avanzados de navegación por Internet (investigación, localización de fuentes) en su rutina laboral diaria aplicando los códigos de conducta apropiados y, por extensión, a aquellos que producen contenidos para este entorno en red”.
Mario Arias Oliva Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	“Es un periodista tradicional que ha integrado las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todas y cada una de las dimensiones de la profesión: búsqueda de información, creación de contenidos, difusión, etc.”.

David Domingo Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	“Es el profesional que produce información de actualidad para medios de comunicación distribuidos a través de tecnologías digitales e interactivas de transmisión de datos (World Wide Web, correo-e, telefonía móvil, canales interactivos de televisión y radio) siguiendo los criterios éticos generales del periodismo”.
Javier Díaz Noci Universidad del País Vasco	“Periodista que, empleando las herramientas tecnológicas apropiadas, y con los conocimientos suficientes de estructuración hipertextual del discurso, trabaja para un medio digital elaborando y ofreciendo información de actualidad”.
Koldo Meso Universidad del País Vasco	“Asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. Parece lógico pensar que si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodista. Una buena parte de las rutinas del periodista en red no son coincidentes a las de los periodistas convencionales. Ni siquiera a las de los periodistas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital. Muchos periodistas triunfarán directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión”.
Xosé López Universidad Santiago de Compostela	“El profesional que trabaja en los cibermedios. Un ciberperiodista es el que elabora contenidos de acuerdo con la preceptiva periodística y los principios periodísticos”.
José Pereira Universidad Santiago de Compostela	“Es el profesional capacitado para crear y gestionar contenidos informativos en un soporte transmisible por red telemática”.
Maria Luisa Otero Universidad Santiago de Compostela	“Hipermedia y crítico”.
Rafael Carrasco Centro Universitario Villanueva - Madrid	“Periodista con fundamentos técnicos suficientes para publicar en un medio digital”.
Luis Gabriel David EADE – Estudios Universitarios – Málaga	“Un comunicador que domina las nuevas tecnologías de la información y la elaboración de contenidos informativos adaptándolos a este nuevo medio”.
Roberto Pérez SEK University - Segovia	“Es un periodista joven, pero experto. Un periodista con capacidad de adaptación a un medio cambiante con amplios conocimientos de multimedia, hipermedia, sociología de la red y con inquietud por la investigación en la comunicación digital. Sin miedo a innovar y a reinventar su profesión, con capacidad de trasgresión”.

<p>David Lavilla Universidad Camilo José Cela</p>	<p>“Debe ser versátil a todos los efectos y capaz de adaptarse a las nuevas tecnologías. También ha de ser riguroso con la información y contrastarla rápida y eficazmente. Es muy importante que adecue la información a los nuevos formatos que se manejan en Internet (video, texto, sonido...). Tiene que usar las herramientas tecnológicas que se precisen en la redacción digital (software y hardware) correctamente. Ha de poseer la capacidad de interactuar con el receptor del mensaje: ser un comunicador activo. Debe hacer usable el contenido que se exponga en el lugar de la publicación de las informaciones. Es imprescindible que esté dispuesto a trabajar en equipo (tanto con periodistas como con ingenieros informáticos, publicistas, diseñadores gráficos...). Debe conocer el medio Internet y los nuevos sistemas de comunicación (WAP, Televisión y Radio Digital, etc.). Es de suma importancia que sea capaz de procesar la información de forma sintetizada y referenciada. Es preciso que maneje bien las técnicas de redacción periodística. Tiene que poseer un amplio sentido de la ética y de la deontología profesional. Debe comprometerse especialmente con el medio y con el usuario lector, respetando los diferentes puntos de vista que los usuarios le ofrezcan en la interacción que mantengan con él. Para ello, debe tratar de utilizar las ventajas que ofrece la Inteligencia Emocional”.</p>
<p>Elvira García de Torres Universidad Cardenal Herrera -CEU</p>	<p>“Estrictamente, periodista que elabora documentos periodísticos de hipertexto y multimedia para su publicación en Internet”.</p>
<p>Concha Edo Universidad Complutense de Madrid</p>	<p>“Es, sobre todo, un periodista”.</p>
<p>David Parra Universidad Complutense de Madrid</p>	<p>“Por encima de cualquier otra consideración, se trata de un profesional de la información periodística que, adicionalmente, cuenta con la cualificación para la gestión integral de contenidos a través de la Red. Su cualificación surge de la suma de dos facetas: la formación genérica en ciencias de la información + la formación <i>ad hoc</i>. Desde mi punto de vista, ambas se proporcionan en la Universidad. Por supuesto, a dicha cualificación se une su experiencia profesional. La noción de gestión integral dentro del ámbito del ciberperiodismo incluye los siguientes items: a) Acceso a ciberfuentes. b) Redacción de contenidos específicos para la Red. c) Volcado on-line de dichos contenidos e incluso comercialización de los contenidos (No obstante, esta cuarta faceta puede considerarse más como un valor añadido que como parte intrínseca de la labor del ciberperiodista)”.</p>
<p>Olga Álvarez Universidad de La Laguna – Tenerife</p>	<p>“Periodista”.</p>

<p>Lourdes Martínez Universidad de Murcia</p>	<p>“Un profesional del periodismo que trabaja con y en Internet, es decir, aquel profesional que realiza las tareas propias del periodismo: obtención, investigación, verificación, selección, jerarquización, elaboración y difusión de contenidos periodísticos a través de la Red, y que asume, además, nuevas competencias propias del entorno digital como la dinamización del flujo comunicativo con y entre los usuarios. No todas estas rutinas periodísticas se realizan necesariamente <i>con</i> o <i>en</i> el ciberespacio, ya que el ciberperiodista deberá combinar la búsqueda de información, verificación, contacto con las fuentes, etc. dentro y fuera de la Red, pero deberá desarrollar su trabajo con una mentalidad multimedia e interactiva”.</p>
<p>Pedro Antonio Rojo Universidad de Murcia</p>	<p>“Como un profesional que produce contenidos para ser distribuidos a través de los nuevos medios a una audiencia segmentada en función de sus intereses y necesidades específicas. El ciberperiodista también es el profesional que agrega (sindica) el contenido actual con el contenido de archivo, el estático con el dinámico, y que utiliza todo el potencial de la información multimedia para, no solo informar, sino también entretener a los usuarios. Este profesional debe manejar la redacción para su distribución a través de diferentes interfaces (Internet, móvil, TV digital, etc.) y tiene la capacidad de poner en contacto a sus fuentes con sus receptores, actuando como un intermediario, así como la capacidad de interactuar con los usuarios y de actualizar el contenido de manera instantánea”.</p>
<p>Jaime Alonso Universidad de Murcia</p>	<p>“Aquel sujeto que, siguiendo pautas y criterios periodísticos, posee dos cometidos fundamentales en Internet: gestiona información—la selecciona, la produce y la distribuye— y crea, mantiene y dinamiza flujos de comunicación entre los usuarios, a través de los modos interactivos de comunicación: correo electrónico, chat, foros, etc.”.</p>
<p>Ramón Salaverría Universidad de Navarra</p>	<p>“Periodista que trabaja en cibermedios, es decir, medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas”.</p>
<p>Carlos Scolari Universidad de Vic</p>	<p>“Una figura polivalente, multimedial, que posee una serie de conocimientos (teóricos, prácticos y metodológicos) más allá de los saberes del periodista tradicional. Estos saberes van desde el conocimiento básico de los instrumentos informáticos hasta la producción de textos para su lectura on-line, pasando por la capacidad de gestionar la información proveniente de Internet”.</p>
<p>Josep M. Sanmartí Universidad Europea de Madrid CEES</p>	<p>“Es un periodista normal, especializado o no, que utiliza técnicas, formatos y géneros digitales”.</p>

Karma Peiró Universidad Internacional de Cataluña	“Es un periodista especializado en la búsqueda de información tanto a través de los medios tradicionales como de los digitales”.
Alfonso Palazón Universidad Rey Juan Carlos – Madrid	“De manera sencilla: periodista que emplea el ciberespacio como herramienta para la investigación, la elaboración y difusión de la información”.
Guillermo López Universidad de Valencia	“Es difícil de definir, habida cuenta de la extremada multiplicidad de manifestaciones asociadas con el ciberperiodismo que podemos encontrar. Una definición amplia podría ser ‘profesional de la información encargado de la generación, selección y estructuración de contenidos de actualidad transmitidos a través de la Red’”.
Eva Domínguez Universidad Ramon Llull	“Un periodista con los conocimientos de lenguaje propio de Internet, un lenguaje que da sus primeros pasos pero que tiene ya particularidades propias”.
Joan Canovas Universidad Pompeu Fabra	“Periodista”.

A pesar de que las propuestas anteriores introducen diferentes matices en torno al concepto de ciberperiodismo, es posible elaborar una definición que sintetice, de manera general, cuál es el perfil del ciberperiodista:

<p>El ciberperiodista es un profesional de la información periodística que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabaja en los cibermedios. - Conoce las características de la cultura-red. - Produce información (especialmente, en tiempo real). - Utiliza los recursos informativos existentes en las redes telemáticas. - Conoce y utiliza herramientas técnicas en la producción de mensajes informativos. - Elabora mensajes adaptados a las características y posibilidades del medio on-line. - Gestiona grandes cantidades de información. - Posee capacidad creativa y de innovación. - Conoce como interactuar con otros periodistas, usuarios, fuentes, etc. a través de las redes telemáticas.
--

Junto a la anterior propuesta de definición del ciberperiodista, resulta interesante destacar algunos aportes de los docentes e investigadores consultados. Pilar Diezhandino, de la Universidad Carlos III de Madrid, define al ciberpeirodista como “un periodista sin más”. En esta misma línea, Concha Edo, de la Universidad Complutense de Madrid, afirma que “es sobre todo, un periodista”. Joan Canovas, de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, considera que es un “periodista”. Olga Álvarez, de la Universidad de La Laguna de Tenerife, lo define como un “periodista”. En estos casos, el periodista digital se concibe ante todo como un profesional de la información, esto es, como un “Periodista”. Este enfoque resulta muy interesante en la medida en que subraya, por encima de todo, que la tarea de el profesional del ciberperiodismo será la de cumplir con la misma misión que posee un periodista de un medio impreso o de una emisora de radio convencional: informar de manera veraz y siguiendo una criterios y parámetros basados en criterios deontológicos. No obstante, y sin cuestionar el anterior planteamiento, no es posible obviar que el medio digital introduce notables cambios en el quehacer del profesional. Se trata de modificaciones que afectan a todo el proceso de elaboración de los mensajes informativos, desde su concepción hasta su emisión y recepción. En este contexto, las amplias posibilidades aplicables en la producción de los mensajes (inmediatez y ubicuidad, multimedia, personalización, interactividad, narrativa hipertextual, gran capacidad documental, virtualidad) adquieren un peso muy destacado.

Xavier Ribes y Xavier Salla, de la Universidad Autónoma de Barcelona, definen al ciberperiodista como un “periodista especializado”. Esta concepción equipararía al profesional del ciberperiodismo con el periodista especializado en economía, política o sociedad, por ejemplo. Sin embargo, existen ya ciberperiodistas especializados en economía, política o sociedad. Por tanto, no podemos considerar el medio (ciberpespacio) con el área de especialización. Aún así, es evidente que el profesional del ciberperiodismo requerirá de una formación específica que, en cierto modo, podría considerarse como una

“especialización”, pero no que no sería de carácter temático sino desde el punto de vista de su formación.

Roberto Pérez, de la Universidad SEK de Segovia, introduce una serie de reflexiones de gran interés en la definición del perfil del ciberperiodista: La capacidad de adaptación a un medio cambiante, la inquietud por la investigación y la voluntad de innovar y “reinventar su profesión”. El ciberperiodista deberá ser capaz de adaptarse a las exigencias de reciclaje y actualización de conocimientos propios de un escenario (Internet) sumido en una constante renovación.

Myriam Redondo, de la Universidad Carlos III de Madrid, se refiere al ciberperiodista “como un periodista que recurre al uso de fuentes digitales o contacta con sus fuentes a través de Internet” y añade que no son “aquellos que publican sus contenidos en línea”. Según este planteamiento, los periodistas que actualmente trabajan en medios impresos, agencias de comunicación, o incluso, radio o televisiones, tendrían que ser considerados como “ciberperiodistas”, ya que recurren a Internet como fuente (no la única, evidentemente) en el proceso de elaboración de sus informaciones. La red de redes se ha consolidado como una potente fuente informativa. En este sentido, la verdadera novedad radica en la aparición de unos medios, y de unos profesionales que trabajan en ellos, que emiten sus mensajes por el medio on-line, explotan las posibilidades comunicativas de la Red y adaptan sus rutinas a las características de Internet (por ejemplo, la posibilidad de renovar de forma inmediata y constante los contenidos). La recepción de estos mensajes se realiza también a través del medio on-line. No obstante, los ciberperiodistas, junto al uso de las fuentes on-line, pueden recurrir también a ruedas de prensa, testimonios a pie de calle, etc. Lo realmente importante y característico de su trabajo viene dado por el tipo de mensajes, así como por el modo de distribución y acceso a los mismos.

Karma Peiró, de Universidad Internacional de Cataluña, presenta una definición del ciberperiodista que se centra en la tarea de documentación. “Es un periodista especializado en la búsqueda de información tanto a través de los medios tradicionales como de los digitales”, apunta. Sin embargo, y si bien este tipo de tareas poseen una importancia crucial, el profesional de ciberperiodismo abarca una serie de tareas que no se limitan únicamente a la búsqueda de información.

Funciones del ciberperiodista

La confluencia de soportes que introduce la digitalización exige de los profesionales de la comunicación un conocimiento multidisciplinar. Los periodistas que deban ‘elaborar’ (no sólo escribir) los contenidos que serán difundidos a través de la Red deberán conocer las características de este nuevo medio. Como señala M^a Ángeles Cabrera, es necesario la existencia de profesionales capaces de crear mensajes eficaces y persuasivos a través de los recursos que ofrece la tecnología. No se trata, imlemente, de conceder a los profesionales de la información una formación de índole instrumental sino formar profesionales capaces de innovar y aplicar de manera creativa y elocuente las diferentes posibilidades comunicativas que aglutina la red de redes.

“La tecnología, los ordenadores como herramientas o instrumentos de trabajo para la elaboración del diario, han permitido mejorar visualmente la información, pero esa mejora no sería posible sin el conocimiento y habilidad humanos capaces de aplicar la tecnología de forma creativa y lógica”¹⁸⁵.

Como inicio de esta reflexión sobre la tipología de funciones y tareas que debe asumir el ciberperiodista, se ha considerado oportuno partir de la reflexión que los expertos en ciberperiodismo, Jesús Flores y Alberto Miguel Arruti, presentan en su libro *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*¹⁸⁶. En este sentido, en la siguiente tabla se detallan las “profesiones emergentes” que, según estos autores, aparecen en la “economía de la ciberinformación”. En cada caso se indica la denominación que le conceden a la función y las características de la misma, diferenciando entre las profesiones que se originan en la industria de la información y las que nacen en el terreno de la industria de los contenidos.

¹⁸⁵ CABRERA, M^a Ángeles. *La prensa on-line. Los periódicos en la www*. Editorial CIMS, Barcelona, 2000. P. 136.

¹⁸⁶ FLORES VIVAR, Jesús; ARRUTI, Alberto Miguel. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid, Ediciones 2010 – Editorial Limusa, 2001.

Profesiones emergentes en la economía de la ciberinformación

En la industria de la información

Buscador de información en la Red	Es un profesional encargado, por una empresa de cualquier área, de buscar y procesar información procedente de Internet, aplicando un criterio o perspectiva periodística. Estos profesionales se encargarán además de ofrecer la información solicitada de manera dosificada y precisa.
Freelance digital	Se trataría de un profesional que realizaría el mismo trabajo que algunos <i>freelance</i> del mundo analógico, esto es, cubriría acontecimientos de interés informativo que acontecen en lugares donde el medio no dispone de corresponsales o donde no pueden situar a un enviado especial. La diferencia vendría dada por un uso potenciado de las herramientas telemáticas en el desempeño de su trabajo.
Asistente de información en la redacción	La posibilidad, potenciada por el ciberperiodismo, de entablar fácilmente un intercambio comunicativo entre los periodistas y los lectores (especialmente, mediante el correo electrónico) ha hecho que las redacciones reciban numerosos e-mails de sus usuarios (tanto en los medios analógicos como en los digitales). A ello, se une la entrada masiva de información de todo tipo (convocatorias y notas de prensa, dossiers, etc.). En este contexto, se inserta la figura del asistente de información en la redacción. Se trata de un profesional "junior" encargado de leer el correo electrónico de otro periodista (generalmente, de renombre o responsable de sección) o de la propia redacción para seleccionar y responder a los correos electrónicos de los lectores. Esta tarea es extensible, y ya se aplica en algunos medios, a los servicios de Foros que ofertan muchos medios digitales.
Periodista de web o ciberperiodista	Son profesionales que sólo escriben desde y para un medio on-line.
"Limpiadores" de ruido informacional	Los <i>noise-killers</i> (asesinos de ruidos), término utilizado en el ámbito periodístico norteamericano, desarrollan una función muy cercana a la que desempeñan los "asistentes de información en una redacción". Su tarea consiste en el "ruido informacional" que origina Internet, especialmente, en lo referente a los correos electrónicos que, incluso, podrían saturar los sistemas informáticos de las

	empresas. Su labor es, en palabras de los autores, con la intoxicación de la información que introduce Internet.
En la industria de los contenidos	
Responsable de contenidos	Es un profesional encargado de la supervisión de los contenidos on-line de una empresa, del tipo que sea, en aras de garantizar su calidad, originalidad y carácter único de los mismos.
Broker de información (Acceso a la información)	Es un profesional que, en la línea del broker de seguros o del broker financiero, es contratado por una empresa para que le proporcione información actualizada y de calidad sobre un determinado tema. De este modo, la empresa se asegura el poseer una información, de manera instantánea e inmediata, que le permita tomar decisiones beneficiosas.
Distribución de la información (Noticias a la carta)	Es un profesional que prové de información a una serie de "clientes" que previamente han manifestado sus intereses y sus preferencias informativas. Es una especie de servicio de información a la carta que exige de la dedicación de unos profesionales respnsables de procesas y distribuir la información requerida por cada usuario.
Webmaster	Se trata de un profesional que actúa como el soporte dinámico de la página web de una empresa o entidad de cualquier otra naturaleza. Entre sus tareas, destacan las de velar por los contenidos de información de la empresa y por su imagen empresarial en Internet. Además, es el encargado de actualizar contenidos, velar por el mantenimiento de la web, crear los links, cambiar la imagen de la web, introducir las innovaciones necesarias, etc.
Redactor-copy	Es un profesional que elabora contenidos en formato electrónico. Por ejemplo, muchas empresas contratan un redactor-copy para enviar mensajes corporativos.
Auditor de información	Es un profesional encargado de determinar qué información es útil para que una empresa pueda cumplir sus objetivos. Debe evitar que los sistemas de protección y filtro de la auditoría dificulten la entrada de información útil en la empresa.

(Flores, J.; Arruti, M. A.: 2001)

La anterior tabla nos introduce en una serie de posibles funciones a asumir por el profesional del periodismo on-line. Se trata de un esfuerzo de sistematizar las diferentes funciones a desarrollar en el marco de los medios on-line que no existían en los medios tradicionales y que denotan las amplias posibilidades que introduce el ciberperiodismo. Más allá de la idoneidad de los nombres planteados y de la posibilidad de fusionar algunas de las funciones que se presentan por separado, resulta especialmente interesante inaugurar a partir de la anterior clasificación una reflexión sobre el perfil del ciberperiodista, esto es, en torno a las competencias y habilidades que tendrá que asumir en diferentes ámbitos.

Respecto al diseño, para los periodistas digitales será útil conocer el valor expresivo del color, la importancia de los blancos, las características de las diferentes familias tipográficas, etc. Con relación a estos temas, el estudio de la historia del diseño gráfico constituye una fuente documental de gran importancia, ya que permite conocer la evolución de la composición gráfica en los diferentes periódicos y revistas a lo largo de la historia, el tratamiento que se ha dado al color, el uso de los blancos, etc. En conclusión, el desarrollo de un producto informativo on-line exige el dominio de muchas y muy diversas competencias. No obstante, Antonio Moreno se muestra escéptico ante la posibilidad de que un solo profesional pueda asumir este conocimiento multidisciplinar.

Sin embargo, las exigencias que introduce el periodismo electrónico en el perfil del profesional de la información no se limitan a una simple asimilación de destrezas o habilidades en el manejo de herramientas técnicas. Más allá de estas nuevas competencias, se plantea la posibilidad de que el usuario deba ejercer funciones que hasta el momento no le habían sido encomendadas. La gran abundancia de información que existe en la Red se convierte, en numerosas ocasiones, en un obstáculo para los usuarios que desean encontrar información de manera rápida y precisa. En este contexto, muchos autores han

planteado que el periodista digital deberá de actuar como “mediador” o “filtro” entre la infinidad de páginas web de Internet y los usuarios.

“El periodista asume pues una función de intermediario sin ningún tipo de responsabilidad sobre la noticia. Por lo tanto, en la medida en que el periodista no analice la información ni aporte la visión de otras fuentes, incluida la suya, pierde su función. Se convierte en un simple buscador”¹⁸⁷.

El periodista digital se convierte en una figura encargada de investigar, analizar y seleccionar una serie de sitios web que, posteriormente, presentará a sus usuarios como fiables y como información de calidad. En el desempeño de esta nueva función, el periodista debe valerse de un conjunto de conocimientos propios del periodismo tradicional, como, por ejemplo, discernir entre fuentes fiables y no fiables.

“Opinamos que buena parte de la audiencia entiende que es necesaria la figura que ‘filtre’ los miles de informaciones que pueden resultar interesantes cada día y que utilice los mecanismos propios del periodismo tradicional para confirmar la veracidad de cada una de las informaciones. Nace, pues, una nueva figura del periodista, que por una parte debe respetar los viejos principios del periodismo relacionados con el contraste de fuentes y la objetividad, y por otra debe asumir una figura que hasta ahora correspondía al productor. El usuario de medios de comunicación electrónicos agradece que alguien agrupe y seleccione las informaciones que surgen en la red de redes relacionadas con un acontecimiento determinado. Por lo tanto, curiosamente, el lector demanda un

¹⁸⁷ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 112.

gatekeeper que aporte un matiz de profesionalidad a este flujo de información”¹⁸⁸.

Según este planteamiento, el periodista actúa como un *gatekeeper*. Esta figura, tal y como señala Manuel López, posee una especial importancia en el proceso de elaboración de un producto informativo.

“*Gatekeeper* puede traducirse del inglés por ‘portero’, ‘guardabarreras’, ‘vigilante’. Estamos ante una figura periodística que define a aquel profesional que tiene por misión decidir sobre el contenido de las informaciones. Es, por decirlo así, un ‘filtrador’ más que un ‘filtro’”¹⁸⁹.

En definitiva, podemos señalar que el periodismo electrónico exige un nuevo perfil de periodista. Por un lado, el profesional que se dedique a la ciberperiodismo deberá adquirir nuevos conocimientos técnicos y presentar una capacidad abierta a un reciclaje continuo y, por otro, deberá asumir roles diferentes que aparecen con el medio on-line.

Las universidades y centros universitarios que imparten estudios de comunicación deberán garantizar que los futuros profesionales de la comunicación adquieren las habilidades y conocimientos necesarios para poder comprender y desempeñarse en el medio on-line con éxito. En este sentido, cabe señalar que nos hallamos en una etapa en la que resulta todavía muy complicado —debido al incipiente desarrollo de los medios on-line— detallar cuáles serán exactamente las funciones que asumirá el periodista electrónico y, con relación a ellas, cuáles serán los conocimientos y habilidades necesarias¹⁹⁰.

¹⁸⁸ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 116.

¹⁸⁹ LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Barcelona, Paidós, 1995. Paidós Papeles de Comunicación 9. P. 15.

¹⁹⁰ “Con la renovación tecnológica, el periodista del diario sobre papel ha tenido que modificar sus hábitos de trabajo al asumir responsabilidades y funciones que antes no eran suyas: corrección y producción de textos, diagramación, acceso a bancos de datos para textos y fotos, entre otros cometidos. Estos cambios,

Desde los orígenes de la prensa, el periodista ha tenido entre sus funciones la de seleccionar los temas que iban aparecer en el diario y, al mismo tiempo, decidir la extensión y ubicación de los mismos. Con relación a la elaboración propiamente dicha de los mensajes periodísticos, debía decidir qué fragmentos de una declaración, qué datos, etc. aparecerían en la noticia (y, no menos importante, cuáles no se incluirían y, por tanto, no conocería el lector). Con la Red, el periodista realiza todavía esta misma tarea de “selección” y “omisión”.

Sin embargo, se introduce una novedad de gran importancia. Internet permite a los usuarios acceder a la fuentes primarias de la información y, por extensión, conocer qué no dijo (incluyó) el periodista en su noticia y, además, completar los datos relativos al hecho noticioso en cuestión. En esta característica que, en principio, debe de verse como un aspecto muy enriquecedor y positivo, muchos expertos han detectado un riesgo. Si el lector puede acceder directamente la fuente de información, ¿por qué va a dedicar parte de su tiempo en consultar el periódico electrónico? ¿Qué garantías tiene el lector cuando navega por la Red de que los sitios que visita presentan información fiable? ¿Cómo afecta esta posibilidad a las funciones que tiene asignadas el periodista? ¿Cómo puede conocer el lector por sí sólo las diferentes versiones vinculadas con un mismo hecho? ¿Quién realizaría para el lector la tarea de sintetizar y seleccionar la información de background que sirve de contexto a un determinado evento noticioso?

“Con la llegada de Internet esto cambia radicalmente. Sólo con el mero hecho de que el periodista indique la fuente de la información, el lector tiene las mismas

a los que ha tenido que ir adaptándose, han sido un paso intermedio para lo que el nuevo periodista, el ‘periodista electrónico’, si se nos permite llamarle así al que tiene que trabajar en contacto con las redes telemáticas, empieza a asumir al enfrentarse ante un nuevo medio. Al igual que el medio electrónico (cuyo futuro aún desconocemos), la figura del nuevo profesional está por crearse; los periodistas tendrán que aprender a trabajar para un sistema multimedia porque van a recibir y emitir información de diferente modo”. (Armañanzas: 1996, 46).

posibilidades a acceder a la misma información que el propio periodista”¹⁹¹.

Más allá de la posibilidad del usuario de acceder directamente a las fuentes de información, éste seguirá interesado en saber cuáles son los temas que definen la agenda temática de una jornada según los profesionales de la información. De este modo, conocen qué eventos noticiosos de importancia se han producido en todos los ámbitos. “[...] el público seguirá deseando conocer cuáles son las noticias que, para el director de su periódico, son las principales del día”¹⁹².

Por otro lado, en su anterior reflexión, Xosé López, profesor de la Universidad de Santiago de Compostela (España), daba por hecho que todas las fuentes de información que utiliza el periodista para elaborar una noticia están disponibles en Internet. En este sentido, cabe señalar que, sin duda, la Red presenta ingentes cantidades de información de diferente naturaleza (textos, imágenes estáticas, imágenes en movimiento, materiales sonoros, etc.) que, además, se pueden ir actualizando de manera inmediata.

“[...] se constató [con relación a un estudio realizado por un grupo de docentes de la Universidad de Santiago de Compostela] que aquellas fuentes que tienen un espacio en la web tienen un camino mucho más directo hacia el ‘lectoautor’ que las que no lo tienen. Por lo tanto, en un evento en el que participen varios protagonistas, los que sean poseedores de un espacio en Internet tienen muchas más posibilidades de aportar su versión de los hechos sobrepasando las capacidades del periodista”¹⁹³.

¹⁹¹ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 114.

¹⁹² ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Editorial Ariel, 1996. P. 51.

¹⁹³ LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 115.

No obstante, muchas de las declaraciones y datos que el periodista necesita para construir su noticia proceden de fuentes que en muchos casos no tienen acceso a Internet (por diferentes motivos: por desconocimiento de los requerimientos técnicos, por que se trata de ciudadanos anónimos cuya vinculación con la “actualidad noticiosa” se limita a un estrecho margen temporal, etc.). En definitiva, no podemos olvidar que existe un periodismo “a pie de calle” (difícil de ser eliminado o sustituido por la Red), ruedas de prensa (aunque en este caso puede que pronto se empiecen a realizar totalmente “on line”). Únicamente, las agencias de información que emitan sus contenidos en la Red (y de manera gratuita) pueden contribuir a eliminar la función exclusiva del periodista como “gatekeeper”. Aún así, la creciente cantidad de sitios webs que existen en Internet sí que contribuyen a difuminar las fronteras entre el periodista y el usuario.

“La clave para entender como están cambiando los distintos roles profesionales es conocer las transformaciones generadas por los avances tecnológicos, evaluar las consecuencias sociales y determinar las necesidades en materia de comunicación que tiene la población. Estos cambios, con consecuencias aún no estudiadas, ya conducen a la empresas a ofertar plazas para nuevos perfiles profesionales de la comunicación adiestrados en el uso de los ordenadores. Para estos nuevos cometidos, el periodista precisa dominar las herramientas actuales y disponer de una buena formación”¹⁹⁴.

La reflexión de la comunicación presentada por Xosé López, Marita Otero, Manuel Gago y José Pereira, en el marco de las “VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación”, incide en la necesidad de un

¹⁹⁴ LÓPEZ, Xosé et al. “La innovación periodística en clave interactiva: el caso de Gaceta de Galicia”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000.

estudio detallado del conjunto de cambios que las nuevas tecnologías de la información han ocasionado en los procesos comunicativos, pero —y aquí reside un aspecto de crucial importancia— también plantean la necesidad de estudiar los cambios que estas nuevas tecnologías han ocasionado entre los ciudadanos. De este modo y a partir de las necesidades “comunicativas” de los ciudadanos, resultaría más sencillo ir definiendo el perfil del nuevo profesional de la información. No obstante, respecto a la afirmación de que el periodista necesita “dominar herramientas actuales”, es necesario indicar que el continuo cambio que experimentan los productos de software y hardware impide dotar a los profesionales de un dominio profundo de los mismos. Por otro, sería necesario especificar a qué se refieren cuando hablan de profesionales que deben de disponer de “una buena formación”.

Más allá de las habilidades y competencias que los anteriores autores atribuyen al periodista digital, cabe incidir en la falta de equipos profesionales dedicados de manera exclusiva al ejercicio del periodismo electrónico. En este sentido, y si bien existen —incluso en el campo del periodismo electrónico español— empresas del ámbito de la comunicación que disponen de equipos dedicados de forma exclusiva a sus respectivas ediciones digitales¹⁹⁵, todavía se detecta una marcada tendencia a difundir en el medio digital contenidos concebidos y creados para el soporte papel. Javier Díaz Noci hace hincapié en este aspecto planteando un importante punto de reflexión que no deja de estar vinculado con la necesidad de formar profesionales capaces de asumir las nuevas exigencias que se derivan de producción y difusión electrónica de mensajes periodísticos a través de la Red¹⁹⁶.

¹⁹⁵ En el marco del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital, celebrado en Huesca entre el 20 y 21 de enero de 2005, por poner un ejemplo, Gumersindo Lafuente, director de El Mundo.es; o Lluís Foix, director de *La Vanguardia.es*, dejaron constancia de la existencia, en el panorama del periodismo electrónico español, de equipos de profesionales dedicados de forma exclusiva a las ediciones digitales de estas cabeceras.

¹⁹⁶ “No existen redacciones dedicadas a buscar noticias que servir luego en Internet. Ni puede afirmarse, salvo desde dentro o desde los alrededores de esas propias empresas que pretenden conservar su parte del pastel, que el futuro del producto informativo en Internet pase por que una misma plantilla satisfaga las necesidades de producción de radios, televisiones, periódicos impresos y productos en línea”. (Díaz Noci: 2001, P. 83-84).

María Rosa Pinto Lobo, de la Universidad Pontificia de Salamanca, destaca, a partir de una reflexión centrada en el periódico digital, la importancia de que los ciberperiodista aprendan a leer el “sistema alfanumérico”, es decir, aquel propio del entorno digital. Como señala Pinto Lobo, este reto exigiría de los profesionales la capacidad de leer y escribir programas informáticos, páginas web, imágenes sonidos y los mensajes contruidos desde la lógica del hipertexto¹⁹⁷.

En conclusión, las anteriores reflexiones nos permiten esbozar el perfil del ciberperiodista sintetizando sus funciones en tres grandes áreas: producción de contenidos informativos (a partir de las posibilidades de la Red), gestión de contenidos, y acción de “mediador” o “filtro”. Sin embargo, cabe precisar el tipo de competencias que necesitará para cubrir estas tareas.

¹⁹⁷ “La propia estructura del periódico digital nos permite distinguir dos tipos de sistemas, el sistema alfabético y el sistema alfanumérico. El primero comprende los signos lingüísticos que nos permiten leer y escribir. El segundo sistema, el alfanumérico —cuya denominación debemos al profesor Llorenç Valverde— abarca el mestizaje de signos no sólo lingüísticos sino también informáticos. Este sistema es propio de un entorno digital para el que hay que aprender a leer y escribir programas informáticos, aprender a leer y escribir páginas web, aprender a establecer vínculos o links entre textos, imágenes sonidos, etc. Este último sistema precisa para desarrollarse en el ámbito periodístico de una evolución previa del sistema alfabético en el entorno multimedia digital”. (Pinto Lobo: 2001, 137).

La formación continúa en el ciberperiodismo

El periodista digital debe ser capaz de interpretar, analizar, buscar, evaluar los materiales y documentos digitales y, al mismo tiempo, combinar y crear mensajes periodísticos para el medio on-line. Para ello, requiere de una alfabetización digital que le confiera las competencias necesarias para conocer y manejar los códigos propios del lenguaje digital y, más concretamente, de un lenguaje digital periodístico. Además, la rapidez con que cambian las herramientas tecnológicas exige de estos profesionales un continuo esfuerzo por renovar sus conocimientos. Se trata, en definitiva, de una formación continua de crucial importancia.

“Ya no se trata de considerarse o no digital, la tecnofobia se ha convertido en un lujo para el periodista, y el reciclaje en una necesidad imperiosa. El profesional que no tuvo una formación especializada en el uso y manejo de las nuevas tecnologías tiene que comenzar un peregrinaje forzoso que nace en la pantalla y el teclado de su ordenador y que aún no sé sabe dónde morirá”¹⁹⁸.

La necesidad del periodista digital de ir actualizando continuamente sus conocimientos encuentra en Internet un terreno propicio. La Red se presenta como un espacio virtual de información, comunicación y formación. El periodista digital debe ser un hábil conocedor de la Red y, al mismo tiempo, poseer gran destreza en la búsqueda de datos y en la navegación hipertextual propia de Internet. Junto al potencial informativo de Internet, encontramos infinidad de cursos on-line que, en la mayoría de casos, ofrecen a sus usuarios currículos académicos “a la carta” (esto es, adaptados a las necesidades del estudiante), flexibilidad horaria y herramientas diseñadas para realizar un seguimiento no presencial del curso con garantías.

¹⁹⁸ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 17.

“En el caso particular de este periodista que necesita el reciclaje tecnológico, las autopistas de la información son el medio idóneo para plantearle la formación continuada que precisa. El periodista aprende simultáneamente los recursos propios del temario que le interesa y el uso efectivo de las nuevas tecnologías como herramienta de aplicación práctica en las rutinas de su propio trabajo. Cuando se establece el diálogo hombre/máquina se establece también parte del temario a desarrollar por el alumno. Tan importante será el contenido teórico como las prácticas de navegación o de diseño de productos informativos electrónicos. Utilizar los modernos instrumentos de comunicación, recurrir a ellos con discernimiento, navegar cómodamente en esos universos inmateriales y complejos no es algo espontáneo e inmediato. Requiere haberse construido una representación mental operativa. El periodista no es una excepción, necesita conocer los códigos, los diálogos, las claves, tanto para obtener la información, como para procesarla y emitirla”¹⁹⁹.

El periodista digital debe aprender sobre las nuevas tecnologías para saber (esto es, para conocer la actualidad en este área) y para aplicar ese aprendizaje en su quehacer cotidiano²⁰⁰.

Por último, el periodista digital debe actuar como orientador y garante de una información veraz y de calidad. La gran cantidad de documentos existentes en la Red dificulta el acceso a determinados datos en la medida en que el usuario se

¹⁹⁹ LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negroponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000. P. 17 - 18.

²⁰⁰ “El periodista no puede quedar fuera de este proceso de formación en la redes. Para este profesional, las nuevas tecnologías de la información son a la vez un campo de estudio y una herramienta imprescindible de trabajo. La rápida evolución en el campo de las tecnologías de la información hace que el periodista sea un sujeto de formación especial en el campo de las nuevas tecnologías: no es un mero receptor en la formación, es a la vez emisor de los contenidos aprendidos”. (Luzón: 2000, 16).

siente sobrepasado ante las ingentes cantidades de información existentes en la Red. En este contexto, como se comentó anteriormente, se plantea, entre las nuevas tareas que podría asumir el profesional de la información digital, la de orientar a los usuario en sus búsquedas por Internet, convirtiéndose de este modo en valedor o garante de aquellos sitios web dotados de información útil, veraz y precisa.

“El papel del comunicador entonces, es cada vez más necesario, como mediador y orientador de un usuario, cada vez más dependiente, de una información rápida y eficaz que le ayude a poner orden al caos”²⁰¹.

A partir del conjunto anterior de reflexiones teóricas que abarcan desde el concepto de ciberperiodismo hasta las características del ciberperiodista o periodista digital, en los siguientes capítulos, se procede al análisis de las asignaturas relacionadas, directa o indirectamente, con el ciberperiodismo que actualmente se ofertan en las facultades de Periodismo españolas. De este modo, se estudian sus características relativas al temario, enfoque, curso, etc.

²⁰¹ MORALES, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional. El diario ‘El Tiempo de Piura’”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 123.

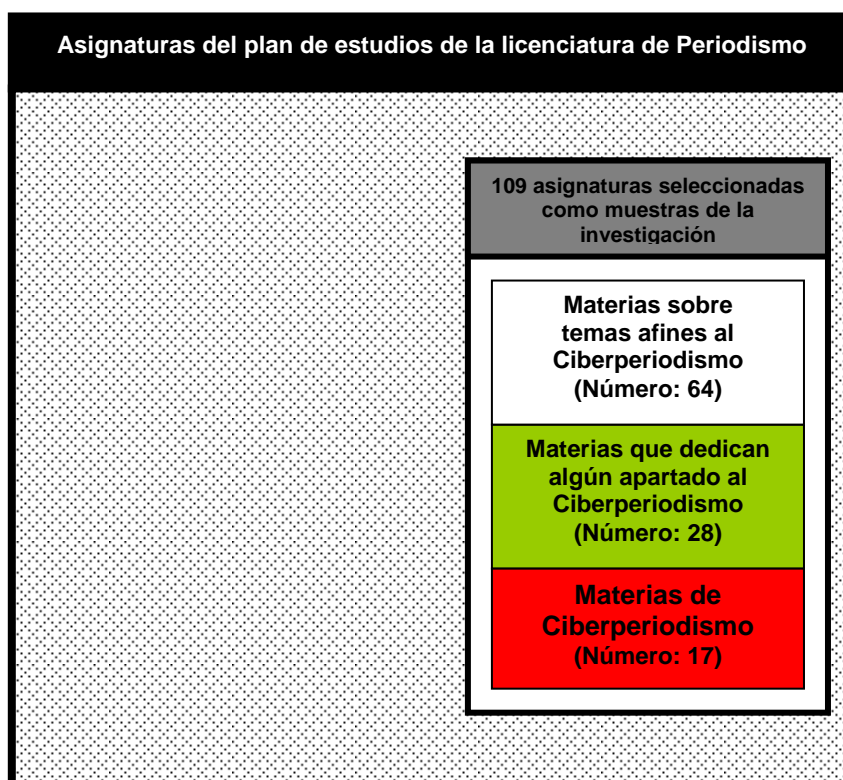
PARTE IV

**Estado actual de la enseñanza del
ciberperiodismo I:
Universidades y Asignaturas**

La universidad y el ciberperiodismo

De la reflexión teórica anterior, se deriva que los planes de estudios de los centros que se dedican a formar a los futuros periodistas deben dotar a estos profesionales —muchos de los cuales podrán encontrar ofertas de trabajos en empresas de Internet— de las competencias que exige el ciberperiodismo. Partiendo de esta necesidad, a continuación, se presentan los resultados del análisis de los programas de 109 asignaturas relacionadas, directa o indirectamente, con el ámbito del periodismo electrónico.

El estudio se estructura en tres grandes bloques. En el primero, más genérico, se estudian las características generales que definen el tipo de asignaturas y de áreas temáticas que trabajan algún aspecto vinculado con el área de estudio de la presente investigación. En el segundo, se estudian las asignaturas que dedican algún apartado o capítulo de su programa al estudio del periodismo electrónico. En el tercero, se realiza un minucioso análisis de aquellas materias que se dedican de manera exclusiva al ciberperiodismo.



Un complejo corpus de estudio

La tarea de reunir el corpus de estudio formado por todas las materias de las licenciaturas de Periodismo de España que imparten contenidos relacionados con el periodismo digital constituye una tarea tan difícil como arriesgada. “Difícil” en la medida en que la compilación de todos los programas es un proceso muy lento. “Arriesgado” porque resulta complicado definir con precisión unos límites que permitan discernir que contenidos pueden considerarse estrechamente relacionados con el ciberperiodismo y cuáles quedarían fuera de esta parcela de estudio.

El primer obstáculo, esto es, el relativo a la compilación del material de estudio ha podido completarse gracias a la generosa colaboración de los responsables de los departamentos de Periodismo de las universidades españolas, así como de docentes e investigadores interesados y comprometidos con el desarrollo de iniciativas tendentes a posibilitar un conocimiento más preciso de todos los aspectos relacionados con el periodismo electrónico.

Por su parte, la selección de las asignaturas que han sido incluidas en el estudio se ha llevado a cabo a partir de una serie de pautas que se detallan en el apartado “**Criterios de selección**”. Las asignaturas seleccionadas se han estudiado partir de las tablas de análisis que aparecen explicadas en el apartado “**Parámetros de análisis de los programas**”.

Asignaturas ‘sobre’ ciberperiodismo

La presente investigación parte del análisis de las materias de 26 universidades españolas que ofertan los estudios de Periodismo. En general, es posible afirmar que este conjunto de universidades ofrecen alrededor de 1.500 materias (entre asignaturas obligatorias, troncales, optativas y de libre elección)²⁰². De ellas, se han seleccionado 109 asignaturas que constituyen el corpus de análisis de esta investigación.

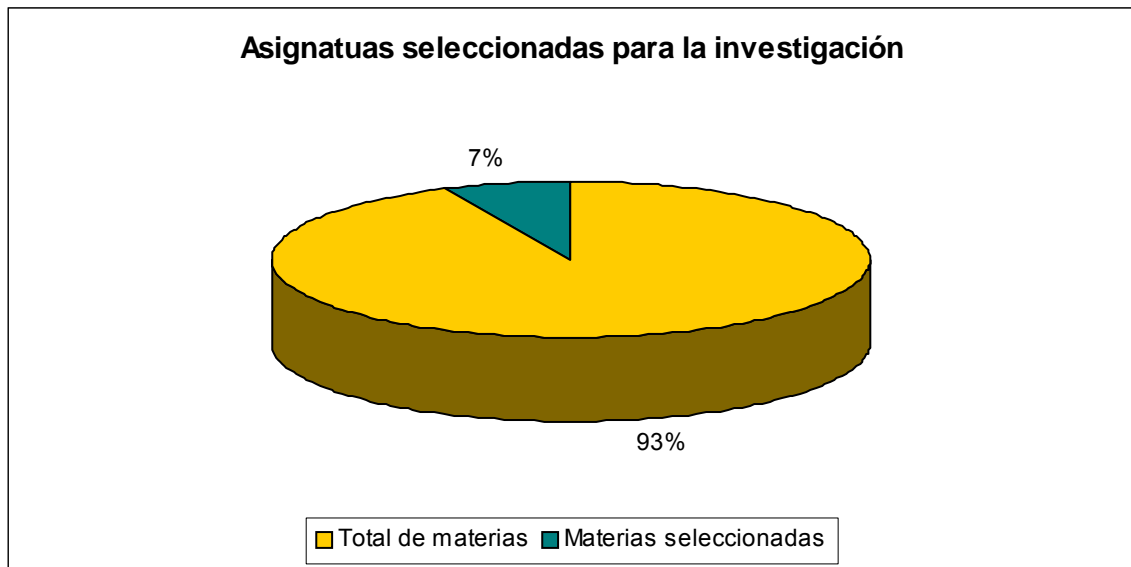
Además, este conjunto de materias se han dividido en tres grandes grupos: materias que tratan temas relacionados con el periodismo en Internet, materias que dedican algunos de sus apartados al estudio del ciberperiodismo y, por último, materias que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo digital²⁰³.

El primer dato que se deriva de la investigación es que las 109 materias que conforman el corpus de análisis constituyen un 7% del total de materias ofertadas en los planes de estudio de la carrera de Periodismo de las universidades seleccionadas. Este dato revela que el estudio del periodismo en Internet o de temas cercanos al mismo es muy reducido en los planes de estudio actuales de las carreras de Periodismo españolas. En este sentido, el 93% de las materias restantes se podrían definir como asignaturas que no tratan temas vinculados con el periodismo digital.

De este modo y partiendo de esta cifra, es posible afirmar que el estudio del periodismo en Internet en las licenciaturas de Periodismo españolas se limita a un número muy reducido de asignaturas.

²⁰² Para calcular esta cifra se han tenido en cuenta una serie de parámetros derivados de la consulta de los planes de estudios de las diferentes universidades incluidas en el estudio. En este sentido, con relación a las materias optativas y de libre elección sólo se han contabilizado aquellas ofertadas por las Facultades de Ciencias de la Comunicación y la Información correspondientes. De este modo, el número promedio de materias por universidad se ha cifrado en 57 (entre asignaturas obligatorias, troncales, optativas y de libre elección).

²⁰³ La investigación dedica un apartado completo al análisis de cada uno de estos grandes grupos de asignaturas.

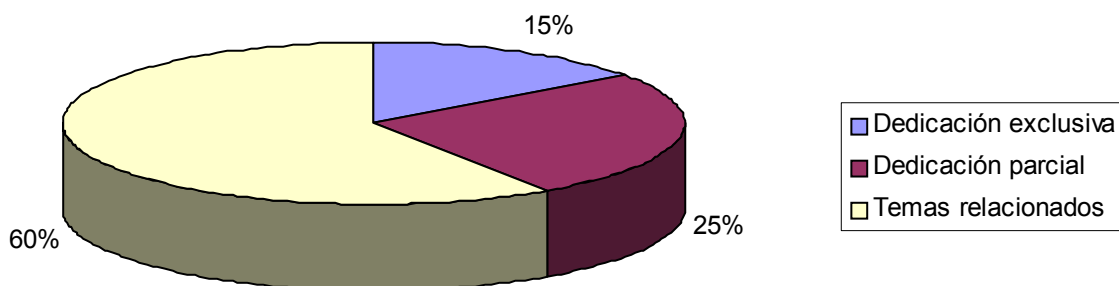


(Fuente: Elaboración propia)

Tras analizar estas 109 materias, que conforman el mencionado 7%, se puede llegar a una serie de conclusiones de gran relevancia en el proceso de elaboración de un “diagnóstico” del estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo en España. Este grupo de 109 materias se ha estudiado diferenciando entre: Materias dedicadas de forma exclusiva al periodismo digital, materias que se dedican parcialmente a este tema y materias que trabajan temas relacionados.

De este primer análisis, se deriva que alrededor de un 40% de las materias seleccionadas tratan (directa o parcialmente) el tema del periodismo electrónico. Este porcentaje es el resultado de sumar el 15% de asignaturas dedicadas de forma exclusiva al estudio del ciberperiodismo con el 25% de materias que dedican alguno de sus apartados a este tema.

El estudio del periodismo electrónico en las asignaturas de las licenciaturas de Periodismo



(Fuente: Elaboración propia. Porcentajes derivados del análisis de las 109 materias que conforman el corpus general de la investigación)

De ellas, un 15% se dedica de manera exclusiva al estudio del periodismo electrónico (aspecto que, como se analizará posteriormente, suele quedar reflejado en el nombre que recibe la materia: Periodismo electrónico, Periodismo digital, Ciberperiodismo...). Por otro lado, un 25% de las materias de este 40% dedica sólo algún apartado (tema, capítulo, etc.) del programa al estudio del periodismo electrónico.

Finalmente, un 60% de las asignaturas estudiadas tratan temas que se podrían considerar “cercaños” o “afines” al área del ciberperiodismo, pero que no se centran en este ámbito. Aún así, se trata de contenidos útiles para la formación de los futuros periodistas digitales. Además, como se indicará más adelante, son, en general, temas que difieren mucho entre sí (por ejemplo, desde aspectos jurídicos a manejo de software).

Sin embargo, los anteriores porcentajes, que nos ofrecen una visión general del estudio del estado actual del periodismo electrónico, merecen ser objeto de un estudio más detallado que permita precisar:

- a) Las áreas temáticas que predominan (tanto en las materias que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico como en las que tratan temas relacionados).
- b) Los objetivos de las asignaturas.
- c) El enfoque (teórico o práctico) de las materias.
- d) El ciclo (primero o segundo) en que se imparten los estudios.
- e) El tipo de material bibliográfico utilizado.

De este modo, será posible acceder a una “radiografía” más precisa del estado actual de la enseñanza del periodismo electrónico y, al mismo tiempo, se podrán detectar algunas carencias (bien, con referencia a los objetivos planteados; bien, con referencia los temas estudiados), repeticiones de contenidos, etc.

Áreas temáticas

El conjunto de asignaturas que tratan el tema del periodismo electrónico o algún tema cercano al mismo se caracterizan por ser de naturaleza muy heterogénea. En este sentido, del total de asignaturas seleccionadas, es posible afirmar que un 15% se centran exclusivamente en el estudio del periodismo electrónico. Posteriormente, se dedica un capítulo de la investigación al estudio de sus características.

Del mismo modo cabe, señalar que según la clasificación por áreas temáticas, el grupo de las asignaturas dedicadas al **Periodismo electrónico (15%)** es el más numeroso. Seguidamente, las materias de **Redacción (13%)**, **Tecnología de la información (13%)** y **Desarrollo de proyectos multimedia (10%)** son las que tienen una mayor presencia.



En el caso de las asignaturas de **Redacción (13%)**, se caracterizan por dedicar, en la mayoría de casos, un capítulo al estudio del diario electrónico y sus principales características. Son materias en las que predomina el componente práctico. Sin embargo, la realización de ejercicios ligados con la “escritura” propia de la web, la gestión de contenidos o el diseño de noticias u otros contenidos periodísticos para el medio digital es escasa. En definitiva, en el marco de estas materias, se suelen presentar, desde un planteamiento descriptivo, las características que presentan los diarios electrónicos y, al mismo tiempo, se detalla cuál ha sido su evolución desde las primeras iniciativas hasta nuestros días. Aún así, y si bien este tipo de contenidos resultan, sin duda, de gran interés y provecho para los futuros periodistas, en la mayoría de casos, los temarios de estas materias adolecen de un enfoque que permita a los estudiantes participar en la creación de materiales periodísticos adaptados a la Red. Por ejemplo, se podría trabajar en la parte práctica de estas asignaturas la redacción de noticias, crónicas, entrevistas o reportajes (por señalar algunos ejemplos de géneros periodísticos que se estudian en las materias de Redacción) adaptados a las posibilidades informativas que ofrece la Red.

Respecto a las asignaturas de **Tecnología de la Información (13%)** cabe señalar que muchas de ellas se centran en un análisis descriptivo de las principales herramientas tecnológicas que se aplican en el campo de la comunicación. En el caso del periodismo electrónico, se dedican al estudio de entornos colaborativos de trabajo aplicados a la comunicación, bases de datos, gestores de publicación de contenidos, etc. Muchas de ellas tratan, desde un punto de vista técnico, el tema de Internet y su funcionamiento (servidores, seguridad en la Red, transferencia de datos on-line, etc.), pero no profundizan en las cuestiones más ligadas al ejercicio del periodista digital (redacción ciberperiodística, tratamiento de fuentes on-line, pautas para una correcta lectura en pantalla, etc.).

En el caso de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid), encontramos la asignatura "Tecnologías Audiovisuales Digitales II" que si bien se centra en el profesional de la comunicación audiovisual, resulta interesante, ya que incorpora, entre sus objetivos, que el futuro profesional conozca el entorno de trabajo digital y las herramientas que puede utilizar en su desempeño profesional. En este sentido, es importante destacar que con la inclusión de la tecnología multimedia, el periodista digital debe trabajar con información de diferente naturaleza: imágenes estáticas y en movimiento, recursos sonoros e información textual. Por ello, no podemos olvidar el componente audiovisual que acompaña al medio digital, especialmente a Internet (aunque realmente todavía no se haya logrado explotar al máximo en los actuales medios on-line).

Por último, el grupo que posee también una presencia destacada es el de las materias que tratan cuestiones relacionadas con el **Desarrollo de proyectos multimedia (10%)**. Se trata de asignaturas que se centran en la explicación de las diferentes fases que preceden a la creación de un producto multimedia. Del mismo modo, dedican alguno de sus apartados al estudio de las características de este tipo de productos. Sin embargo, no siempre se analizan sus posibilidades dentro del terreno de la comunicación.

Respecto al resto de áreas, aún sin ser predominantes en número, resulta interesante realizar un breve análisis del tipo de contenidos que abordan en sus programas y que podrían considerarse de interés en la formación de los futuros profesionales de la información periodística on-line:

Historia de la Comunicación (4%): Desde este campo, los únicos temas vinculados con el periodismo electrónico son aquellos que tratan sobre el origen de Internet y que, desde este punto de partida, analizan la evolución de los medios digitales en todas sus facetas: Televisión interactiva, radio digital y periódicos digitales.

El apartado dedicado a estos temas suele aparecer en el último bloque de los programas, quedando en la mayoría de casos relegado a un plano secundario. En el caso de la asignatura “Historia del Periodismo” (Troncal de cinco créditos, cuarto curso) de la Universidad Autònoma de Barcelona (UAB) encontramos que la cuarta parte del temario se titula “Transformaciones en el Periodismo”. Bajo este título, se tratan temas tan diversos como “La experiencia de la CNN”, “El periodismo local y comarcal” o “El Periodismo especializado”. Del mismo modo, en este bloque se incluyen como dos temas diferentes el “Periodismo digital” y el “Periodismo electrónico”. Este aspecto, si bien pudiera resultar anecdótico, resulta representativo de la falta consenso tanto terminológico como de contenidos que existe en los programas a la hora de abordar este campo de estudio.

Por su parte, en el caso de la materia “Teoría e historia del periodismo” del Instituto de Estudios Europeos de la Universidad CEU – San Pablo (Troncal de 10 créditos, quinto curso) , encontramos que uno de los apartados del temario se denomina “Nuevos factores en la consolidación del modelo periodístico occidental”. Bajo esta denominación, se incluye un subtema titulado “Internet: Aproximación al verdadero modelo de la globalización de las comunicaciones”. En definitiva, se observa como en este bloque, no se hace alusión al periodismo electrónico de manera directa sino que se estudia únicamente el proceso globalizador que la red de redes introduce en el ámbito comunicativo.

En el caso de la Universidad de Murcia, la materia “Teoría e historia del periodismo” (Troncal de 12 créditos, segundo curso) titula el último tema de su programa “Internet y Periodismo: Estudio de los nuevos medios”. Se trata, de nuevo, de un estudio general de los cambios ligados a la aparición de Internet y su aplicación al ámbito comunicativo.

Sociedad de la Información (2%): Se trata de materias que tienen como principal objetivo el estudio de las transformaciones sociales, económicas,

políticas, artísticas y culturales producidas por las tecnologías digitales. Sobre esta área temática, cabe señalar que en el marco de la presente investigación únicamente se han encontrado dos materias dedicadas de forma exclusiva a este tema. Además, se trata de dos asignaturas correspondientes a la misma universidad: la Universidad de Vic. Con relación a estas materias, una de ellas, “Sociedad de la Información”, constituye la primera parte de otra llamada “Fundamentos de Comunicación digital”. Entre los grandes temas que se abordan en estas materias se encuentran los siguientes:

- Sociedad de la Información:

- a) Ciberculturas.
- b) Economía digital.
- c) Estado digital.
- d) Globalización y Sociedad digital.

- Fundamentos de la Comunicación Digital:

- a) Hipertextos (Historia y evolución del concepto).
- b) Interfaces (Tipologías y evolución).
- c) Interacciones (Modelo cognitivo, semicognitivo y narrativo).
- d) Ciberculturas (Comunidades virtuales, infonomía, digital art, etc.).

Internet (1%): En este apartado se han incluido aquellas materias que se dedican exclusivamente al estudio de Internet, desde su faceta técnica hasta sus repercusiones sociales. Si bien muchas de las materias de este estudio incorporan en su denominación la palabra “Internet”, no todas se centran en estos temas. La materia “Sistemas multimedia” de la Universidad SEK de Segovia y la asignatura “Taller de Internet” de la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona) son las únicas que incluyen entre sus objetivos principales el estudio de la red de redes y las transformaciones que ésta ha generado en la sociedad. Es importante señalar que son materias que no se limitan al estudio de las características técnicas de la Red (aspecto que sí trabajan en profundidad las asignaturas de Tecnología de la Comunicación), sino que

reflexionan en torno a las transformaciones y debates que la red de redes introduce en diferentes ámbitos de la sociedad.

Teoría de la Información (2%): Estas materias tienen como principal objetivo el estudio de las teorías existentes en el ámbito de la comunicación. En este sentido, suelen dedicar el último apartado de sus programas a las teorías ligadas a la Sociedad de la Información. Por ejemplo, la Universidad de Vic estructura esta materia, titulada Teoría de la Información, en 7 grandes bloques o unidades, la última de las cuales se denomina “La revolución digital”. En definitiva, podemos señalar que si tratan temas cercanos a los medios digitales, no inciden directamente en el tema del periodismo electrónico.

Fundamentos jurídicos (3%): Este conjunto de asignaturas, que pretenden introducir al alumno en el estudio del ordenamiento jurídico que afecta a diversos ámbitos de la comunicación, presentan algunos apartados ligados directamente con la regulación jurídica de Internet. El Instituto de Estudios Europeos CEU – San Pablo (Madrid), la Universidad de Vic o la Universidad de Murcia tratan estos temas. A grandes trazos, el contenido dedicado a estos asuntos suele abordar los siguientes ítems:

- a) Prestación de servicios en la Sociedad de la Información.
- b) Regulación nacional y supranacional.
- c) Estatuto jurídico de los intermediarios técnicos en Internet.
- d) Derechos de autor en Internet.
- e) Delitos informáticos en el ordenamiento jurídico español.
- f) Regulación de Internet en la Unión Europea.
- g) Ética en Internet.

Diseño web (7%): Este grupo de materias se centran en la explicación de los pasos para la creación de un sitio web. En este sentido, dedican parte de su

temario al aprendizaje del manejo de diversas herramientas de software de diseño y edición web. Entre ellas, las más numerosas son las siguientes:

- a) *Macromedia Dreamweaver.*
- b) *Photoshop.*
- c) *FinalCut.*
- d) *Macromedia Flash.*
- e) *3D Studio Max.*

En muchos casos, el estudio de estos programas suele ir precedido por la explicación de herramientas propias del diseño gráfico, como el *QuarkXPress*, *Illustrator* o *Corel Draw*. Por ejemplo, la Universidad Cardenal Herrera – CEU de Valencia posee una asignatura denominada “Informática aplicada a la Comunicación”. Esta materia, que plantea entre sus objetivos el de “conocer las herramientas necesarias para el tratamiento y difusión de la información en soporte digital”, trabaja los programas *QuarkXPress*, *Adobe Photoshop* y *Macromedia Dreamweaver*.

Al mismo tiempo, muchas de estas materias dedican parte de su temario al estudio de conceptos relativos a usabilidad, modelos de navegación o estructuración de la información en páginas web, entre otros temas. Estos aspectos, aunque en el marco de tales asignaturas no se vinculan con el periodismo electrónico, tratan aspectos de gran utilidad en la formación de los periodistas digitales. No obstante, también existen materias dentro de este grupo que dedican parte de su temario al análisis de publicaciones digitales u otros temas más cercanos al área del periodismo electrónico.

En el caso de la Universidad SEK de Segovia encontramos un caso llamativo en la medida en que en el marco de una materia denominada “Taller de diseño gráfico” se trabaja en torno al desarrollo de sitios web. Esta asignatura dedica parte de su temario al estudio de lenguajes de programación, como Java Script,

PHP, XML, etc. En último término, el objetivo del curso es ofrecer al estudiante los conocimientos necesarios para que pueda desarrollar su propio sitio web. Respecto al nombre de la materia, observamos (como también se produce en otros casos incluidos en esta investigación) que no se corresponde exactamente con el contenido de la misma.

Narrativa multimedia (3%): En el corpus de análisis se han encontrado tres materias que trataban el tema de la narración multimedia interactiva. Este tema se ha separado de las asignaturas sobre **Desarrollo de proyectos multimedia**, ya que hacen especial hincapié en la posibilidades que introduce el hipertexto en la construcción de historias (dentro o fuera del ámbito periodístico). En el caso de la Universidad de Santiago de Compostela, destaca la materia optativa “Lenguaje y guión multimedia” que tiene como objetivo que los estudiantes conozcan los fundamentos teóricos del lenguaje multimedia y aprendan las pautas básicas para la creación de guiones. Por su parte, la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, posee la asignatura de libre configuración “Hiperficción: relatos digitales y narración interactiva”. Esta materia, en la misma línea que la materia de la Universidad de Santiago de Compostela, concibe la narrativa digital como “un nuevo género que sintetiza los medios audiovisuales, las nuevas tecnologías de la comunicación y la larga tradición narrativa, dando lugar a un nuevo tipo de relato: el relato digital interactivo”. Sin embargo, la materia no explora las posibles aplicaciones de la narración on-line en el ámbito periodístico, que sin duda son amplias y que contribuirían a desarrollar unos mensajes periodísticos más adaptados al medio digital y, por ende, más eficaces.

Informática (5%): Junto a los conocimientos teóricos, los expertos coinciden en señalar que el periodista digital deberá poseer conocimientos en el manejo de determinadas herramientas de software. No se trata, en ningún caso, de convertir al profesional de la comunicación en un técnico, programador informático o diseñador. Sin embargo, las características del medio on-line, así

como de los mensajes periodísticos elaborados en el mismo exigirán al periodista disponer de una serie de nociones básicas sobre determinados programas e instrumentos informáticos. El conjunto de herramientas de software del campo del diseño web se han incluido por su especificidad y amplia presencia en los temarios en otro apartado (denominado “Diseño web”). En este caso, el término “Informática” alude a otros tipos de programas, en principio más cercanos al usuario medio, pero que son necesarios para el periodista digital. Se trata, en muchos casos, de herramientas de ofimática que el profesional de la comunicación deberá dominar. En este sentido, algunas universidades disponen de materias que aglutinan en sus programas el estudio de diversas de estas herramientas (en muchos casos, de naturaleza muy variada). Por ejemplo, la Universidad Ramon Llull de Barcelona posee una asignatura denominada “Informática” que trabaja los programas *Macromedia Dreamweaver, Photoshop, FinalCut, Macromedia Flash* y *Acrobat*. Además, en este caso, el propio nombre de la asignatura (“Informática”) puede concebirse como demasiado genérico y poco orientativo del contenido que presenta.

Producción periodística (7%): Las materias dedicadas a esta área de la profesión periodística, que tiene como objetivo el estudio, el análisis y la práctica de los procesos relativos a la toma de decisiones redaccionales que afectan directamente al cierre de los productos periodísticos, resulta de gran importancia en el marco de este estudio. En el caso del periodismo electrónico, encontramos que la rapidez en la toma de decisiones es un aspecto básico debido a la capacidad del medio de publicar informaciones de forma inmediata (publicación on-line). En este sentido y con relación a las siete asignaturas que conforman este grupo, cabe destacar que existen materias que dedican algún apartado de sus temarios al estudio del periodismo electrónico.

En el caso de la materia “Producción periodística” (Troncal de 5 créditos, tercer curso) de la Universidad Autònoma de Barcelona se incluye un apartado titulado “Internet y la agenda de fuentes”. En este bloque, incluido dentro de uno de los

grandes temas del programa (“El proceso de la producción periodística”), se estudian los portales, los buscadores, los links y las listas de discusión o debate. En definitiva, se incorpora el estudio de los recursos informativos que introduce Internet y que pueden resultar de gran provecho para el periodista en el proceso de producción del producto informativo. Sin embargo, la materia no incorpora ningún aspecto ligado a los cambios que introduce la digitalización del mensaje periodístico, como: la posibilidad de publicar on-line informaciones de última hora, las estrategias para la renovación de los contenidos, el manejo de las fuentes on-line u otros aspectos estrechamente ligados al proceso de creación del mensaje periodístico en el medio digital y cuya posibilidad de aplicación es muy reciente.

En el caso de la Universidad San Pablo – CEU de Madrid, encontramos una materia de gran interés. Aunque esta asignatura, que se denomina “Redacción electrónica” (6 créditos, tercer curso), se estudiará posteriormente en el apartado dedicado a las materias que se dedican de manera parcial al estudio del periodismo electrónico, es importante comentarla dentro del conjunto de las asignaturas del ámbito de la Producción periodística, área temática en la que se ha incluido. En primer lugar, merece la pena destacar los cuatro grandes objetivos que persigue, que se pueden resumir en las siguientes líneas:

- a) Ofrecer una visión detallada de los nuevos medios y tecnologías aplicadas al periodismo, comunicación audiovisual y publicidad.
- b) Asociar el mensaje periodístico a las técnicas concretas utilizadas para su generación.
- c) Comprender la importancia del trabajo en equipo, la necesidad de equipos pluridisciplinarios y el trabajo colaborativo en redes.
- d) Lograr que el estudiante se sienta cómodo con la tecnología y la perciba como una pieza fundamental de su trabajo.

Entre los contenidos del programa destacan la introducción al trabajo colaborativo en redes, el workflow o flujo de trabajo editorial, el flujo de trabajo en la empresa de Internet, el teletrabajo y la radio digital y nuevos soportes de comunicación, entre otros. No obstante, merece una especial atención el último bloque del temario que, bajo el título de “Nuevos criterios y técnicas de selección y redacción de la información”, se centra en la selección de fuentes on-line, los recursos existentes en la Red, el proceso de redacción de los contenidos digitales y los nuevos tipos de servicios que inaugura la digitalización. En definitiva, se trata de la materia que abarca el proceso de la “producción periodística” aplicada al medio electrónico de una manera más completa.

Por otro lado, el Centro Universitario Villanueva de Madrid presenta una asignatura titulada “Producción periodística en nuevas tecnologías” (Obligatoria, tercer curso) que incluye entre sus objetivos generales el de “conocer cuáles son las nuevas estrategias que podrán llevar al éxito a la prensa digital”. Esta materia, que será objeto de estudio en el próximo apartado de la investigación, dedica un apartado completo de su temario a la prensa digital. Concretamente, se centra en la reflexión en torno a la situación de la prensa en papel con la llegada de los periódicos digitales, la tipología de servicios y productos informativos que introduce el medio digital, la carrera por el liderazgo en este sector, la situación de los productos audiovisuales en Internet y la valoración comercial de los periódicos on-line. Si bien estos contenidos resultan, sin duda, de gran interés el temario no incorpora ninguna referencia a los aspectos propios de una materia sobre producción periodística, entendida como el conjunto de procesos relativos a la toma de decisiones en la producción del producto informativo. Se trata de un análisis de un cariz más descriptivo sobre la nueva coyuntura comunicativa que introduce la prensa digital.

En el caso de la Universidad Cardenal Herrera – CEU de Valencia, encontramos una asignatura titulada “Producción periodística” (Troncal de 9 créditos, cuarto curso) que considera como su principal objetivo el de “capacitar

al alumno para el uso de las herramientas de comunicación interactiva” y, más concretamente, “ejercitar al alumno para desarrollar la capacidad de creación y mantenimiento de sitios web”. Sin embargo, este apartado, más estrechamente ligado al medio digital, se limita a la parte práctica de la materia. El temario de la parte teórica, por su parte, trabaja temas relativos al producto periodístico y al mercado de la información. En este sentido, sólo encontramos una referencia directa a los medios digitales en el bloque titulado “Producción de programas informativos” en el que se trabaja en torno a la prensa, a la radio, a la televisión y, por último, a los medios electrónicos.

Por otro lado, la Universidad Europea de Madrid – CEES presenta una materia llamada “Producción periodística” (6 créditos, cuarto curso) que considera como objetivo prioritario lograr que los estudiantes aprecien las diferencias entre la producción de un medio impreso y de un medio digital. Este planteamiento se presenta como muy interesante y provechoso, ya que permite que los alumnos comparen ambos procesos productivos (papel / digital) y, de este modo, éstos pueden observar las diferencias y los aspectos compartidos entre estos soportes. El tema dedicado al periodismo digital analiza las características de los mensajes del medio on-line, de sus periodistas y de sus lectores. Además, se trabaja el tema de los weblogs, aspecto que resulta muy atractivo tanto por su carácter innovador como por su grandes posibilidades en la producción (creación y difusión) de contenidos informativos (tanto para los periodistas como para los lectores).

Por último, la Universidad Complutense de Madrid presenta una materia titulada “Producción periodística en nuevas tecnologías” que dedica una gran parte de su temario al estudio de cuestiones estrechamente ligadas a la producción informativa que introduce la digitalización tanto de los procesos como de los productos informativos. Básicamente, la asignatura estructura su temario en dos grandes bloques. El primero, a partir de la definición del concepto de tecnología, estudia las posibilidades del ordenador como herramienta y soporte, las

características y aplicaciones de Internet, el significado del proceso de convergencia mediática y, por último, analiza el concepto de “nuevas tecnologías”. Posteriormente, el temario se centra en los aspectos ligados a la producción periodística desde los medios impresos hasta las características de la empresa informativa en el ciberespacio. En este sentido, se trabaja el tema de la captura y fiabilidad de la información on-line, las pautas para definir la estructura y diseño de un periódico digital y las características del concepto de “edición” y “tirada” que introduce el medio digital. En el marco de esta materia, resulta especialmente interesante la trascendencia que se otorga a la necesidad de configurar nuevos criterios en la producción informativa. En este sentido, no se presenta este proceso como algo cerrado sino que se plantea la necesidad de reflexionar en torno a las pautas definitorias del proceso de producción periodística en los medios electrónicos.

En el caso de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid), encontramos una asignatura que se ha adaptado a las transformaciones propias de la digitalización, aspecto que se percibe en la denominación que han adquirido: “Tecnologías digitales I: Edición y Producción en soportes impresos y electrónicos”. La materia incluye la siguiente reflexión en la introducción de su programa: “Para que la idea original del periodista se materialice en la forma en que la concibió es necesario conocer el trabajo de estos profesionales y los procesos que transforman una idea en una realidad material o electrónica”. La materia contempla también la dimensión electrónica que, con la digitalización, adquieren los productos periodísticos. En esta misma línea, el programa presenta otra afirmación de gran interés en el marco de la presente investigación: “La comunicación con los profesionales de las editoriales, las fotomecánicas, las imprentas y la empresas de producción multimedia sólo será posible si el periodista conoce qué pueden ofrecerle, en qué forma ha de entregarles el trabajo y qué puede y qué no puede exigirles”. Esta acotación resulta muy interesante en la medida en que nos aproxima a las competencias que debe asumir el periodista digital y establece que éste no debe ser un

experto en el manejo de las herramientas de software u otros aspectos técnicos ligados al periodismo electrónico. Sin embargo, sí que debe ser conocedor de las posibilidades de estos instrumentos técnicos para poder explotarlos de la mejor manera posible en la creación de sus mensajes periodísticos. Del mismo modo, tal y como se apunta en el citado programa, el periodista digital debe conocer cuál es la forma idónea de entrega de sus materiales para su posterior difusión en los medios.

Respecto a los temas tratados en la materia “Tecnologías digitales I: Edición y Producción en soportes impresos y electrónicos”, se observa una amplia presencia de los contenidos ligados con los sistemas de pre-impresión e impresión en soporte papel. Los contenidos ligados al soporte electrónico quedan relegados a dos apartados: “Los soportes electrónicos. Distribución de documentos de acuerdo con los estándares del mercado” y “El trabajo en red”.

En conclusión, es posible afirmar que las materias de Producción periodística constituyen un ámbito de gran importancia en el proceso de inclusión del periodismo electrónico en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo. En la medida que se centran en el estudio de las técnicas y los procesos de materialización de los productos informativos en diferentes soportes y medios de comunicación, estas asignaturas deben empezar a incorporar progresivamente en sus temarios los aspectos ligados a la producción de los contenidos periodísticos en los medios electrónicos. No se trata de llevar a cabo un trabajo descriptivo de las características de las herramientas que introduce el medio digital, sino más bien profundizar en el estudio de los procesos de producción de mensajes informativos on-line en todos sus niveles: selección y validación de fuentes, definición de la agenda temática, estrategias de renovación de los contenidos publicados, pautas para la elaboración de los materiales multimedia, aspectos ligados a la publicación y difusión de las informaciones, etc. Del mismo modo, estas materias no deben responder a un planteamiento exclusivamente teórico. Su metodología debe

combinar la explicación de los contenidos teóricos con el desarrollo de ejercitaciones de carácter práctico.

Muchos autores han hecho especial hincapié en el hecho de que numerosos medios electrónicos se limiten a publicar en su edición digital las mismas noticias que han publicado en sus ediciones en papel. Este aspecto viene a revelar la inexistencia de unas rutinas de producción específicas adaptadas a las posibilidades del medio digital.

“Los grupos multimedia han puesto en marcha hace tiempo estructuras empresariales y profesionales propias para radios, cadenas de televisión, periódicos y revista, pero no, o muy insuficientemente al menos, para ese producto que ponen en Internet. Todo lo más, y a veces de forma automática o semiautomática, se maquetan las mismas noticias que se han de imprimir para el formato digital”²⁰⁴.

Tal y como señala el profesor de la Universidad del País Vasco Javier Díaz Noci el producto informativo que se presenta en Internet es, en la mayoría de casos, el resultado de un proceso de producción elaborado por profesionales que se limitan a llevar a cabo una acción de volcado de contenidos desde el soporte papel al soporte digital. De este modo, los mensajes difundidos a través del medio on-line no consiguen extraer el máximo provecho de las posibilidades comunicativas de este medio y, del mismo modo, el periodismo electrónico se desarrolla sin poseer unas estructuras profesionales y unas rutinas de producción adecuadas a su naturaleza no lineal, interactiva, multimedia y estrechamente ligada a la inmediatez. Con relación a todo ello, las materias de producción periodística deberían ser capaces de cubrir este espacio y ofrecer a los estudiantes la formación y las competencias necesarias para conocer y

²⁰⁴ DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1. P. 83-84.

poder poner en marcha el proceso de producción periodística de contenidos informativos on-line.

Documentación (6%): Este grupo de materias, que trabajan en torno al tema de las fuentes de información y los sistemas de información y documentación, se caracterizan por dedicar gran parte de sus temarios al estudio de las posibilidades de Internet como fuente de información, así como a las metodologías para un correcto uso de la red de redes desde el punto de vista de la documentación. En este sentido, los temas que predominan son los siguientes:

- a) Soportes de información digital
- b) El ciclo de la información electrónica.
- c) Bases de datos.
- d) El hipertexto.
- e) Lenguajes y estrategias de recuperación de la información electrónica.
- f) Servicios informativos de Internet.
- g) Herramientas para la búsqueda de información en Internet.
- h) Evaluación de recursos informativos electrónicos.

Dentro de este grupo merece una mención especial, la materia “Documentación digital en los medios” de la Universidad de Málaga. Esta materia (optativa de segundo ciclo) tiene entre sus objetivos la capacitación del estudiante para que pueda desenvolverse con facilidad en el entorno de los medios digitales. Del mismo modo, se propone que el alumno conozca en profundidad el panorama general de los servicios de información digitales de los medios (especialmente, de la prensa electrónica). La materia, que busca concienciar a los estudiantes de los cambios que ha introducido la producción y distribución de la información digital, especialmente, en el ámbito de los medios de comunicación, también

proporciona a los alumnos destrezas y técnicas para la identificación, localización y recuperación de información en un entorno digital.

Se trata de un caso interesante en la medida en que viene a demostrar la gran capacidad de Internet como fuente de información. Del mismo modo, incide en la importancia que la red de redes posee y poseerá en el trabajo de los profesionales de la información periodística que tendrán que recurrir a Internet en sus procesos de documentación. En este sentido, la Red con más de 25 millones de sitios web, plantea grandes retos en cuanto a la gestión, clasificación y definición de unas estrategias de acceso a la información eficaces y útiles. A estos aspectos, se une la necesidad de definir una serie de criterios que contribuyan en el proceso de categorización de las fuentes de información y en la definición de la validez de las mismas.

Estructura de la Comunicación (6%): Este conjunto de asignaturas se centran en la explicación de la estructura mundial de la comunicación de masas. En este sentido, estas materias estudian los sistemas comunicativos locales, nacionales, regionales y supranacionales.

Aunque no se inserta específicamente en el ámbito de las materias de “Estructura de la Comunicación”, merece especial atención el caso de la asignatura “Periodismo Especializado II: Local y Comarcal” (Troncal de 5 créditos, cuarto curso) de la Universidad Autònoma de Barcelona. Esta materia gira en torno al estudio del periodismo propio del ámbito local y comarcal y, especialmente, las posibilidades de desarrollo de estos medios. En este sentido, el programa otorga una especial importancia al análisis de cómo la implantación de las nuevas tecnologías de la información han contribuido al desarrollo de este tipo de periodismo. Concretamente, se trabaja el tema de las publicaciones digitales a nivel de municipios, la posibilidad de incrementar la participación ciudadana en el discurso mediático mediante la creación de un buzón virtual permanente y las posibilidades laborales que la aplicación de las

nuevas tecnologías de la comunicación presentan a los periodistas en este campo de trabajo. Por otro lado, el temario dedica un apartado al estudio de las fuentes y servicios que introduce Internet tanto a nivel institucional como popular. Del mismo modo, en el apartado dedicado a los gabinetes de prensa, se reflexiona sobre las ventajas y posibilidades que introduce la Red en el ejercicio profesional de los periodistas.

En el campo de la Estructura de la Comunicación, el Instituto de Estudios Europeos CEU – Madrid presenta una materia, titulada “Sistemas informativos del mundo actual” (Optativa de 6 créditos, segundo ciclo) que trabaja dos temas de gran interés en el estudio del periodismo electrónico desde una dimensión más global. Por un lado y dentro del tema “Flujos: Información periodística”, dedica un apartado al estudio de los servicios de noticias en Internet. Este aspecto resulta interesante en la medida en que extiende el alcance del periodismo digital más allá de los diarios electrónicos y estudia el fenómeno relativo a las “agencias” virtuales que difunden informaciones a través de la Red. Además, en otros de los temas del programa, la reflexión se focaliza en Internet y sus implicaciones sociales y de poder.

Por su parte, la Universidad Complutense de Madrid posee una asignatura optativa titulada “Influencias culturales de las nuevas tecnologías” que estudia con sumo detalle las transformaciones, problemas y retos que las nuevas tecnologías de la información han introducido en los diferentes ámbitos de la sociedad. La aldea global, la comunicación on-line frente a la comunicación de masas tradicional, la presencia de las tecnologías de la información (TIC) en los países en desarrollo, el crecimiento e internacionalización de las empresas basadas en las TIC, el impacto de la informática en la sociedad, la tecnología de redes (móviles, intranets, satélites, cables, redes LAN, etc.), los contenidos difundidos por las llamadas autopistas de la información (hipermedia, herramientas de búsqueda, información a la carta, etc.), el control y la regulación de las TIC, la globalización informativa (prensa, radio, televisión,

agencias de noticias, grupos multimedia, etc.), las políticas de comunicación existentes en torno a las TIC, la realidad virtual, etc. En definitiva, esta asignatura destaca por presentar un detallado análisis del sistema comunicativo que introducen las TIC, así como de sus repercusiones en diferentes ámbitos: economía, política, ámbito doméstico, etc. El conocimiento de estos aspectos es muy importante para una completa formación de los profesionales de la información.

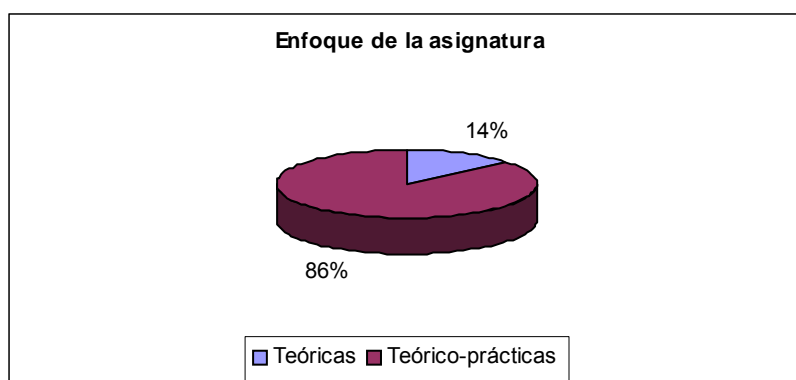
No obstante, el estudio del ciberperiodismo como tal en las asignaturas de “Estructura de la Comunicación” se limita a un aspecto de carácter descriptivo y queda relegado a un segundo plano. Aún así, los contenidos expuestos en estas materias constituyen un aporte básico para la formación de los profesionales de la información en la medida en que les permite conocer y situarse en el complejo entramado comunicativo que introduce la Sociedad digital.

Otros (4%): Dentro de este grupo se han incluido aquellas materias que no respondían a ninguna de las áreas temáticas definidas anteriormente, pero que incluían algún aspecto cercano al área del ciberperiodismo. En la mayoría de los casos, se trata de asignaturas sobre diseño gráfico que dedican un tema o, incluso, en ocasiones, únicamente un subtema, a aspectos relativos al diseño digital sin vincularlos directamente con aspectos de índole periodística. En este sentido, la Universidad Pontificia de Salamanca posee una materia denominada “Fundamentos de la Comunicación visual” (Obligatoria de 6 créditos) que dedica un subtema, curiosamente el último de todo el temario, al diseño gráfico en las páginas web. En el caso de la Universidad de Vic, encontramos también una asignatura que responde a estos parámetros. Se trata de la materia “Taller de infografía” (3,5 créditos, tercer curso) que dedica el último apartado de su temario a un tema cercano al periodismo electrónico: “La introducción a la infografía on-line y sus posibilidades”. En ambos casos, se podría hablar de un esfuerzo por incorporar en programas de asignaturas no vinculadas

directamente con el periodismo electrónico, cuestiones de estudio derivadas del medio on-line.

Enfoque de las asignaturas: Teoría / práctica

El establecimiento del tipo de enfoque (teórico o práctico) de las asignaturas que tratan temas cercanos al estudio del periodismo electrónico era una de las metas de la primera fase de análisis del corpus seleccionado. En este sentido, los resultados demuestran que el número de materias que combinan la teoría con la práctica (86%) supera ampliamente a aquellas que presentan únicamente un planteamiento teórico (14%). Este dato hace referencia al conjunto de las 109 asignaturas seleccionadas en el marco de la presente investigación. Al mismo tiempo, debido a la gran variedad temática de las asignaturas incluidas en esta primera fase del estudio (desde materias sobre “Fundamentos jurídicos” hasta materias sobre “Diseño web”), se ha considerado más oportuno volver a establecer estos datos en los siguientes apartados de la investigación, esto es, el capítulo dedicado al estudio de la asignaturas que tratan el tema del periodismo electrónico (en alguno de sus apartados o temas) y en el capítulo dedicado al análisis de las materias que se centran de forma exclusiva en este tema. De este modo y más allá del aspecto porcentual, se detallarán el tipo de ejercicios y prácticas detallando los objetivos y otros requerimientos de las mismas.

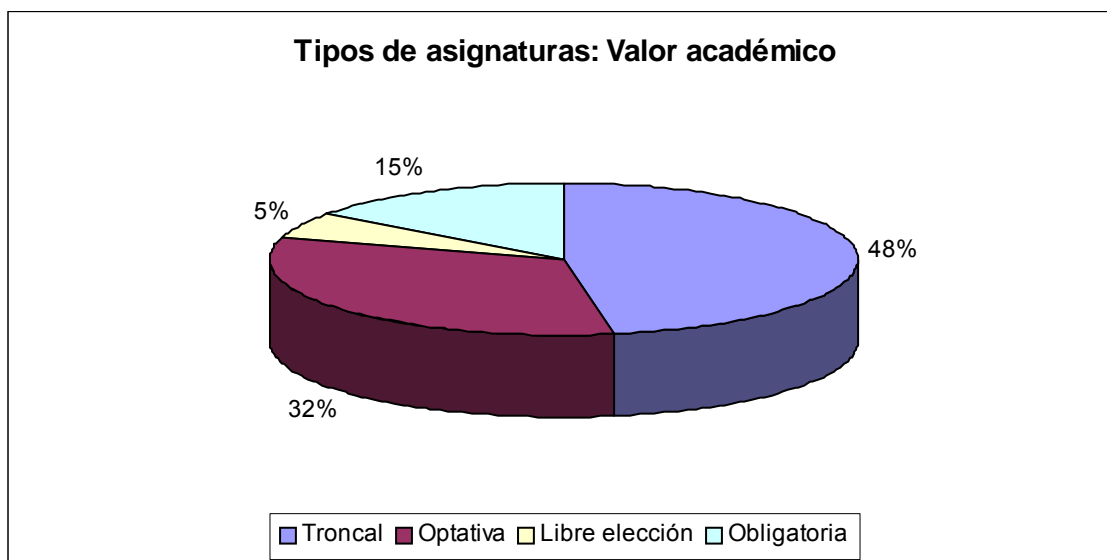


(Fuente: Elaboración propia).

Tipos de asignaturas: Valor académico

El conjunto de asignaturas seleccionadas, un total de 109, se han clasificado en función de la modalidad académica de las mismas, esto es, si se trataba de materias troncales, obligatorias, optativas o de libre elección. Esta clasificación resulta interesante en la medida en que permite, conocer qué porcentaje de las materias vinculadas, directa o indirectamente con el ciberperiodismo, de las licenciaturas españolas de Periodismo, cursará con total seguridad el futuro profesional de la comunicación y cuáles se le ofrecerán como posibilidades de estudio, pero nunca como requisitos indispensables para poder licenciarse.

En este sentido, y tras estudiar este amplio y heterogéneo conjunto de materias que conforman el corpus de la investigación, es posible afirmar que los estudiantes cursarán un 63% de ellas durante su proceso de formación como periodistas. De ellas, un 48% son asignaturas troncales y un 15% son materias obligatorias.



(Fuente: Elaboración propia).

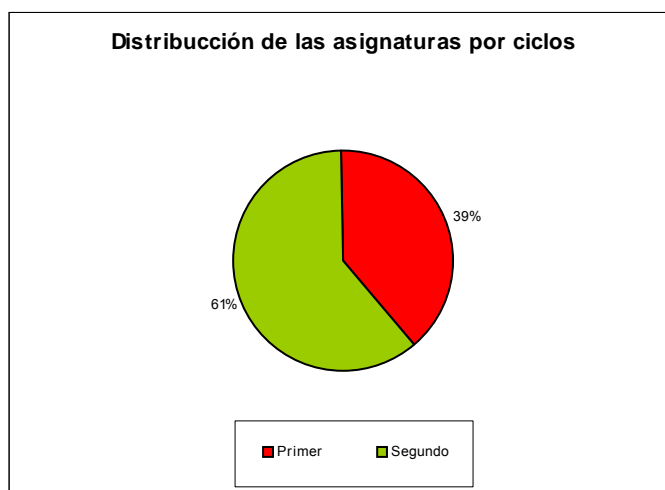
Por su parte, en un 37% de los casos, el estudiante deberá escoger entre un determinada oferta de asignaturas, bien sean de libre elección u optativas, para completar el conjunto de materias que conformarán su expediente académico.

En conclusión, es posible afirmar que de las 109 materias seleccionadas existe la garantía de que los estudiantes cursarán un 63% de las materias vinculadas con el periodismo electrónico, cifra resultante de la suma del 48% de asignaturas troncales y el 15% de asignaturas obligatorias. Este dato no permite afirmar que el porcentaje de materias vinculadas con el ciberperiodismo que un estudiante de Periodismo cursará sea suficiente, ya que la muestra seleccionada es muy amplia e incluye materias muy diversas en cuanto a contenidos. Por ello, en los siguientes apartados, tanto en el dedicado a la materias que estudian parcialmente el periodismo electrónico como en el que se basa en las asignaturas que trabajan este tema de forma exclusiva se analizará de nuevo este dato.

Distribución de asignaturas por ciclo y curso

A partir del análisis del corpus de la investigación se puede afirmar que un 61% de las materias seleccionadas se imparten en el segundo ciclo de las licenciaturas de Periodismo; mientras que el 39% se ofrecen en el primer ciclo. De este dato se derivan dos conclusiones. Por un lado, una primera conclusión

permitiría afirmar que los estudiantes cursan la mayoría de asignaturas relacionadas con el ámbito del periodismo electrónico poseyendo ya una formación de base sobre Redacción, Estructura de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Teorías de la Comunicación y Tecnología de



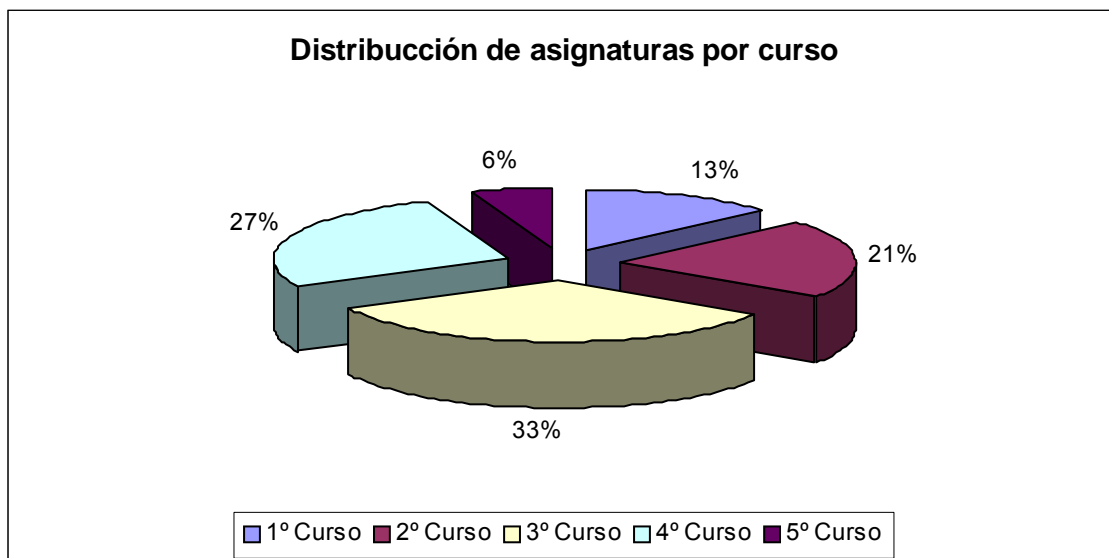
(Fuente: Elaboración propia).

la Comunicación, entre otras áreas. Por otro lado, y como segunda conclusión, se puede afirmar que los estudiantes no tienen un contacto amplio con los aspectos ligados al ciberperiodismo hasta los últimos años de carrera.

Con relación a la distribución de estas materias a lo largo de los diferentes años de duración de la licenciatura de Periodismo²⁰⁵, se puede señalar que el mayor número se concentra en el tercer curso (33%), concretamente el año en el que los estudiantes pueden escoger entre una mayor oferta de asignaturas optativas y de libre elección. Seguidamente, el cuarto año (27%), en el que los alumnos deben cursar también un amplio número de créditos correspondientes a materias optativas y de libre elección, es el que acumula un mayor número de las materias relacionadas con el periodismo digital. Más allá del 6% relativo a las universidades en las que la carrera presenta una duración de cinco años,

²⁰⁵ Es necesario apuntar que en algunas universidades, debido al tipo de plan de estudios que poseen, la licenciatura de Periodismo presenta una extensión de cinco años, frente a la duración de cuatro años de la mayoría de universidades.

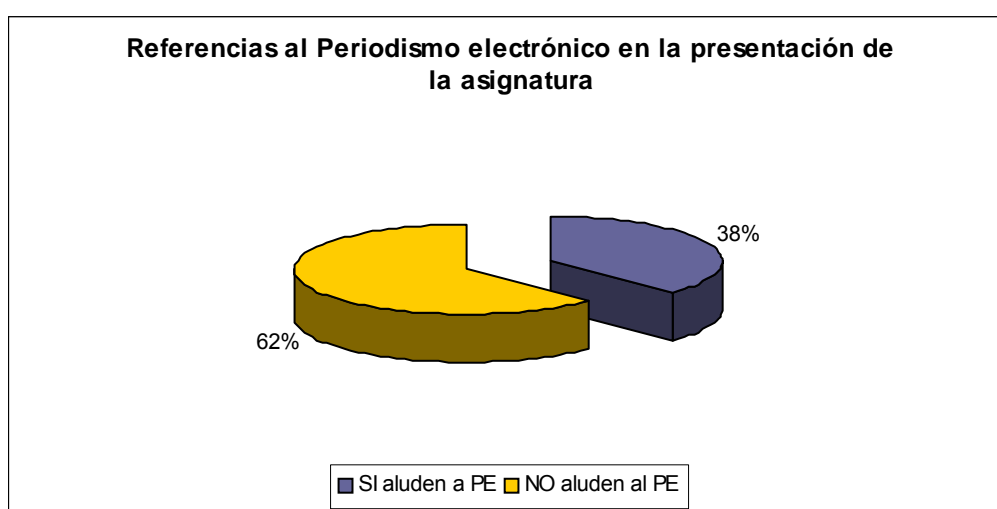
cabe destacar que el número de materias que se concentran en el primer año de carrera es el más reducido (13%).



En conclusión, se constata que la presencia del ciberperiodismo es menor en el primer ciclo de estudios, aspecto que viene indicar que el contacto del estudiante con este tema se produce en los últimos años de la licenciatura.

Referencias al ciberperiodismo en los programas

Del estudio de los programas de las 109 asignaturas, se deriva que en un 62% de los casos no se realiza ninguna alusión al ciberperiodismo en el apartado destinado a sintetizar el contenido de la materia o en el espacio en el que se recogen los objetivos de la misma. Este tipo de referencias sí que se realizan en el 38% de las materias analizadas, en las que el periodismo electrónico aparece de forma directa como uno de los temas de interés de la asignatura.



(Fuente: Elaboración propia).

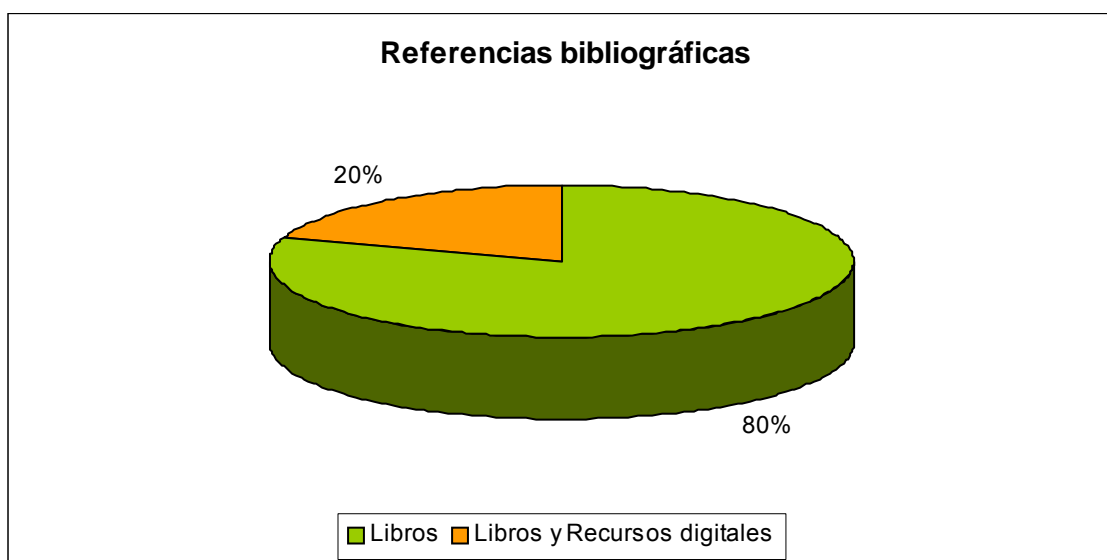
En este sentido, podemos afirmar que, si bien el corpus de estudio está formado por un amplio número de materias que incluyen temas relacionados directamente con el periodismo electrónico o bien cercanos a esta área, en la mayoría de casos (62%) no se realiza ninguna mención al mismo. Este aspecto denota, en unos casos, la poca importancia que se concede a este tema dentro del programa general de la materia. El ciberperiodismo aparece mencionado en algunos de los temas o apartados del temario, pero no se hace alusión a él en la presentación de la asignatura.

En el resto de casos, no sólo no se realiza ninguna mención al periodismo electrónico en la presentación de la materia sino que ni siquiera aparece tratado en el temario de la misma. Se trata de asignaturas que abarcan contenidos que

pueden considerarse próximos al ámbito del periodismo electrónico (narrativa multimedia, diseño web, desarrollo de proyectos multimedia, manejo de software de edición, gestión o publicación web, etc.), pero que no presentan, en sus programas, ningún esfuerzo por ponerlos en contacto.

Referencias bibliográficas

Respecto a las referencias bibliográficas de las 109 asignaturas seleccionadas, tanto de su bibliografía básica como de la complementaria, el análisis demuestra que el 80% de ellas solo se incluyen libros en soporte papel. Si bien todas las materias poseen algún tipo de vínculo con la digitalización (narrativa multimedia, Internet, creación de sitios web, tecnología, etc.) sólo un 20% de éstas incorpora recursos digitales (Cd-Rom, sitios web, etc.) como material de estudio de interés.



(Fuente: Elaboración propia).

**Estado actual de la enseñanza
del ciberperiodismo II:**
Asignaturas que tratan parcialmente el
tema del periodismo on-line

Asignaturas que tratan parcialmente el tema del periodismo on-line

En el marco de la investigación se ha considerado necesario dedicar un capítulo al estudio de aquellas materias que dedican algún apartado o capítulo de su temario al estudio del ciberperiodismo. La “juventud” de esta área de estudio, unida a la dificultad que, en algunos casos, existe para incluir nuevas materias en los planes de estudios, ha hecho que muchas asignaturas sin modificar su nombre original hayan incluido en su temario un apartado dedicado al estudio del periodismo digital (con el pertinente desajuste que esto conlleva). Este conjunto de materias tratan parcialmente el tema del periodismo digital es el que conforma este capítulo de la investigación. Como se señaló anteriormente, este grupo constituye un 25% del conjunto formado por las 109 asignaturas seleccionadas.

En cada caso se ha procedido al estudio, desde un planteamiento cuantitativo y también cualitativo, de los aspectos más importantes con relación al objetivo del trabajo: la descripción del estado actual del estudio del ciberperiodismo en las universidades de Periodismo de España. Los aspectos que se han analizado son los siguientes:

- **Las áreas temáticas en que se insertan las asignaturas.**
- **El enfoque (teórico o práctico) de las materias.**
- **El ciclo (primero o segundo) en que se imparten estos estudios.**
- **El tipo de material bibliográfico utilizado.**

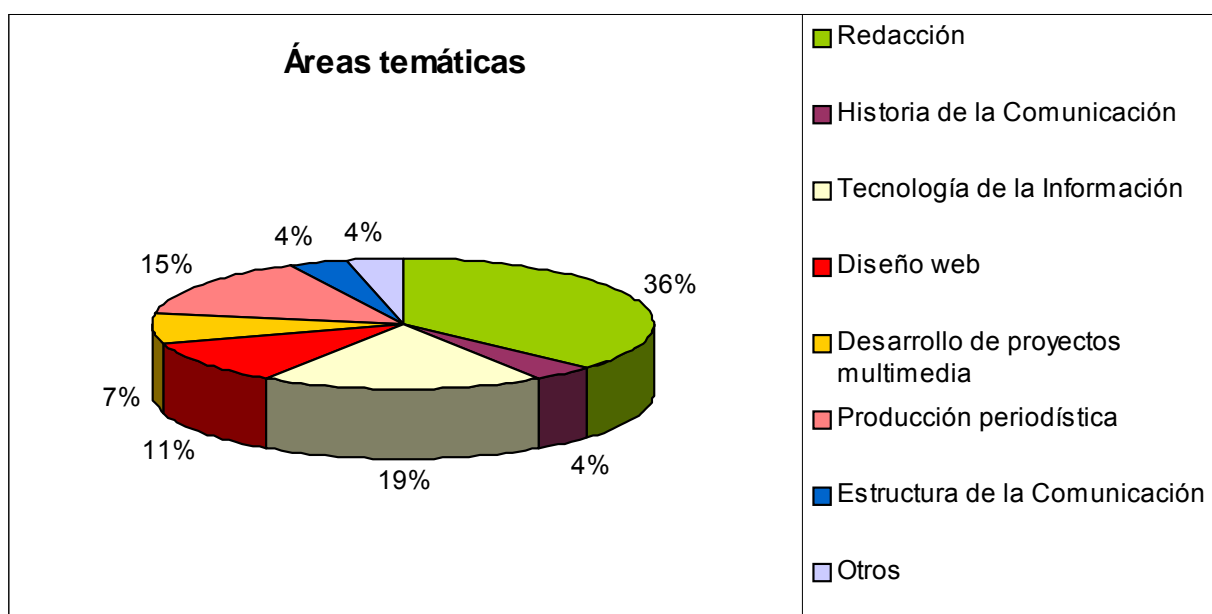
Junto a las materias que se dedican exclusivamente al estudio del periodismo electrónico (un 15% del total de la muestra analizada) que se estudiarán en el próximo capítulo, la asignaturas que dedican parte de su temario al ciberperiodismo constituyen un importante porcentaje de la muestra (un 25% de las materias estudiadas). Por ello, su análisis resulta de gran importancia en el

marco de la investigación. Las materias que componen este grupo son las siguientes:

ASIGNATURAS QUE DEDICAN ALGÚN APARTADO AL ESTUDIO DEL PERIODISMO ELECTRÓNICO	
LISTADO DE UNIVERSIDADES Y MATERIAS	
Universidad Autónoma de Barcelona	-Teoría y Práctica de la Redacción Periodística -Historia del Periodismo -Periodismo especializado II: Local y Comarcal -Géneros informativos e interpretativos
Universidad de Málaga	- Diseño digital -Tecnología de la Comunicación Periodística -Técnicas del mensaje periodístico
Universidad Rovira i Virgili - Tarragona	-Géneros informativos
Univ. CEU San Pablo Madrid	-Redacción electrónica
Univ. Sevilla	-Tecnología de la información escrita -Nuevas tecnologías de la información y de la Comunicación
Centro Universitario Villanueva (Madrid)	-Producción periodística en nuevas tecnologías
Instituto de Estudios Europeos de la Universidad San Pablo-CEU	-Redacción periodística II -Tecnología de la información: Fundamentos
Universidad Cardenal Herrera – CEU-Valencia	-Producción periodística -Redacción periodística -Periodismo especializado
Universidad Complutense de Madrid	-Producción Periodística en Nuevas Tecnologías -Influencias culturales de las nuevas tecnologías -Nuevas tecnologías en la producción -Tecnología de la información
Universidad de Murcia	-Comunicación e información escrita
Universidad de Navarra	-Diseño audiovisual - Comunicación Multimedia I
Universidad de Vic	-Teoría y Técnica de los Medios escritos I
Universidad Europea de Madrid CEES	-Periodismo especializado -Producción periodística
Universidad Rey Juan Carlos	-Redacción periodística I: Géneros informativos e interpretativos

Áreas temáticas

El estudio del grupo de las materias que dedican un apartado de su temario al ciberperiodismo nos permite señalar cuatro áreas temáticas como las que más protagonismo otorgan a este tema. Se trata, por este orden, de las materias de: **Redacción (36%)**, **Tecnología de la información (19%)**, **Producción periodística (15%)**, **Diseño web (11%)** y **Desarrollo de proyectos multimedia (7%)**.



(Fuente: Elaboración propia).

En este sentido y dentro de este grupo de materias, es posible afirmar que el periodismo electrónico ha tenido una mayor acogida en el conjunto de asignaturas que se dedican al estudio de los géneros periodísticos informativos e interpretativos (noticia, entrevista, crónica y reportaje). En general, podemos señalar que, en el caso de las materias del área que hemos definido como **Redacción (36%)**, los temas predominantes son los siguientes:

Nuevas tecnologías y Comunicación	<i>Influencia de las tecnologías de la información sobre el proceso informativo.</i>
Redacción on-line	<i>Pautas para escribir en Internet.</i>
Periódico electrónico	<i>El diario electrónico: Características y antecedentes.</i>
Géneros periodísticos en la Red	<i>Transformación de los géneros periodísticos informativos en el ciberespacio (Posibilidades que introduce el medio digital en la construcción de estos mensajes periodísticos).</i>
Hipertexto y mensajes periodísticos	<i>El hipertexto aplicado a la información.</i>
Organización de una redacción electrónica	<i>Redacción electrónica: Características y modo de funcionamiento.</i>
Periodista electrónico	<i>El periodista digital: Perfil del profesional de la información electrónica.</i>

Con relación a las materias enmarcadas en el ámbito de **Tecnología de la información (19%)**, destacan una serie de puntos con relación al tema del ciberperiodismo. Concretamente, se podrían resumir del siguiente modo:

Organización de una redacción electrónica	<i>Redacción electrónica: Características y modo de funcionamiento.</i>
Internet y comunicación	<i>Potencialidades informativas de la red de redes: productos y servicios informativos.</i>
Nuevas tecnologías y aspectos legales	<i>Regulaciones, normativas y otros temas legales vinculados con las nuevas tecnologías de la comunicación y su aplicación en el ejercicio profesional del periodismo.</i>
Periódico electrónico	<i>El diario electrónico: Características y antecedentes.</i>
La radio y la televisión digital	<i>Estudio de las características y posibilidades del medio radiofónico y del televisivo en el escenario digital.</i>
Periodista electrónico	<i>El periodista digital: Perfil del profesional de la información electrónica.</i>

En general, este grupo de materias dedican apartados de su temario al estudio del periodismo electrónico desde un planteamiento teórico. En este sentido, ofrecen al estudiante las características del panorama mediático que inaugura la digitalización, especialmente, Internet.

Por otro lado, podemos observar cómo algunos de los temas tratados en el área de Redacción también se estudian en el conjunto de las materias englobadas en el área temática de Tecnología de la información. Del mismo modo, el contenido tratado es el mismo, esto es, no se observa ninguna variación en el enfoque y/o objetivos a pesar de que se trata de materias diferentes. Los temas que aparecen con mayor frecuencia en los temarios de las asignaturas de ambas áreas son los siguientes:

- a) Redacción electrónica: Estudio de la organización propia de una redacción de un diario electrónico, así como de las rutinas de producción que se aplican en ella.
- b) Periódico electrónico: Análisis de los antecedentes, modelos y posibilidades que introduce el periódico digital.
- c) Periodista electrónico: Estudio del perfil profesional, así como de las nuevas funciones que deberá asumir el profesional del ciberperiodismo.

A modo de una primera conclusión, es posible afirmar que todavía no existe un consenso a la hora de decidir qué tipos de materias de los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo deben encargarse de tratar el conjunto de temas vinculados con el ciberperiodismo. En el caso de que se considerase que deberían trabajarse en materias de ambas áreas, no se aprecia una diferenciación en el tipo de contenidos expuestos, ya que son exactamente los mismos (especialmente, al referirse a los tres grandes temas señalados anteriormente).

Las asignaturas del área de **Producción periodística (15%)** se centran en el estudio de las técnicas, las estrategias y las rutinas de producción de los mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación. En este sentido, el ciberperiodismo introduce una serie de transformaciones y, al mismo tiempo, un conjunto de novedades que afectan, en mayor o menor grado, a los procesos de producción de la información (actualización constante de la información, carácter multimedia, interactividad, estructura hipertextual, etc.). Por ello, esta materia, presente en la mayoría de planes de estudio de Periodismo, debería contemplar este tipo de aspectos observables ya en las ediciones digitales de los diarios electrónicos. Sin embargo, el análisis del corpus de la investigación permite afirmar que tan sólo un reducido grupo de las asignaturas de esta área (que supone un 15% del total) dedican algún tema a tratar este tipo de contenidos.

Entre las materias estudiadas, cabe señalar el caso de la asignatura “Redacción electrónica” (Anual, 6 créditos) de la Universidad San Pablo - CEU de Madrid. En el apartado dedicado a presentar los objetivos generales del curso, se indica como uno de los principales el siguiente: “El alumno debe conseguir sentirse cómodo con la tecnología y debe entenderla como pieza fundamental e imprescindible para su quehacer diario”. En el marco de esta materia, se trabajan, entre otros temas, las posibilidades de Internet como herramienta de apoyo a los profesionales de la información, la organización de una redacción electrónica y la búsqueda de recursos on-line.

El Centro Universitario Villanueva de Madrid presenta una asignatura muy interesante dentro del ámbito de la Producción Periodística. La materia, titulada “Producción Periodística en Nuevas Tecnologías”, incluyen entre sus objetivos el de “conocer cuáles son los nuevos modelos comerciales para la prensa”. En este sentido, incluye un apartado en el temario que, bajo el título de “Estrategias de éxito en la Prensa digital”, se centra en el estudio de las posibilidades y

cambios que las nuevas tecnologías han introducido en el ámbito de la prensa electrónica. Los principales temas que se tratan son los siguientes:

- a) Análisis de Internet como causa del fin de los periódicos en papel.
- b) Variedad de servicios de información y de productos digitales.
- c) El concepto de “comunidad” en los productos digitales.
- d) La carrera por el liderazgo en el sector digital.
- e) Contenidos audiovisuales en Internet.
- f) Nuevos productos para múltiples usos.
- g) La gestión eficaz del color.
- h) Valoración comercial de los periódicos en línea.

Más allá del punto a) que podría ser objeto de numerosas críticas, se trata de un temario de gran interés, pero en el que no se trabaja el tema de la producción de mensajes informativos dentro del ámbito digital. Faltaría, en definitiva, profundizar en el estudio de las técnicas y estrategias propias de un medio electrónico, a partir del análisis de los procesos que se aplican actualmente en las cabeceras digitales como de la reflexión teórica que permita conocer los aspectos que se deberían seguir para definir un proceso de producción periodística concebido estrictamente para un medio de comunicación on-line.

Sin embargo, en los dos ejemplos anteriores observamos que no se hace especial hincapié en el proceso de producción de los mensajes ciberperiodísticos.

En el caso de la Universidad Complutense de Madrid, encontramos una materia que dedica gran parte de su temario al estudio de los procesos de producción de la empresa informativa en el ámbito del ciberespacio. Se trata de la asignatura “Producción Periodística en Nuevas Tecnologías”. En este caso, el primer bloque del programa, un total de nueve temas, se dedican al estudio de aspectos ligados a la producción periodística y a las nuevas tecnologías de la información: a) El concepto de tecnología y producción de medios escritos. b) El desarrollo de las telecomunicaciones. c) El ordenador como herramienta y

soporte. d) Internet (Protocolos y aplicaciones). e) La convergencia tecnológica. f) Redes informáticas (Tecnología de redes). g) El criterio de las nuevas tecnologías (características, concepto de ciberespacio y trascendencia social). h) Aplicación de las nuevas tecnologías en la producción de la información escrita. Este primer bloque de temas actúa a modo de introducción a una serie de conceptos básicos al hablar de la producción ciberperiodística. Sin embargo, se podría señalar que todavía no se ha trabajado ningún aspecto relativo al la producción de mensajes para el medio electrónico. Este aspecto y otros vinculados temáticamente se trabajan en la siguiente parte del programa. En este sentido, los temas que se presentan son los siguientes: Los medios de comunicación escrita en la Red, las diferencias entre el sistema tradicional y la información en red, el control de redes de información, capas de transmisión y enlaces de datos en la Red, etc. Sin embargo, los temas realmente vinculados con la producción de mensajes electrónicos se podrían resumir en tres:

- a) La producción informativa en la nueva aldea global: Captura y fiabilidad de la información. Tratamiento redaccional. Estructura y diseño de un periódico en red. El nuevo concepto de edición y de tirada.
- b) La búsqueda de un nuevo concepto informativo: La influencia de la tecnología en el concepto informativo. La crisis como 'fórmula' de supervivencia y convivencia. La necesidad de configurar nuevos criterios en la producción informativa.
- c) El lector de la información en red: Leer y escribir en un nuevo soporte. Nueva forma de pensar. La convivencia de lo virtual y lo real. La influencia mediática. Los dueños de la información. Las posibilidades de participación en los medios. La nueva opinión pública.

La Universidad Europea de Madrid CEES presenta una materia titulada "Producción periodística" (Cuarto curso, 6 créditos) que incluye como uno de sus objetivos generales el de "diferenciar la producción de un medio impreso de otro digital". En las competencias que se exigen al estudiante se encuentra la de ser capaz de "crear su propio medio de comunicación digital" e ir publicando contenidos informativos en el mismo a lo largo del curso según las pautas y contenidos teóricos estudiados en el marco de la materia. Sin embargo, en el tema dedicado al "Periodismo digital", únicamente se trabajan tres grandes

items: “Periodismo digital: Sus características, sus periodistas y sus lectores”, “Diferencias entre periodismo digital y convencional” y “Weblogs: Otra forma de comunicar”.

En conclusión, podemos señalar que los temas más trabajados en el apartado dedicado al periodismo electrónico dentro del conjunto de materias de Producción periodística son los siguientes:

<i>Internet y comunicación</i>	<i>Potencialidades informativas de la red de redes: productos y servicios informativos.</i>
<i>Organización de una redacción electrónica</i>	<i>Redacción electrónica: Características y modo de funcionamiento.</i>
<i>Nuevos productos informativos</i>	<i>Estudios de los nuevos productos informativos que introduce el medio electrónico, como weblogs.</i>
<i>Prensa escrita Vs. Prensa electrónica</i>	<i>Análisis de las principales similitudes y diferencias entre los periódicos en soporte papel y los periódicos digitales.</i>

En definitiva, es posible señalar que el conjunto de asignaturas del ámbito de la Producción periodística han introducido de manera muy reducida el estudio del periodismo electrónico en sus programas. Además, aquellas materias que si que han incorporado este tema se han centrado básicamente en la descripción y estudio de las características y posibilidades de medio electrónico, pero apenas han profundizado en el estudio de las nuevas rutinas de producción que introduce la digitalización en la elaboración de mensajes periodísticos, esto es, apenas se ha tratado el tema relativo a los procesos de selección de información, organización de equipos, etapas de trabajo, elaboración multidisciplinar de mensajes, etc.

Respecto al conjunto de materias que tratan sobre el área de **Diseño web (11%)**, se puede observar que se centran en la creación de sitios webs informativos. En este sentido, cabe señalar que en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo de diversas universidades españolas existen

materias dedicadas al aprendizaje de diferentes herramientas de software útiles en la creación de sitios web (Ver “Parte III: Estado actual del estudio del periodismo digital I: Universidades y Asignaturas”, apartado: Áreas temáticas). No obstante, en este apartado únicamente se han incluido aquellas materias que si bien incluyen en sus programas el estudio de este tipo de programas e instrumentos informáticos, lo hacen siempre desde un enfoque periodístico. Los temas predominantes en este conjunto de asignaturas son los siguientes:

<i>Prensa escrita Vs. Prensa electrónica</i>	<i>Análisis de las principales similitudes y diferencias, a nivel de diseño, entre los periódicos en soporte papel y los periódicos digitales.</i>
<i>Teoría del hipertexto</i>	<i>Aproximación histórica al concepto de hipertexto y estudio de las reflexiones teóricas existentes en torno a este concepto.</i>
<i>Arquitectura de la información</i>	<i>Estudio de los modelos de estructuración de los contenidos informativos en un sitio web. (Planteamiento teórico).</i>
<i>Creación de sitios web</i>	<i>Aprendizaje de las herramientas de software necesarias para la concepción y diseño de sitios web informativos. (Planteamiento práctico).</i>

Dentro de este conjunto de materias, destaca la asignatura “Diseño Audiovisual” de la Universidad de Navarra que se centra en el estudio de los “conceptos, principios y técnicas para el análisis y diseño de información y navegación en medios digitales”. Esta asignatura aglutina tanto la reflexión teórica en torno al hipertexto, interfaz, interactividad, navegación y otros conceptos del campo del diseño web, como el desarrollo práctico de superficies hipermedia informativas.

Por último, se encuentran las materias centradas en el **Desarrollo de proyectos multimedia (7%)**. Este conjunto de asignaturas están vinculadas con el grupo anterior (Diseño web), pero introducen un aspecto que las diferencia: no se limitan a la creación de sitios web sino que el interés se centra en el estudio de todos los aspectos ligados a ideación, conceptualización, especificación,

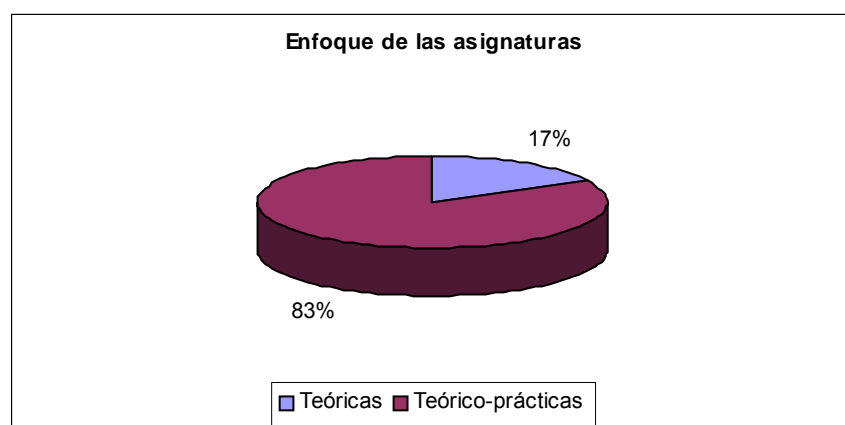
desarrollo y evaluación de un proyecto multimedia interactivo con finalidad informativa. En este sentido, no se pretende únicamente que el alumno adquiera conocimientos de índole instrumental sino que se tiende a priorizar la capacidad del mismo para concebir y supervisar el desarrollo global de un proyecto multimedia comunicativo. En este sentido, los temas que predominan en el marco de este conjunto de asignaturas se pueden resumir en uno:

<i>Desarrollo y gestión de proyectos multimedia</i>	<i>Estudio de las diferentes etapas necesarias para la concepción, desarrollo y evaluación de un proyecto multimedia interactivo con finalidad informativa.</i>
--	---

En la Universidad de Navarra existe una materia que se ajusta perfectamente a las características propias de las materias de esta área. Se trata de la asignatura “Comunicación Multimedia I” (Optativa, 4,5 créditos). Tal y como establece el programa de la misma, “los alumnos deben ser capaces de conceptualizar un producto informativo-empresarial on-line”. Esta materia trabaja las diferentes etapas que van de la idea al desarrollo del producto final, incorporando en cada una de las fases “los escenarios en que un periodista puede verse involucrado a la hora de trabajar en una empresa de comunicación digital”.

Enfoque de las asignaturas: Teoría/ Práctica

El análisis del conjunto de materias que dedican algún apartado al estudio del ciberperiodismo nos permite afirmar que existe un predominio de las asignaturas que combinan teoría y práctica. Un 83% de las materias analizadas presenta un enfoque teórico-práctico; mientras que un 17% son teóricas. Este predominio de las asignaturas que combina la teoría con la práctica resulta muy interesante, ya que el estudio del periodismo electrónico debe ir más allá de la (necesaria, aunque insuficiente) formación teórica para complementarse con el desarrollo de ejercitaciones de índole práctica. Sin embargo, no es suficiente con conocer el porcentaje de materias que presentan un enfoque teórico-práctico sino que se necesita conocer el tipo de prácticas desarrolladas.



(Fuente: Elaboración propia).

En este sentido, a continuación, se adjunta un listado de la tipología de ejercicios prácticos que predominan en las diferentes áreas temáticas estudiadas dentro del conjunto de materias que dedican algún apartado al estudio del periodismo electrónico.

Área temática	Tipo de prácticas
Redacción	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de información en Internet. - Redacción de mensajes periodísticos, en diferentes géneros, para un diario electrónico.
Tecnología de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en foros de discusión. - Creación y mantenimiento de weblogs o bitácoras personales.
Producción periodística	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de información en Internet.
Diseño web	<ul style="list-style-type: none"> - Creación y diseño de un sitio web informativo.
Desarrollo de proyectos multimedia	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de contenidos en un entorno multimedia. - Búsqueda de información en Internet. - Creación y mantenimiento de weblogs o bitácoras personales. - Diseño de modelos de navegación. - Concepción y desarrollo de un proyecto multimedia informativo.

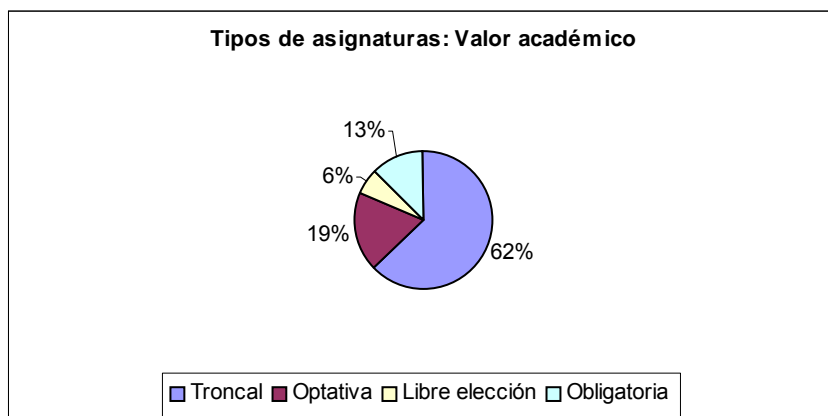
De la tabla anterior se deriva que la tipología de prácticas relacionadas con el periodismo electrónico es muy reducida en este grupo de asignaturas. Además, existen muchas materias que si bien incluyen algún tema relacionado con el ciberperiodismo en su programa, no realizan en su apartado de prácticas ningún ejercicio relacionado con este ámbito de estudio. Por último, encontramos prácticas que se repiten en diferentes áreas, como, por ejemplo, la creación y mantenimiento de weblogs o la búsqueda de recursos on-line. En ambos casos, es posible defender su aplicación en una u otra área, ya que no se trata de ejercicios exclusivos de una de ellas y, en función del enfoque, pueden adaptarse a los objetivos del programa de varias de éstas.

En el caso concreto del grupo de materias de Producción periodística que dedican algún apartado de su temario al estudio del ciberperiodismo, observamos como la vertiente práctica apenas incluye el desarrollo de prácticas vinculadas con el ciberperiodismo. Sin embargo, en este caso y teniendo en

cuenta los objetivos de este tipo de materias (estudio de las técnicas, rutinas y procesos de producción de los mensajes periodísticos), el desarrollo de ejercicios prácticos resulta de gran importancia para lograr que el estudiante asimile de manera más completa y detallada el contenido de la materia.

Tipo de asignaturas: Valor académico

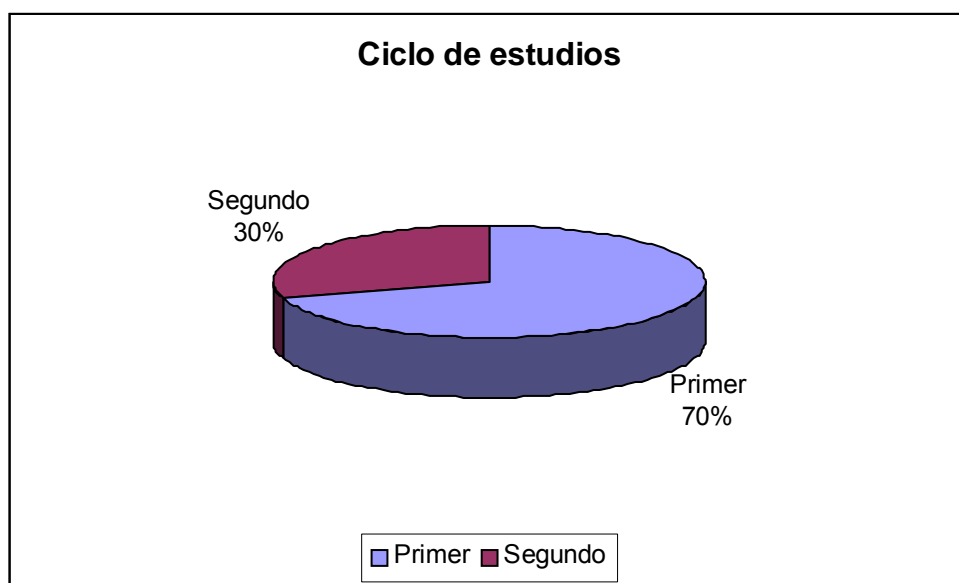
Respecto al tipo de materias, en un 62% de los casos se trata de asignaturas troncales y en 19% de optativas. En este sentido, el hecho de que el mayor porcentaje de estas materias, que dedican alguno de sus apartados al estudio del periodismo electrónico, sean troncales asegura que los estudiantes deberán cursarlas y que, por extensión, recibirán formación en ciberperiodismo.



(Fuente: Elaboración propia).

Distribución de asignaturas por ciclo y curso

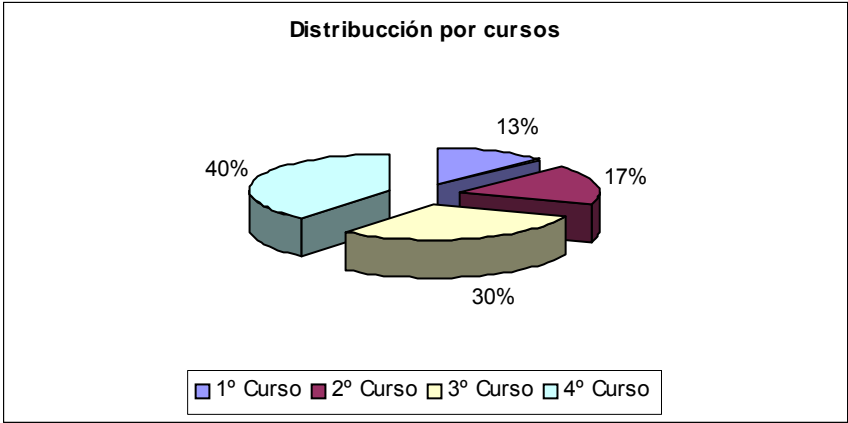
El conjunto de materias que dedican algunos de los temas de su programa al estudio del periodismo electrónico son mayoritariamente asignaturas de segundo ciclo.



(Fuente: Elaboración propia).

En el segundo ciclo se concentra un 70% de las materias correspondientes a este apartado de la investigación. De ellas, un 30% corresponden a tercer año de carrera; mientras que un 40% son del cuarto año. De estas cifras se deriva que el tratamiento del periodismo electrónico está centrado básicamente en materias de los dos últimos años de la licenciatura, es decir, en el segundo ciclo de los estudios.

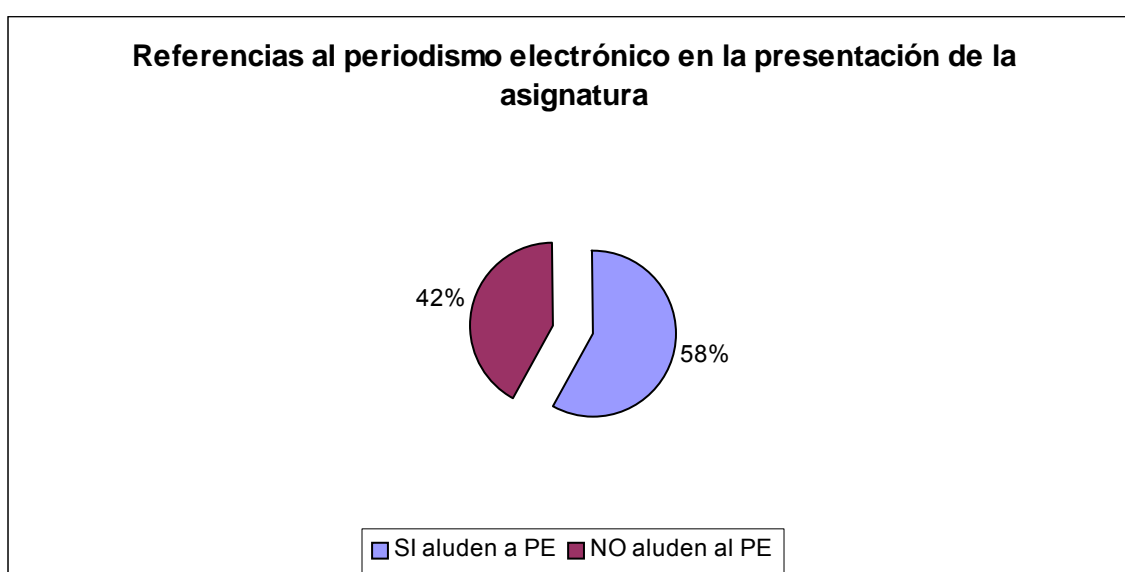
Por su parte, en el primer ciclo se concentran un 30% de las materias estudiadas (un 13% en el primer curso, y un 17% en el segundo).



(Fuente: Elaboración propia).

Referencias al ciberperiodismo en los programas

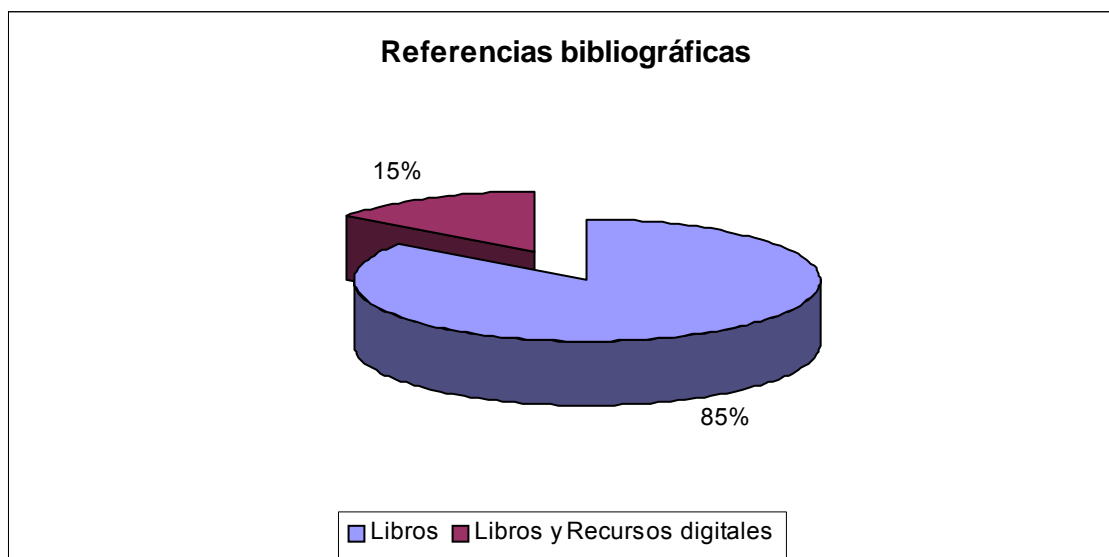
En el conjunto de asignaturas correspondientes a este apartado, esto es, aquellas materias que dedican algún capítulo o tema de su programa al ciberperiodismo, observamos que más de la mitad (58%) hacen referencia en su presentación al ciberperiodismo frente a un 42% que no realiza ninguna alusión a este tema. En este sentido, se constata un incremento de la atención prestada a este campo si comparamos este porcentaje con el porcentaje de materias (un 38%) del capítulo anterior.



(Fuente: Elaboración propia).

Referencias bibliográficas

El análisis del material bibliográfico que se incluye en los programas de este conjunto de asignaturas que dedican alguno de sus apartados al estudio del ciberperiodismo evidencia que el uso y/o recomendación de materiales multimedia (en diferentes soportes: Cd-Rom, DVD, etc.) o las referencias a sitios web es, por el momento, muy escasa. Únicamente, un 15% de estas materias incluyen en sus respectivos programas este tipo de materiales; mientras que el 85% restante no lo hace. Además, en la mayoría de casos suelen limitarse a sitios web.



(Fuente: Elaboración propia).

El tiempo que transcurre desde la concepción y planificación de un producto impreso hasta su desarrollo y posterior edición hace que muchos de los materiales publicados que llegan a los usuarios (en este caso, lectores) corran el riesgo de quedar obsoletos, especialmente, en un ámbito de conocimiento como es el ciberperiodismo, donde las transformaciones se producen a un ritmo vertiginoso. Este aspecto hace que la inclusión de enlaces a publicaciones electrónicas u otro tipo de materiales on-line sea un buen mecanismo para que los estudiantes puedan conocer las últimas tendencias en el ámbito del periodismo electrónico y, en definitiva, que puedan acceder a contenidos actualizados dentro de esta área de estudio. Del mismo modo, las referencias a

sitios webs informativos permiten a los alumnos conocer experiencias concretas que se están desarrollando en el sector y, de este modo, abre la posibilidad de llevar a cabo análisis y estudios de casos reales fomentando la reflexión y el debate entre los estudiantes.

**Estado actual de la enseñanza
del ciberperiodismo III:
Asignaturas “de” periodismo on-line**

Asignaturas ‘de’ periodismo on-line

La selección del corpus de la investigación se ha realizado a partir de las universidades que imparten en España la licenciatura de Periodismo. De un listado inicial compuesto por un total de 33 universidades se pasó (tras aplicar los parámetros expuestos en el apartado “Criterios de selección”) a una relación de 27 universidades. En total, se han estudiado 109 materias que, básicamente, se pueden agrupar en tres grandes bloques:

- a) Materias que tratan algún tema relacionado con el periodismo electrónico.
- b) Materias que dedican algún apartado al estudio del periodismo electrónico.
- c) Materias de periodismo electrónico, es decir, aquellas asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico.

De estos tres grupos, el último es el que posee una mayor importancia dentro de la investigación ya que permite conocer la relación de asignaturas de Periodismo electrónico que se imparten (curso académico 2004-05) en las licenciaturas de Periodismo de España. En total, este grupo abarca un total de 17 materias. A continuación se detalla el nombre de cada una de ellas, así como la universidad en la que se imparten:

LISTADO DE UNIVERSIDADES Y MATERIAS		
1	Universidad Autónoma de Barcelona	-Información especializada en medios audiovisuales (On line)
2	Carlos III – Madrid	-Periodismo en la Red
3	Universidad Antonio Nebrija – Madrid	-Periodismo especializado - Internet: Nuevo medio de Comunicación Transnacional
4	Universidad de Málaga	-Periodismo interactivo y creación de medios digitales
5	Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	-Periodismo especializado en entornos multimedia
6	Universidad del País Vasco	-Ciberperiodismo
7	Universidad de Santiago de Compostela	-Xornalismo electrónico
8	Universidad CEU San Pablo - Madrid	-Nuevos medios digitales
9	Universidad Camilo José Cela	-De la tipografía al diseño gráfico

		-Periodista digital
10	Universidad Cardenal Herrera – CEU – Valencia	-Periodismo electrónico
11	Universidad de Navarra	-Tecnología de la información
12	Universidad de Vic	-Periodismo digital
13	Universidad Rey Juan Carlos	-Periodismo electrónico
14	Universidad de València	-Internet para comunicadores
15	Universidad Pompeu Fabra – Barcelona	- Periodismo en Internet

Del corpus total de la investigación, este conjunto de materias constituye un 15% del total. A continuación, se procede al análisis de las mismas tanto individual como conjuntamente.

Enfoque de las asignaturas: Teoría/ práctica

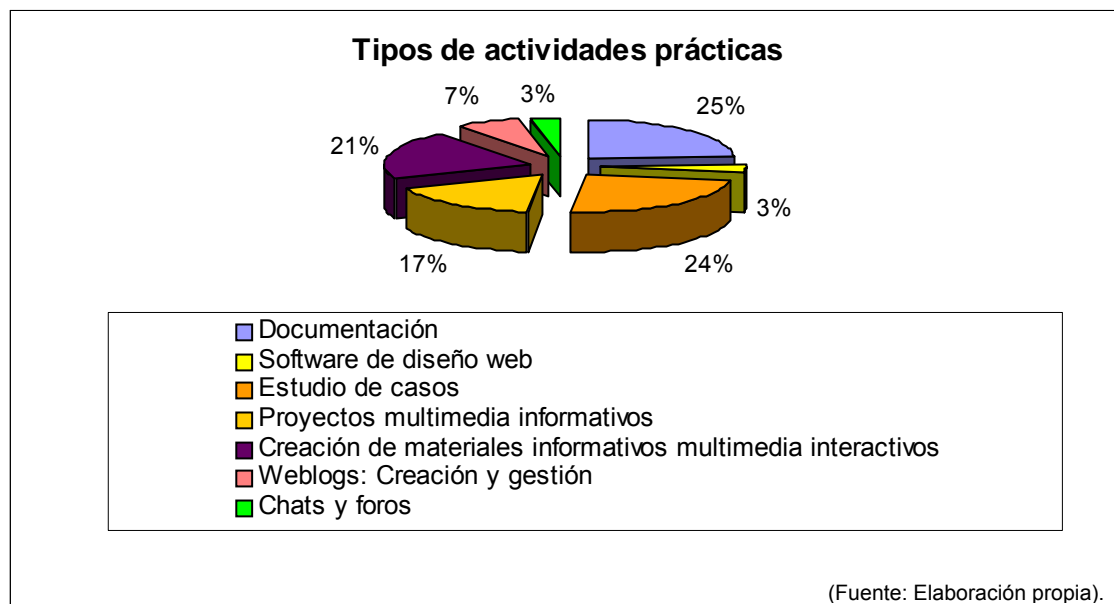
Las 17 asignaturas que conforman el grupo de materias que se dedican de manera exclusiva al estudio del ciberperiodismo presentan un planteamiento teórico-práctico. En todos los casos, junto al temario teórico, existe un apartado (que constituye un porcentaje elevado de la evaluación final del alumno) dedicado al desarrollo de actividades de diversa índole relacionadas con diferentes aspectos del periodismo on-line.

De este modo, se constata la existencia de un claro consenso en el enfoque de estas asignaturas, ya que en todos los casos se considera oportuno aplicar los conocimientos teóricos al ámbito práctico. Sin embargo, el tipo de prácticas que se plantean se caracterizan por su variedad. A continuación, se listan las más frecuentes de este tipo de materias. Básicamente, el tipo de prácticas que presentan el conjunto de materias analizadas se pueden clasificar en las siguientes siete áreas o ámbitos.

ÁREA	Tipo de prácticas
Documentación	Se trata de actividades de búsqueda de información en Internet, que tienen como objetivo que los estudiantes adquieran destreza en la localización de recursos en la Red. Al mismo tiempo, se pretende que éstos sean capaces de evaluar el contenido de estos recursos, así como su fiabilidad y utilidad, entre otros parámetros.
Software de diseño web	Son prácticas destinadas a adquirir un dominio técnico de diferentes herramientas de software necesarias para la creación de sitios web. El programa Dreamweaver, editor de html, es uno de los más utilizados.
Estudio de casos	Este tipo de ejercicios se centra en el análisis y reflexión crítica de los estudiantes sobre casos reales de sitios web u otro tipo de iniciativas multimedia interactivas (tanto on-line como off-line) centradas en el ámbito informativo.
Proyectos multimedia informativos	Se trata de prácticas que pretenden que el estudiante sea capaz de conceptualizar, desarrollar y gestionar un sitio web informativo u otro medio electrónico on-line.

Creación de materiales informativos multimedia interactivos	Bajo esta denominación se incluye toda la tipología de ejercicios centrados en la elaboración de mensajes informativos multimedia interactivos (en los diferentes géneros existentes). En la mayoría de casos se habla de actividades de “redacción digital” de contenidos informativos.
Weblogs: Creación y gestión	Este tipo de actividad consiste en la creación por cada estudiante o grupo de estudiantes de un weblog y de su posterior dinamización y gestión de contenidos.
Chats y foros	Se trata de la participación en espacios de discusión y debate on-line donde los usuarios reflexionan, en la mayoría de casos, sobre aspectos derivados de los contenidos teóricos estudiados en el marco de la asignatura.

Partiendo de la anterior clasificación, podemos señalar que las prácticas que predominan son aquellas centradas en la **búsqueda de fuentes y recursos informativos en la Red**, que suponen un **25%** del total.



Seguidamente, el **estudio de casos** es, con un **24%** del total, una de las prácticas más aplicadas. El estudio de casos es un tipo de actividad que favorece la transferencia de los conocimientos teóricos a diferentes situaciones reales. “Los estudios de casos son un elemento de gran ayuda para conectar

los conceptos y la información presentada con los contextos reales donde se deberían aplicar”²⁰⁶. Pueden ser de resolución de problemas o de descripción, análisis y reflexión.

En el caso de las asignaturas de periodismo electrónico, este último es el tipo que predomina. En los estudios de casos descriptivos, se debe centrar la atención en dos aspectos fundamentales: a) Descubrir los hechos claves de la situación en su estado o en su desarrollo. b) Descubrir las relaciones significativas de todos los hechos entre sí. Básicamente, se realizan estudios de casos de sitios web informativos, periódicos electrónicos, weblogs de periodistas, etc. De este modo, los estudiantes conocen el tipo de productos y/o servicios informativos existentes en Internet y, al mismo tiempo, desarrollan su capacidad crítica y de análisis llevando al terreno de la práctica los conocimientos teóricos que han adquirido.

Por otro lado, destacan los ejercicios dedicados a la **creación de materiales multimedia informativos** que ocupan la tercera posición con un **21%** del total. Este tipo de actividades consiste en la elaboración de mensajes periodísticos (noticias, reportajes, etc.) adaptando su estructura y contenido al conjunto de posibilidades que introduce Internet (multimedia, interactividad, estructura hipertextual, inclusión de enlaces –internos y externos–, etc.). Se trata del desarrollo de una especie de taller de contenidos donde los estudiantes deben combinar las recomendaciones y reflexiones teóricas con su creatividad y originalidad. En muchos casos, el tipo de actividades se centra exclusivamente en adaptar los géneros periodísticos informativos tradicionales (noticias, entrevista, crónica y reportaje) al medio electrónico y sus potencialidades.

Por último, entre el tipo de prácticas más comunes, con un **17%** del total, se encuentran aquellas en las que el estudiante debe idear, conceptualizar y

²⁰⁶ CABERO ALMENARA, Juilo; GISBERT CERVERA, Mercè. *Materiales formativos multimedia en la Red. Guía práctica para su diseño*. Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas tecnologías, 2002. Pag. 100.

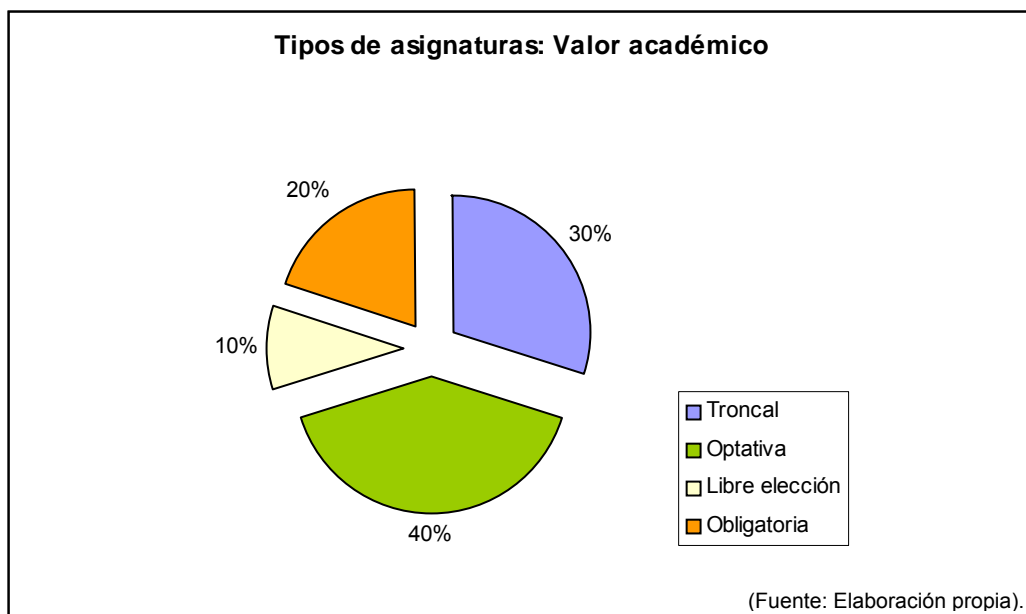
desarrollar un **proyecto multimedia interactivo** que posea una finalidad informativa (un sitio web, un portal, un periódico electrónico, etc.).

El caso concreto de los **weblogs**, que suponen un **7%** del total de las prácticas, por ejemplo, no se incluiría en el grupo anterior, ya que el usuario apenas interviene en su concepción y diseño, sino que se limita a las tareas de publicación y gestión de contenidos. Aún así el fenómeno de los blogs o bitácoras de la Red ha ido adquiriendo una importancia creciente, debido a su carácter novedoso y a su facilidad de uso. Del mismo, los weblogs han dado pie a numerosos debates y reflexiones en torno a las posibilidades informativas y comunicativas que Internet ofrece a los usuarios. En este sentido, y a pesar de que muchos expertos coinciden en señalar que los blogs no crean noticias sino que las comentan, su inclusión en las asignaturas de periodismo electrónico resulta interesante, ya que los convierte en objeto de estudio y reflexión por parte de los estudiantes de Periodismo.

Las prácticas centradas en la participación en **Chats y Foros**, y el **Software** de diseño web suponen un **3%** del total en cada caso.

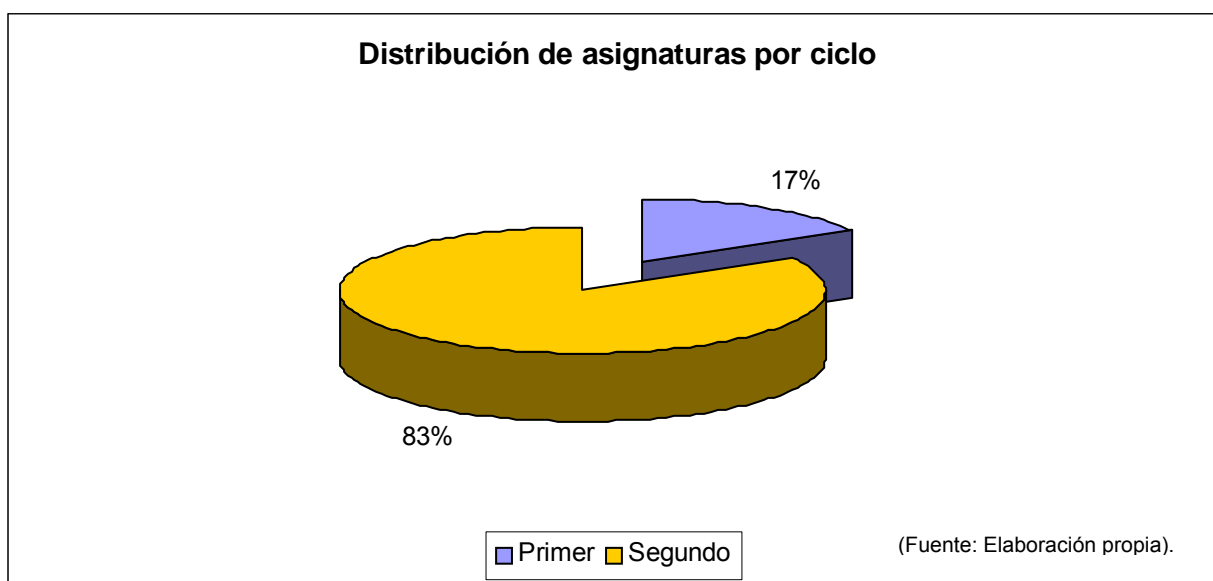
Tipo de asignaturas: Valor académico

Entre las 17 materias seleccionadas predominan las asignaturas optativas (un 40% del total) y las troncales (un 30% del total). Un 10% son materias de libre elección y un 20% son obligatorias. Este aspecto permite afirmar que la oferta actual de asignaturas de periodismo electrónico en las carreras de Periodismo de España no garantiza que el estudiante curse a lo largo de su formación algunas de ellas. Al tratarse la mayoría de materias opcionales, será el propio alumno quien decida si las cursa o no.



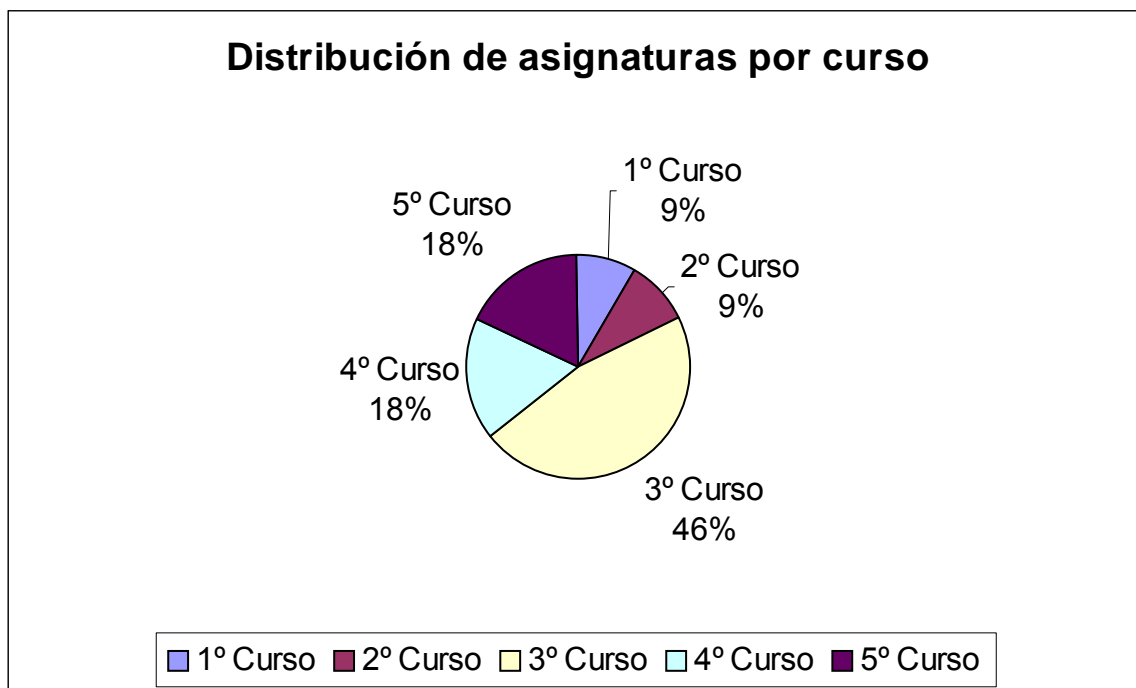
Distribución de asignaturas por ciclo y curso

Un 83% de las asignaturas que se dedican de manera exclusiva al estudio del periodismo electrónico se imparten en el segundo ciclo de estudios; mientras que un 17% se oferta en el primer ciclo. Por tanto, la mayoría de los estudiantes sólo acceden a ellas una vez que han superado el primer y el segundo curso. De ello, se deriva que el contacto de los alumnos con las materias de ciberperiodismo no se produce, en la mayoría de los casos, hasta el tercer año de carrera, aspecto que evidencia que éstas parecen haber quedado relegadas a un segundo plano. Si bien los estudiantes si reciben materias de TV, Radio y Prensa desde el primer año, el estudio del ciberperiodismo no se produce, al menos con la misma profundidad y énfasis, hasta el tercer, cuarto o quinto (en las universidades en las que se mantiene) año de estudios.



En la línea de la reflexión anterior, se puede señalar que los años en que se imparten estas materias son, por orden de importancia: tercer curso (con un 46% de los casos) y cuarto y quinto curso (con un 18% en cada caso). Seguidamente, se sitúan con sendos 9% el primer y segundo curso de la licenciatura. De nuevo, por tanto, se confirma el hecho de que los estudiantes contactan en profundidad con el ciberperiodismo, es decir, en el marco de una

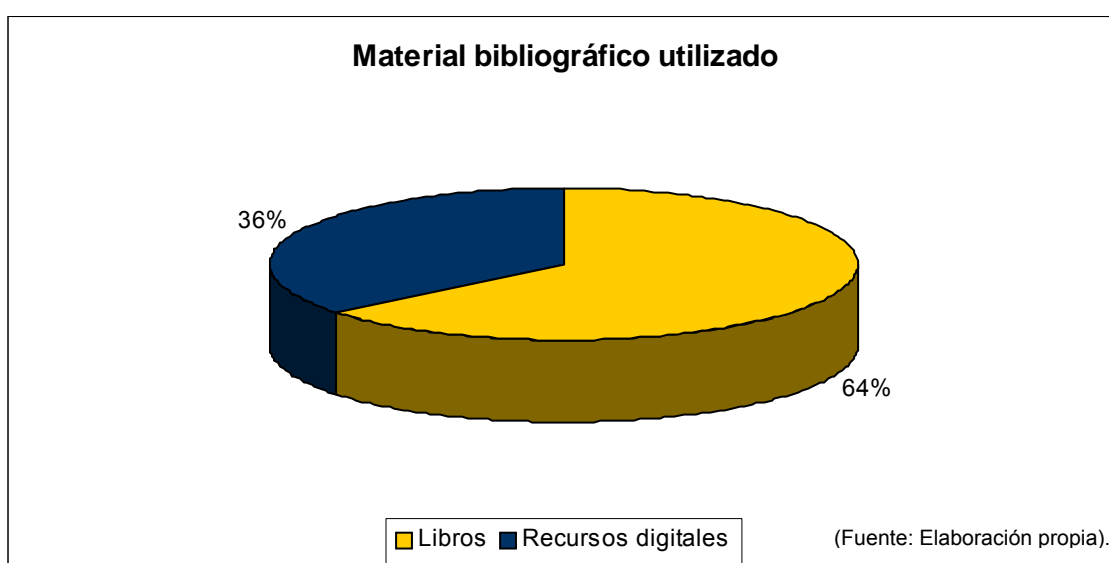
materia dedicada de forma exclusiva a este tipo de periodismo, en los últimos años de sus estudios. Este aspecto condiciona su formación, así como sus posibilidades de reflexionar y ahondar de manera más detallada en el estudio



(Fuente: Elaboración propia).

Referencias bibliográficas

El estudio de las referencias bibliográficas de las materias de periodismo electrónico confirma un dato que a lo largo de la investigación se ha ido constatando: Los programas de las asignaturas de la licenciaturas de Periodismo apenas incluyen materiales multimedia y recursos on-line como referencias de consulta para los estudiantes. En el caso de las 17 asignaturas de ciberperiodismo estudiadas, se observa que un 64% de ellas sólo presentan referencias a libros y/o artículos en soporte papel.



La inclusión de materiales digitales (Cd-rom, referencias a sitios webs, artículos y libros digitales, etc.) resulta interesante, ya que, por un lado, aproxima a los estudiantes a los recursos y posibilidades de Internet mediante referencias a recursos de interés localizables en la misma y, por otro lado, permite acceder a contenidos actuales que todavía no se encuentran disponibles en el soporte papel. El 36% sí incluye, no obstante, referencias a recursos digitales.

Análisis de contenido

- Título de la asignatura.

La necesidad de establecer un consenso sobre cuál es la denominación más adecuada para este nuevo periodismo es una cuestión pendiente en el escenario actual del periodismo digital español. Sin embargo, muchos autores coinciden en señalar que la cuestión de mayor importancia no es llegar a un acuerdo sobre el adjetivo que debe acompañar al sustantivo “periodismo” (electrónico, digital, multimedia, telemático, etc.). Según ellos, el verdadero reto es el reflexionar sobre el nuevo panorama mediático que introduce Internet para valorar qué cambios se introducen en la elaboración, difusión y recepción de los mensajes informativos. Desde este planteamiento, más allá de los aspectos de carácter terminológico, la urgencia se centra en discernir si nos encontramos ante un periodismo “nuevo”.

En el caso de las asignaturas dedicadas al ciberperiodismo, que en el marco de la presente investigación conforman un grupo de 17 materias, observamos también que no existe un consenso a nivel terminológico. Este dato se aprecia básicamente en dos aspectos. Por un lado, el nombre de las materias (que se analizará a continuación). Por otro lado, los términos utilizados en los temarios de cada una de ellas.

Con relación al título de las materias, a continuación se presenta una tabla que recoge el nombre de las 17 asignaturas de periodismo electrónico. En cada caso, se comenta el contenido de cada una de ellas:

Sustantivo	Comentario	Asignaturas y universidades
Tecnología	El término “tecnología”, entendido como la sistematización de los conocimientos y prácticas aplicables a una actividad o proceso de producción, así como a los instrumentos utilizados en el mismo, no es un concepto lo suficientemente específico para referirse al periodismo en	- Tecnología de la información (Universidad de Navarra)

	<p>Internet. En estos casos, es posible afirmar que nos hallamos ante materias que, sin modificar su nombre inicial, han readaptado completamente sus temarios para centrarse en el fenómeno del periodismo en la Red.</p> <p>El nombre de una asignatura destinada a cubrir el conjunto de aspectos relacionados con el periodismo electrónico debería ir más allá de los aspectos de cariz tecnológico, ya que si bien no dejan de ser importantes, excluyen otras cuestiones de gran importancia como: rutinas de producción, tipología y características de los mensajes, elaboración de informaciones periodísticas para Internet, etc.</p>	
Información	<p>El concepto de “información” resulta, en cierto modo, insuficiente para referirse al periodismo en Internet. La posibilidad de establecer una interacción directa entre el mensaje y el usuario, entre usuarios, entre usuarios y periodista... recomienda optar por el término “comunicación”, que posee un alcance mayor y se adapta de manera más precisa a las posibilidades del medio digital. Aún así, resulta más aconsejable optar por el concepto “periodismo” que nos sitúa en el terreno profesional y que, al mismo tiempo, lleva incorporados una serie de matices terminológicos de interés: “En términos generales, el periodismo puede entenderse históricamente como la aparición y consolidación de una actividad social especializada en la intercomunicación de unas comunidades humanas definidas por una relaciones cada vez más complejas y opacas” (Gifreu: 1991, 145).</p>	<p>- Información especializada en medios audiovisuales (On line) – (UAB)</p>
Periodismo	<p>La inclusión del sustantivo “periodismo” resulta de gran utilidad para referirse a una materia que trabaje el tema del periodismo en Internet. Sin embargo, no es suficiente en la medida en que exige un adjetivo o complemento que precise su ámbito de aplicación. Como veremos posteriormente, suele ir acompañado de palabras como: “digital”, “electrónico”, “en Red” “en Internet” o “interactivo”. En algunos casos, se le acompaña del adjetivo “especializado”.</p>	<p>- Periodismo en la Red – (Carlos III) - Periodismo especializado – (U. Antonio Nebrija) - Periodismo interactivo y creación de medios digitales – (U. Málaga) - Periodismo especializado en entornos multimedia (U. Rovira i Virgili) - Xornalismo electrónico (U. Santiago de Compostela) - Periodista digital (Universidad Camilo José Cela) - Periodismo en Internet (U. Pompeu Fabra)</p>
Medios	<p>El concepto de “medios” (entendido como “medio de comunicación”) introduce una</p>	<p>- Nuevos medios digitales (Universidad CEU San Pablo -</p>

	<p>novedad en el conjunto de denominaciones de las asignaturas sobre periodismo en Internet. En este caso, no nos centramos en el tipo de actividad (periodismo) ni el medio en que se realiza (Internet). Este título se centra en los diferentes medios de comunicación que aparecen con la digitalización de los procesos de producción y recepción de la información. El adjetivo “nuevos” es interesante en la medida en que presenta estos medios de comunicación como diferentes respecto a los ya existentes, o lo que es lo mismo, dotados de unas características que les diferencian de los demás e impiden considerarlos como versiones o derivados de los medios tradicionales. Esta denominación nos llevaría al razonamiento de que si se trata de medios nuevos, éstos deberían presentar unos profesionales, un tipo de mensajes y una serie de rutinas de producción, entre otros aspectos, diferentes a las que presentan el resto de medios. Partiendo de esta designación, sería, por tanto, inconcebible que en estos medios “nuevos” se aplicarán procesos de producción y creación de los mensajes informativos idénticos a los que se utilizan en otros medios (el periódico impreso, la TV, etc.).</p> <p>Por otro lado, el uso del plural (“medios”) sólo podría entenderse en el caso de que Internet se concibiera como un “canal” de comunicación y no como un “medio” de comunicación. El diccionario de la DRAE, define un “medio” como: “Lo que puede servir para determinado fin: medios de transporte, de comunicación (como son medios el tren y el barco; la sala del cine o el quiosco de revistas)”. En este sentido, Internet se podría concebir como un medio de comunicación en el sentido de “cauce” o “vía”. Sin embargo, tal y como señala José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo en la Universidad de La Laguna (Tenerife), en un artículo titulado “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet”²⁰⁷, no se considerará medio en</p>	Madrid)
--	---	---------

²⁰⁷ DE PABLOS COELLO, José Manuel. “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

	el sentido de “medio de comunicación”, entendido como órgano destinado a la información pública. “Internet no es el nuevo medio de comunicación nacido al amparo de la teleinformática, sino la vía o cauce hacia los nuevos medios depositados en los servidores remotos como sitios web, que son los medios nuevos. Y son los servidores remotos conectados a la Red los nuevos soportes de la información, como durante tanto siglos lo fue el papel impreso” ²⁰⁸ .	
Ciberperiodismo	Esta denominación es el resultante de unir el concepto de “ciberespacio” (entendido como el espacio virtual que genera Internet y que contiene objetos, estructura de relación, normas, leyes y protocolos que lo regulan) y el de “periodismo”. Con relación a ella, Javier Díaz Noci considera que, de momento, es una denominación muy poco extendida.	- Ciberperiodismo (U. País Vasco).
Internet	En este caso, el nombre de la materia se centra en la Red, situándola como el “medio” en el que se desarrolla el periodismo digital. El único aspecto a destacar es que no se habla de “periodismo” en Internet si no que la importancia recae en las posibilidades de la Red.	-Internet: Nuevo medio de Comunicación Transnacional (U. Antonio Nebrija) - Internet para comunicadores (U. Valencia)
Adjetivo / Complemento	Comentario	Asignaturas y universidades
Nuevos	Si bien la aparición de las primeras publicaciones electrónicas en España se puede fechar en el año 1995, el uso del adjetivo “nuevo” es bastante frecuente en el terreno del periodismo electrónico. En este sentido, se sigue haciendo referencia a estos medios calificándolos de “nuevos”. Esta denominación está justificada en la medida en que nos hallamos todavía, tal y como coinciden numerosos autores, en la fase inicial del periodismo electrónico, esto es, nos encontramos en una etapa de experimentación y pruebas que permite seguir hablando de “nuevos” medios.	- Nuevos medios digitales (Universidad CEU San Pablo - Madrid)
Electrónico	El término “electrónica” hace referencia a la ciencia o rama de la física que estudia el movimiento o comportamiento de los electrones y otras partículas atómicas cuando están sometidas en una atmósfera de campos electromagnéticos.	- Xornalismo electrónico (U. - Santiago de Compostela) - Periodismo electrónico (Universidad Cardenal Herrera – CEU – Valencia) - Periodismo electrónico (Universidad Rey Juan Carlos)

²⁰⁸ DE PABLOS COELLO, José Manuel. “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7. P. 65.

	<p>En este sentido, el adjetivo “electrónico” abarcaría todo lo relativo a la electrónica. Con relación al periodismo electrónico, se podría entender el uso de este adjetivo considerando que se utilizan dispositivos electrónicos para generar los mensajes (emisores) y para acceder a ellos (receptores). Sin embargo, en los medios analógicos, también encontramos esta situación (Los periodistas de un diario impreso o de un televisión analógica trabajan con medios electrónicos).</p>	
Digital	<p>En la misma línea que el adjetivo “electrónico”, el término “digital” puede resultar confuso. Se habla de digital en alusión a al computador en el que todas las representaciones y magnitudes se traducen en números, con los cuales opera para realizar los cálculos con datos susceptibles de adoptar estados discretos a través de sistemas, dispositivos o procedimientos. Se habla de digitalizar para referirse a la acción que permite modificar numéricamente la información, convirtiendo una información analógica en digital pudiendo ser almacenada en un ordenador. El problema es que el periodismo que se hace para el periódico impreso, para el medio radiofónico ya hace uso de medios digitales en la producción y difusión de sus mensajes. Por tanto, “lo digital” no es exclusivo del periodismo en Internet. (De Pablos: 2001)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos medios digitales (Universidad CEU San Pablo - Madrid) - Periodista digital (Universidad Camilo José Cela) - Periodismo digital (Universidad de Vic)
On-line	<p>El término “on-line” se puede considerar hasta cierto punto demasiado concreto ya que se centra en la posibilidad de inmediatez que introduce Internet a la hora de actualizar informaciones. Si bien es una característica innovadora no es (al igual que el término “multimedia” que se analiza a continuación) el único aspecto a considerar al hablar del periodismo en Internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Información especializada en medios audiovisuales (On line) – (UAB)
Internet / Red	<p>El uso de los términos “en Internet” o “en la Red” acompañando a la palabra “periodismo” nos sitúan en el ámbito concreto de la Red. Esta denominación resulta útil en la medida en que es básicamente en Internet donde encontramos unas posibilidades comunicativas que nos permiten hablar de un periodismo “diferente” y “novedoso”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Periodismo en la Red – (Carlos III) - Periodismo en Internet (U. Pompeu Fabra)
Multimedia	<p>Como sucedía con el término “on-line”, hacer referencia únicamente a la naturaleza multimedia de los mensajes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Periodismo especializado en entornos multimedia (U. Rovira i Virgili)

	del periodismo de Internet es una apuesta arriesgada. Por un lado, limita las características a este aspecto (obviando la interactividad, inmediatez, et.) y, por otro lado, puede llevar a pensar que todos los mensajes periodísticos creados en el medio digital han de ser multimedia, cuando esta posibilidad debe explotarse sólo en los casos en que su uso sea provechoso (desde el punto de vista informativo) y esté justificado.	
Interactivo	Como en los casos de los términos “online” y “multimedia”, reducimos el alcance del periodismo de Internet a una de sus posibilidades.	- Periodismo interactivo y creación de medios digitales – (U. Málaga)
Especializado	Este término puede llevar a confusión, ya que reduce el periodismo de Internet a una rama especializada del ejercicio periodístico. En este sentido, se olvida que se trata de una nueva forma de hacer periodismo aplicable a cualquier temática.	- Periodismo especializado en entornos multimedia (U. Rovira i Virgili) - Periodismo especializado – (U. Antonio Nebrija)
Otros	La dificultad de incluir nuevas asignaturas ha hecho que, en algunos casos, encontremos materias que si bien se centran en el periodismo digital, presentan una denominación que no tiene nada que ver. Se trata, en definitiva, de casos aislados.	-De la tipografía al diseño (Universidad Camilo José Cela) gráfico (Universidad Camilo José Cela)

Con relación al título de las asignaturas de ciberperiodismo, en el apartado de la investigación “Parte VIII: Pautas para la creación de un currículo de ciberperiodismo” se recogen las propuestas que los académicos han realizado al ser preguntados por la denominación más adecuada para una asignatura de ciberperiodismo.

- **Objetivos.**

El estudio de los objetivos de las 17 asignaturas centradas en el periodismo electrónico que encontramos en las licenciaturas de Periodismo de España resulta especialmente interesante en la medida en que permite conocer cuáles son los hitos perseguidos. Éstos se encuentran estrechamente ligados con las competencias y contenidos que se consideran importantes en la formación del estudiante respecto al periodismo electrónico. Además, la definición de unos objetivos u otros influirá de manera decisiva en el tipo de contenidos que se incluirán en el temario de la asignatura.

El conjunto de objetivos que se marcan como prioritarios estas asignaturas se han reunido en el siguiente listado. Aunque presenta un total de 23 grandes objetivos, es posible clasificarlos en diferentes grupos, ya que muchos de ellos hacen referencia a los mismos aspectos.

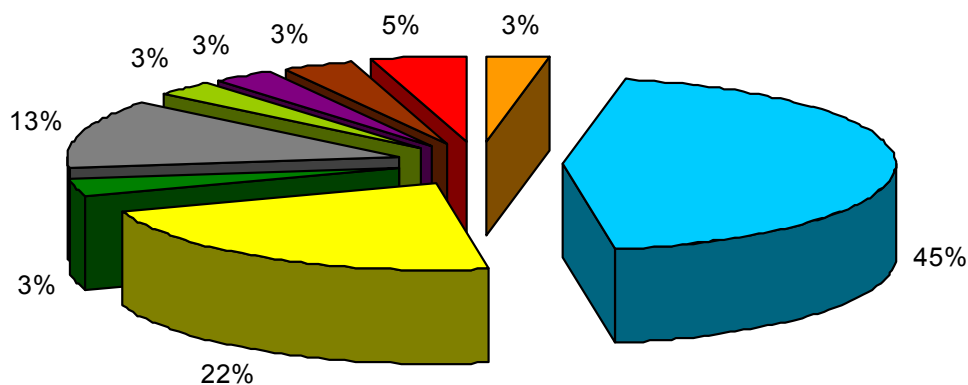
Objetivos	
1)	Conocer las posibilidades de las tecnologías interactivas on-line mediante el análisis de las principales producciones interactivas destinadas a la difusión de la información audiovisual.
2)	Estudio de la evolución del sector de las telecomunicaciones y del sector de la comunicación audiovisual.
3)	Confección de contenidos on-line
4)	Análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet.
5)	Elaboración de textos periodísticos para medios de comunicación en la Red.
6)	Aplicación de Internet como medio de información en el ámbito del Periodismo especializado.
7)	Estudio de casos: Diseño y estructura de las publicaciones digitales.
8)	Practica redaccional para un entorno web.
9)	Conocimiento de Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.
10)	Asimilación de los hábitos informativos que introduce el periodismo electrónico.
11)	Aprendizaje de programas y técnicas de elaboración de información digital.
12)	Conocimiento de los elementos que intervienen en la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.
13)	Estudio de la Teoría del hipertexto.
14)	Aplicación de estructura y estrategias redaccionales basadas en el hipertexto
15)	Estudio de las nuevas formas de entender, construir y editar la información que introduce Internet.
16)	Aprender las técnicas de redacción digital.
17)	Reconocer la usabilidad en los contenidos.
18)	Estudio de los nuevos formatos informativos on-line.
19)	Creación de contenidos informativos on-line.
20)	Manejo y validación de fuentes en Internet.
21)	Desarrollar sentido crítico para el análisis de productos ciberperiodísticos.
22)	Aprendizaje de software de producción de materiales informativos on-line.
23)	Estudio de las características del lenguaje ciberperiodístico.

A continuación, se presenta esta agrupación, explicando en cada caso las características de cada uno de los grupos de objetivos, es decir, lo que se pretende que aprenda el estudiante en el marco de la asignatura. Básicamente, los objetivos que presentan las 17 asignaturas centradas en el estudio del periodismo en Internet se pueden resumir en los siguientes:

Objetivos generales	Características
Conocimiento de la estructura de medios propia de los medios de comunicación de la Sociedad digital.	Introducción al panorama de medios electrónicos que introduce Internet a nivel nacional e internacional. Se pretende introducir al alumno al estudio de las características de la Sociedad digital desde el punto de vista de los medios de comunicación.
Análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet.	El objetivo es que el alumno conozca las características de los servicios y medios informativos existentes en la Red. Se pretende que el estudiante estudie al detalle iniciativas y proyectos reales relacionados con el periodismo electrónico.
Creación de contenidos informativos on-line.	Se pretende que el estudiante sea capaz de diseñar y desarrollar mensajes informativos adaptados a las posibilidades de Internet.
Conocimiento de Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.	El objetivo es que el estudiante conozca las características y posibilidades de Internet en el ejercicio de la profesión periodística y que desarrolle destrezas que le permitan extraer el máximo provecho de la Red en su desempeño como periodista.
Aprendizaje de nuevos hábitos informativos y rutinas de producción.	Se busca formar al estudiante en las nuevas rutinas y exigencias de producción informativa que introduce el periodismo de Internet, desde la selección y cobertura de una tema hasta la creación de un mensaje periodístico y su posterior publicación on-line.
Aprendizaje de programas informáticos para la elaboración de información digital.	El objetivo es que el estudiante aprenda el manejo de herramientas de software ligadas con la creación de mensajes periodísticos on-line o de sitios web de índole informativa.
Conocimiento de los elementos y de las etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.	Se pretende que el estudiante sea capaz de conceptualizar y desarrollar un proyecto multimedia informativo. Generalmente, las materias que presentan este objetivo suele incluir también el aprendizaje de alguna herramienta de software.
Manejo y validación de fuentes en Internet.	Se busca que el estudiante sea capaz de discernir entre la gran cantidad de recursos que existen en la Red, seleccionando fuentes informativas de calidad y, al mismo tiempo, aplicándolas en su quehacer diario como profesional de la información.

El análisis de los objetivos perseguidos por cada una de las 17 asignaturas seleccionadas nos permite comprobar que, básicamente, predominan tres grandes hitos: “El análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet”, la “Creación de contenidos informativos on-line” y el “Aprendizaje de nuevos hábitos informativos y rutinas de producción”.

Clasificación por objetivos



- Conocimiento de la estructura de medios de la Sociedad digital.
- Análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet.
- Creación de contenidos informativos on-line.
- Conocimiento de Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.
- Aprendizaje de nuevos hábitos informativos y rutinas de producción.
- Aprendizaje de programas informáticos para la elaboración de información digital.
- Conocimiento de los elementos y etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.
- Manejo y validación de fuentes en Internet.
- Otros.

(Fuente: Elaboración propia).

Con relación al objetivo mencionado como el **“Análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet”**, que está presente en el **45%** de las materias estudiadas, cabe señalar que en la mayoría de casos los programas se centran en el estudio de diarios electrónicos, nacionales e internacionales, o de portales informativos. El objetivo es que el estudiante

conozca las características de estos medios digitales convirtiéndoles en la principal referencia dentro del terreno del periodismo en Internet.

Respecto al objetivo de centrado en la **“Creación de contenidos informativos on-line”**, sólo un **22%** de las materias considera como uno de sus objetivos que los estudiantes experimenten en la elaboración de mensajes periodísticos adaptados a las posibilidades del medio digital.

Por último, el tercer objetivo que más se repite entre las materias que se dedican al estudio del periodismo electrónico es lograr un **“Aprendizaje de nuevos hábitos informativos y rutinas de producción”**. Esta meta, que se da en un **13%** del total de asignaturas, exige un replanteamiento de las rutinas de producción periodística tal y como han sido concebidas hasta la fecha. Del mismo modo, abre un interesante espacio de reflexión en la medida en que se deben sistematizar los procesos de producción de mensajes informativos en los medios digitales (como, por ejemplo, el caso de los diarios electrónicos). En este sentido, las universidades constituyen un espacio excelente para llevar a cabo tal reflexión teórica y, al mismo tiempo, el desarrollo práctico (aunque sea en su fase experimental).

Respecto a de los objetivos la presencia en los programas de las materias es similar: “Conocimiento de la estructura de medios de la Sociedad digital” (3%), “Conocimiento de Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo” (3%), “Aprendizaje de programas informáticos para la elaboración de información digital” (3%), “Conocimientos de los elementos y etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia” (3%), “Manejo y validación de fuentes en Internet” (3%), y “Otros” (5%).

- **Temario.**

El temario es el apartado de los programas que mayor información aporta. Con relación a los contenidos explicados en cada de una de las 17 asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del ciberperiodismo. En este sentido, se ha considerado oportuno analizar por separado los temarios de cada una de estas materias con el objetivo de establecer los puntos clave de cada uno de ellos.

a) Información especializada en medios audiovisuales on-line (Universidad Autónoma de Barcelona).

Esta materia se caracteriza por estructurar su temario en tres grandes apartados: 1) Transformación de las industrias culturales. 2) Nuevos ecosistemas comunicativos: Los retos del comunicador. 3) Estudio de casos.

El primer apartado se centra en el estudio de la estructura comunicativa derivada de la convergencia de diferentes sectores industriales que ha impulsado la digitalización. No existe ninguna referencia a aspectos propios del periodismo en Internet. Por su parte, el segundo gran bloque del temario trabaja los aspectos referidos a la interactividad, el hipertexto y el multimedia (y por ende, el hipermedia). Además, se reflexiona sobre el perfil del “comunicador” en la Sociedad de la Información. Por último, se procede al estudio de proyectos e iniciativas que funcionan en el ámbito de la “empresas comunicativas” en Internet, otorgando especial énfasis a las estrategias y tendencias de las mismas. Con relación a este último apartado, cabe destacar que el estudio de casos no se limita a la prensa. En este sentido, y si bien se incluyen *La Vanguardia Digital* y *El País.es*, se dedica parte del temario al análisis de experiencias como Televisió de Catalunya On-line o la oferta en la Red de La Cadena Ser. Este aspecto resulta interesante en la medida en que en el planteamiento de la materia el ciberperiodismo no se concibe como algo limitado a los diarios electrónicos.

b) Periodismo en la Red (Universidad Carlos III – Madrid).

El temario de la materia se caracteriza por un enfoque que va desde lo general a lo concreto. En primer lugar, se dedica un capítulo al estudio del origen, funcionamiento, desarrollo y características de Internet desde una perspectiva general.

Posteriormente, se procede a analizar los “contenidos informativos” en la Red. En este apartado se analizan toda la oferta de mensajes que aparecen en la Red y que responden a una finalidad informativa. Seguidamente, se estudian los “medios informativos en la red”, esto es, aquellas entidades on-line concebidas (tanto en sus características como en sus finalidades) como medios de comunicación. Se diferencia, por tanto, entre “contenidos” informativos en la red y “medios” informativos en la red.

Posteriormente, se dedican los siguientes cuatro apartados al estudio de la prensa electrónica. En el primer tema se estudian sus antecedentes y su evolución y, en el segundo, se trabaja en torno a la prensa digital en España. Los siguientes dos apartados se centran en aspectos referidos al periódico digital. Por un lado, se presentan “consideraciones generales” sobre este nuevo tipo de diario y, por otro, se estudian aspectos relativos a su composición: la primera página, la distribución en secciones y la estructura de las páginas de un periódico digital.

Por último, se estudian las características de las fuentes informativas de la Red y los servicios en la edición electrónica de un diario.

En definitiva, la materia dedica gran parte de su temario al estudio de la prensa electrónica, si bien contempla la existencia de diferentes “contenidos” y “medios” informativos en la red. El tema de la tipología tratamiento (selección, contraste y credibilidad) de las fuentes de Internet adquiere también especial relevancia en el temario.

c) Periodismo especializado (Universidad Antonio Nebrija – Madrid).

Esta materia, cuyo título no se corresponde con el contenido de la misma, presenta un programa en el que se pueden diferenciar cinco grandes temas: 1) Internet (Historia, características, servicios, sistemas de búsqueda de información, selección y contraste de fuentes on-line), 2) El perfil del periodista digital (la nueva figura del corresponsal, las nuevas habilidades técnicas que exige el periodismo en Internet, etc.), 3) Herramientas y rutinas del periodismo en Internet (características del mensaje digital, los weblogs, las agencias virtuales de comunicación, recursos informativos en la Red, foros y chats, etc.), 4) Pautas para escribir materiales informativos on-line y 5) Pautas para el diseño de una publicación electrónica.

d) Internet: Nuevo medio de Comunicación transnacional (Universidad Antonio Nebrija – Madrid).

A pesar de que por su título podría pensarse que esta materia se centra de forma exclusiva en el estudio de las características de Internet, cabe destacar que dedica gran parte de su temario al estudio de la aplicación de las posibilidades de la Red en el ámbito periodístico.

Básicamente, el temario se puede dividir en dos grandes bloques. El primero (integrado por diversos temas) se centra en el estudio de las características de Internet: usos comunes, servicios y aplicaciones buscadores y métodos de búsqueda, etc. El segundo bloque se centra en cuestiones derivadas de la aplicación de Internet en el ejercicio del periodismo. En este sentido, se tratan temas como el contraste de fuente en la Red, las características de las agencias virtuales de información, el uso periodístico de foros y chats, el uso de recursos de la Red por parte de los periodistas, etc.

En definitiva, la materia analiza las transformaciones y los nuevos retos que introduce Internet en el ejercicio del periodismo. No obstante, se obvian temas como la elaboración de materiales informativos on-line o los aspectos ligados a las características de la versión on-line de medios de comunicación televisivos y radiofónicos.

e) Periodismo interactivo y creación de medios digitales (Universidad de Málaga).

El temario de esta materia se estructura en cuatro grandes apartados: 1) Introducción al periodismo interactivo, 2) Contexto histórico, tecnológico y social del periodismo interactivo, 3) Nuevos medios, géneros y hábitos informativos, 4) Arquitectura de los medios on-line.

El primer de los apartados se centra en la definición del periodismo interactivo. Para ello, dedica un bloque del temario al estudio de las posibilidades informativas del nuevo periodismo: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, instantaneidad, personalización, alcance global y almacenamiento y búsqueda de datos. En todos los casos, se estudia el alcance y las transformaciones que estas características introducen en el ámbito informativo.

Por su parte, el segundo apartado se centra en el origen y la evolución de la información on-line. Para ello, se estudian desde las primeras experiencias periodísticas en este ámbito hasta la situación actual del periodismo on-line. En este mismo bloque, se dedica un apartado al estudio de las características de la Sociedad de Información.

Por otro lado, el tercer gran bloque del temario se dedica a aspectos muy variados, pero de gran importancia como son: el modelo de negocios del periodismo en Internet, el perfil del periodista digital, la redacción de materiales

informativos on-line o las características de los nuevos géneros que introduce la Red.

Por último, se dedica un apartado al estudio de la “arquitectura” de los medios on-line. Bajo este concepto, se tratan temas tales como la usabilidad, el uso del color o la imagen. Sin embargo y más allá de la idoneidad de agrupar estos aspectos bajo la denominación de “arquitectura”, no se estudian aspectos como los modelos de navegación, la tipografía, la distribución de elementos en pantalla, etc.

f) Periodismo especializado en entornos multimedia (Universidad Rovira i Virgili).

Esta materia se centra en el estudio de los aspectos que intervienen en la producción de un proyecto informativo multimedia, desde los contenidos hasta el modelo de negocio. En este sentido, el temario se centra en cuatro grandes puntos: Géneros, lenguajes y productos informativos en entornos multimedia, rutinas de producción, modelos de negocio y diseño y gestión de proyectos multimedia.

g) Ciberperiodismo (Universidad del País Vasco).

Esta asignatura, coordinada por Javier Díaz Noci y Koldo Meso, se estructura en dos grandes módulos. El primero de ellos, titulado “La rebelión del periodismo en la era de Internet”, se centra en el estudio de los antecedentes del periodismo electrónico y, seguidamente, analiza las características de la prensa, televisión y radio on-line. En cada caso, se estudian productos reales desarrollados por medios de comunicación y/o empresas. Resulta interesante hacer referencia al último apartado de este primer módulo que se titula: Nuevos servicios de información. Esta denominación nos llevaría a pensar que los anteriores (radio on-line, prensa on-line o televisión on-line) no lo son. Se trata de una cuestión que ha generado un arduo debate entre autores e investigadores de este campo. De todos modos, el objetivo principal del temario es diferenciar entre

aquellos medios que disponen de una versión analógica y que con la llegada a Internet han desarrollado sus respectivas ediciones digitales (dotadas de características nuevas y, por tanto, diferentes a las de sus antecesores) de aquellos medios que aparecen con la llegada de la Red y que carecen de un referente previo (por ejemplo, los weblogs).

El segundo módulo del temario, titulado “La escritura digital: El hipertexto informativo”, se centra en las nuevas estrategias del discurso informativo que introduce el hipertexto. En este sentido, se estudian las teorías existentes en torno al hipertexto y los modelos de referencia en la construcción de mensajes hipertextuales. Se estudian también los cambios que el hipertexto introduce en las características de los géneros “informativos”, “interpretativos”, “dialógicos” y “argumentativos”.

Con relación a esta materia resulta especialmente significativa la atención dedicada al estudio de los cambios que en el periodismo electrónico experimentan los géneros periodísticos. Este aspecto denota un esfuerzo por ir más allá del mero trasvase facsimilar de contenidos de los diarios en papel a los diarios electrónicos. En la medida en que se reflexione en torno a las posibilidades y características del medio digital se tomará conciencia de las amplias posibilidades que ofrece desde el punto de vista informativo y, al mismo tiempo, de las notables diferencias que los géneros on-line pueden presentar respecto a sus referente originales.

h) Periodismo electrónico (Universidad de Santiago de Compostela).

El temario de esta asignatura se divide en nueve bloques: 1) Sociedad de la información e infraestructura de un nuevo entorno comunicativo, 2) Redes de comunicación, 3) Periodismo electrónico en la era de la información, 4) Los mensajes en los servicios de información digital, 5) El perfil del periodista digital, 6) El papel de los usuarios, 7) Las empresas, 8) Las investigaciones y el futuro

de las publicaciones digitales y 9) Tendencias formales y conceptuales en el ciberperiodismo.

Básicamente, el temario realiza un “recorrido” que se inicia con el análisis del concepto de Sociedad de la Información y, posteriormente, continua analizando las características de Internet y sus aplicaciones informativas. El resto de apartados se dedican a aspectos ligados específicamente al estudio del periodismo electrónico. Se otorga especial atención a la interactividad e hipertextualidad y se analizan las particularidades de la noticia en el medio on-line. A continuación, se estudian, por este orden, el perfil del periodista digital, el papel de los usuarios en el periodismo electrónico y los posibles modelos de financiación y organización de las empresas informativas on-line. Los dos últimos apartados se centran en el estudio de las líneas de investigación y tendencias dentro del periodismo electrónico. Este último bloque está justificado en la medida en que el área que nos ocupa se caracteriza por estar en un proceso constante de transformación y cambio. En este sentido, la existencia de un espacio del temario dedicado a reflexionar sobre las nuevas posibilidades, direcciones y/o retos del periodismo digital puede considerarse como un espacio de gran provecho abierto a la reflexión.

i) Nuevos medios digitales (Universidad San Pablo CEU – Madrid).

En primer lugar, cabe destacar la importancia del adjetivo “nuevo” que hace especial hincapié en el hecho de que nos encontramos antes medios con características y posibilidades diferentes a los analógicos. El temario de esta asignatura se divide en tres grandes bloques que responden a áreas relacionadas, pero al mismo tiempo poseedoras de amplias diferencias: 1) Internet, 2) Nuevos medios, nuevos periodistas, nuevos lectores y 3) Nueva economía.

Internet se convierte de nuevo en el tema que da inicio al temario. Se hace referencia a la historia, funcionamiento y servicios que ofrece la Red. El hecho

de iniciar el temario con el estudio de la red de redes —como sucedía en algunos de los temarios analizados anteriormente— responde a que el periodismo electrónico se entiende como una práctica que sólo es posible en Internet. En este sentido, el estudio del medio en el que se presenta y en el que se desarrollan gran parte de las tareas correspondientes a la elaboración de los mensajes periodísticos on-line se concibe como el punto de partida ineludible.

A continuación, se procede al estudio de las posibilidades del medio digital en el terreno informativo, esto es, las características de la información on-line. El perfil del periodista digital se estudia abarcando desde las nuevas competencias y conocimientos exigibles al profesional de la comunicación hasta las rutinas de producción que introduce Internet en la elaboración de los mensajes periodísticos. En este apartado, se incluye además la forma de organización del personal y de las tareas que se aplica en las redacciones de los medios digitales.

Se estudian los diarios electrónicos, los portales on-line (que pueden o no poseer ediciones en soporte papel) las radios, las televisiones y los contenidos multimedia —categorización de interés en la medida en que confiere un carácter autónomo a las informaciones multimedia concebida para el medio on-line, sin que éstas se encuentren a priori insertas en un medio de comunicación—, las comunidades virtuales y otros formatos como los weblogs. En definitiva, el temario abarca el amplio abanico de productos y servicios informativos —de carácter formal o informal— que ofrece la Red sin limitarse a los medios de comunicación tradicionales.

El nuevo perfil de “lector” (aunque más bien debería hablarse de lectoautor o de usuario) es también uno de los objetos de estudio del segundo bloque del temario. Sin embargo, no se estudian tanto las nuevas posibilidades que el medio digital otorga a los receptores sino más bien las estrategias de

segmentación y medición de audiencias que se articulan desde los medios digitales.

El último bloque del temario, titulado “Nueva economía”, se centra en el estudio de los nuevos negocios que introduce la Red. Este tema resulta un poco inconexo con relación al resto de contenidos del temario. Este aspecto puede considerarse como una constante en los temarios de las materias que se dedican al estudio del periodismo electrónico. Aunque muchas asignaturas presentan unos contenidos que responden a una estructura coherente y que, por tanto, presentan una gran afinidad entre sí, nos es difícil hallar casos de materias que presentan temas o capítulos vinculados con el ámbito de las nuevas tecnologías de la información, pero que nada tienen que ver con el periodismo digital.

j) De la tipografía al diseño gráfico (Universidad Camilo José Cela – Madrid).

El aspecto más llamativo de esta materia es, sin duda, su título. A juzgar por el mismo, difícilmente se podría pensar que se trata de una asignatura dedicada al estudio del periodismo electrónico. Sin embargo, como sucedía con la materia “Periodismo especializado” de la Universidad Antonio Nebrija de Madrid, se trata de un caso donde sin modificar el título se ha transformado el temario de la misma.

Por lo demás, los contenidos se estructuran siete bloques: 1) La tipografía, arte y comunicación (que apenas tiene vinculación con el resto de apartados). 2) Introducción a Internet. 3) El periodismo digital. 4) Los periódicos digitales. 5) La escritura digital. 6) El periodista digital. 7) Marketing y publicidad en Internet.

Con relación al contenido de cada uno de ellos, dejando aparte el primero (La tipografía, arte y comunicación), el temario presenta una estructura muy similar a la presentada por otras materias analizadas.

El primer bloque se dedica al estudio de Internet, haciendo especial énfasis en la tipología de portales, la diversidad de contenidos y los modelos de negocio aplicables a la Red. Si bien estos no se centran en el ámbito periodístico, se aprecia una intención de aclarar unos conceptos estrechamente relacionados con el periodismo electrónico y que, al mismo tiempo, son de gran utilidad para introducir al estudiante en el ámbito del ciberperiodismo.

Tras esta introducción a Internet, el temario se centra en el análisis del concepto de periodismo digital, sus antecedentes, características y evolución. Posteriormente, el temario dedica un apartado completo a los periódicos digitales: características, tipología y perfil de los usuarios. Además, se presenta un análisis de los diarios digitales en España y se hace referencia a su evolución en el resto de Europa y en EEUU.

En el apartado dedicado a la escritura digital se reflexiona sobre las características del discurso informativo digital y multimedia. En esta misma línea, se analizan los géneros periodísticos en la Red (sus transformaciones y sus posibilidades) y se dedica un apartado a la usabilidad. El siguiente capítulo se dedica al estudio del perfil del periodista digital, otras profesiones que aparecen gracias a Internet y los nuevos modelos de organización del trabajo que inaugura la Red.

Por último, existe un apartado, titulado “Marketing y publicidad en Internet”, que se centra en cuestiones desvinculadas del ejercicio periodístico como tal. Se analizan los procesos y estrategias comerciales on-line, la importancia de la fidelización u otros aspectos relacionados con el ámbito corporativo.

k) Periodista digital (Universidad Camilo José Cela – Madrid).

La asignatura presenta un temario que trata temas tan diferentes como el concepto de Internet, el concepto de periodismo digital, la escritura digital o la

publicidad y el marketing en la Red. En el temario, encontramos una serie de aspectos presentes en la mayoría de los temarios analizados. Se trata, por un lado, de la referencia a la red de redes; y por otro, de la existencia de un apartado dedicado a los periódicos digitales.

En el caso esta materia, merece especial importancia uno de los temas que se incluyen dentro del apartado “Concepto de Internet”. Bajo el título “La importancia del contenido en Internet” se destaca la importancia que posee el “contenido” (más allá de la técnica) en el terreno del periodismo electrónico. Este aspecto es crucial en la medida en que hace especial hincapié en la necesidad de generar contenidos adaptados a las posibilidades de la red de redes. Este tema iría ligado a otro de los capítulos del temario, titulado “La escritura digital”.

Sin embargo, en este último únicamente se incluyen tres temas: “Los géneros periodísticos”, “Usabilidad en Internet” y “Dificultades de la escritura digital”. Estos aspectos resultan demasiado genéricos y su presencia en el conjunto del programa se reduce a un solo capítulo. Con relación a ellos se podría incidir en la necesidad de aplicar las posibilidades de la red en la construcción de mensajes informativos.

El estudio de los periódicos digitales ocupa un apartado completo del temario en el que se analizan características y tipos. Además, se introduce el tema de los receptores de estos medios digitales, diferenciando entre “lectores”, “usuarios” y “clientes”. La radio y la Tv on-line quedan, por tanto, fuera del programa.

Por último, cabe señalar la inclusión de dos temas que aparecen también en muchos de los temarios de las asignaturas de periodismo digital estudiadas en el marco de esta investigación: el perfil del periodista digital y los problemas legales que introduce el ciberperiodismo.

I) Periodismo electrónico (Universidad Cardenal Herrera CEU, Valencia).

El programa de la asignatura “Periodismo electrónico” de la Universidad Cardenal Herrera CEU se estructura en cinco grandes temas: “Conceptualización”, “El periodista ante los nuevos soportes”, “El mensaje digital”, “Fuentes informativas en la red” y “Estructura de la información digital en España”.

El apartado “Conceptualización” presenta una introducción a las características y antecedentes del medio electrónico. En el caso de este temario, no existe, a diferencia de la mayoría de los programas analizados, un capítulo dedicado de forma exclusiva al estudio de Internet. Este primer apartado, que actúa a modo de introducción, se reflexiona sobre el concepto de interactividad, hipertexto y multimedia, entre otros.

En el caso del apartado “El periodista ante los nuevos soportes”, se tratan los “valores periodísticos” en el escenario digital; la adaptación de los medios tradicionales al medio digital y la aparición de nuevos medios on-line (como los weblogs); y los aspectos éticos de la información digital. Si bien en algunos programas se introduce el tema de la fiabilidad de las fuentes on-line, no se hace hincapié en las cuestiones de índole ética. En este terreno, en el que se inauguran interesantes debates, se plantea la necesidad de una reflexión sobre aspectos de gran importancia a la hora de garantizar tanto la calidad como el desarrollo de un ejercicio deontológico dentro del ámbito periodístico: la comprobación de las fuentes, el anonimato, la celeridad de las emisiones informativas (y el modo en que este aspecto puede afectar a los procesos de verificación, contraste de fuentes, análisis y reflexión de los contenidos, etc.).

Por otro lado, se encuentra el apartado “El mensaje digital” que se centra en el estudio de las características de la información en Internet, la aplicación de la estructura hipertextual a la redacción periodística on-line o el surgimiento de

nuevos formatos (haciendo especial hincapié en la retransmisión en vivo y la charla digital).

Con relación al punto anterior, que trabaja la elaboración de contenidos para la Red, se incluye otro apartado sobre las fuentes informativas en Internet. En este caso, se analizan las posibilidades de la Red como “fuente de noticias”, por un lado, y como “fuente de información”, por otro. Este planteamiento resulta tan original como interesante en la medida que no reduce la concepción de la red de redes al nivel de una fuente informativa sino que reconoce también su capacidad para generar noticias. Por último y con relación al tema de las fuentes en Internet, se estudian las diferentes vías de comunicación entre ellas, analizando su funcionamiento, prestaciones y aplicaciones en el ámbito periodístico.

El último apartado del temario se centra en el estudio de la “estructura de la información periodística en España”. En este caso, el análisis abarca desde los grandes grupos a los diarios on-line y las iniciativas de radio y TV en la Red. Existe un tema dedicado especialmente a los canales, portales y medios alternativos, aspecto de gran interés si se tiene presente el carácter abierto de Internet, que facilita la difusión de contenidos, y también la buena acogida y gran difusión del denominado periodismo participativo.

I) Tecnología de la información (Universidad de Navarra).

Esta asignatura de la Universidad de Navarra, coordinada por Ramón Salaverría, destaca por otorgar una especial importancia al estudio de la “redacción ciberperiodística”. El primer apartado del temario, titulado “Internet como medio de comunicación”, se centra en el estudio de las iniciativas previas a la red de redes, los servicios que ofrece Internet, las características de los medios interactivos y, finalmente, los aspectos definitorios del periodismo electrónico. Se trata, en definitiva, de un primer apartado de tipo introductorio que desde el estudio de las diferentes iniciativas desarrolladas en Internet acaba

centrándose en el estudio del tema principal del resto del temario: el ciberperiodismo.

El segundo apartado del temario, titulado “Rasgos del lenguaje ciberperiodístico”, estudia las características principales de este “nuevo” lenguaje: la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y otros aspectos, como la multidireccionalidad o el policronismo.

Posteriormente, el temario se centra en el estudio de las características y estructuras de la “redacción ciberperiodística”. En este sentido, se analiza la composición y propiedades de los hiperdocumentos, así como los elementos, estructuras y modelos de lectura del hipertexto periodístico. Se realiza un estudio de caso de un hipertexto periodístico: *The Darkest Day*.

El análisis de las pautas de redacción que introduce el ciberperiodismo no se limita al estudio de las posibilidades en cuanto a estructuras. El temario de la materia dedica un capítulo a las transformaciones que el ciberperiodismo introduce en los géneros periodísticos. En este sentido, reflexiona sobre la posibilidad de elaborar una teoría de los “géneros ciberperiodísticos”, diferenciando entre “géneros informativos”, “géneros interpretativos”, “géneros dialógicos” y “géneros argumentativos”.

Los dos últimos apartados se centran en el estudio de la gestión de los contenidos multimedia, por un lado, y el diseño de cibermedios, por otro. En el primer caso, se estudia las pautas para una correcta planificación de las informaciones multimedia y para la organización de redacciones multimedia. Respecto a diseño de cibermedios se trabajan aspectos relativos a la navegabilidad y la arquitectura de la información.

En el caso de esta materia destaca el hecho de que el periódico electrónico no constituya el aspecto central de la reflexión. En este sentido, el enfoque del

temario denota un interés especial por enfocar el tema desde un planteamiento que concibe el ciberperiodismo como un medio nuevo que exige de una redacción de los contenidos (“ciberperiodística”) adaptada a las posibilidades del medio on-line.

m) Periodismo digital (Universidad de Vic).

El temario de la asignatura “Periodismo digital” de la Universidad de Vic se organiza en siete grandes bloques: definición del concepto de periodismo digital, evolución de los medios digitales, el modelo de negocio en los medios digitales, la comunicación entre periodistas y audiencia digital, la aparición de los medios independientes, el periodismo participativo, la comunicación digital y los perfiles profesionales en el terreno digital.

En ocasiones, se tratan dentro de un mismo bloque temas muy diferentes. Por ejemplo, se estudia los portales y, a continuación, se presentan los aspectos relativos a la estructuración de la información en la Red. En esta misma línea, se reflexiona sobre las posibles vías para rentabilizar una redacción digital y seguidamente, se pasa a estudiar las formas de conseguir un alto grado de interactividad con los lectores.

El temario incluye dos de los temas más frecuentes en los programas estudiados: los contenidos digitales y el perfil del periodista digital. Sin embargo, en ocasiones se echa en falta un enfoque centrado de forma más clara y directa en los aspectos periodísticos.

n) Periodismo electrónico (Universidad Rey Juan Carlos).

El temario de esta asignatura, que utiliza indistintamente las denominaciones de “periodismo electrónico” y “periodismo digital”, se divide en nueve apartados: introducción al periodismo electrónico, las características del ciberespacio, el mensaje digital, los nuevos canales y soportes para el periodismo, el medio

digital, la estructura de la información digital, la sociedad digital, las fuentes digitales y la situación del periodista ante la sociedad digital.

En general, el temario adolece de un capítulo que trabaje los aspectos relacionados con la elaboración de mensajes periodísticos para la Red, es decir, informaciones que exploten las posibilidades del medio on-line.

Por otro lado, cabe señalar que tanto la radio como la televisión se estudian en el marco de la asignatura, superando la concepción del periodismo digital como una adaptación al medio on-line de la prensa en soporte papel.

o) Internet para comunicadores (Universidad de Valencia).

Tal y como indica su nombre, el objetivo de la materia es ofrecer los contenidos necesarios para que los estudiantes adquieran la competencia suficiente para trabajar en Internet, tanto en el diseño o producción de contenidos como en la gestión empresarial de un negocio web.

El temario se estructura en cuatro grandes bloques: las características de Internet; la comunicación en red; la producción, la edición y la presentación de contenidos para la red; y los modelos de medios de comunicación en Internet.

Con relación a los temas relacionados con los contenidos, destaca el capítulo en el que se diferencia entre los diferentes tipos de géneros (informativos, interpretativos y argumentativos) y el hecho que se habla de “nuevos géneros”. En este mismo ámbito, se estudian los aspectos relativos a la adecuación de los medios de comunicación tradicionales al entorno digital (prensa, radio y televisión).

p) Periodismo en Internet (Universidad Pompeu Fabra).

El temario de esta materia se centra básicamente en el estudio de las características de la sociedad digital y los medios de comunicación existentes en

la Red, por un lado, y de las características de la llamada redacción multimedia, las rutinas de producción periodística y las fuentes informativas en Internet, por otro. En este último apartado se analizan los medios de comunicación digitales existentes en la actualidad.

- **Bibliografía:**

A continuación, se presentan los resultados del estudio de las referencias bibliográficas de las asignaturas centradas en el ciberperiodismo.

Con relación al tipo de material bibliográfico utilizado, como se señaló al inicio del presente capítulo, el conjunto de materias centradas en el estudio de periodismo electrónico presentaba en un 85% de los casos materiales en soporte papel, es decir, sólo en un 15% de los casos se incluía alguna referencia a materiales en soporte electrónico o a sitios web.

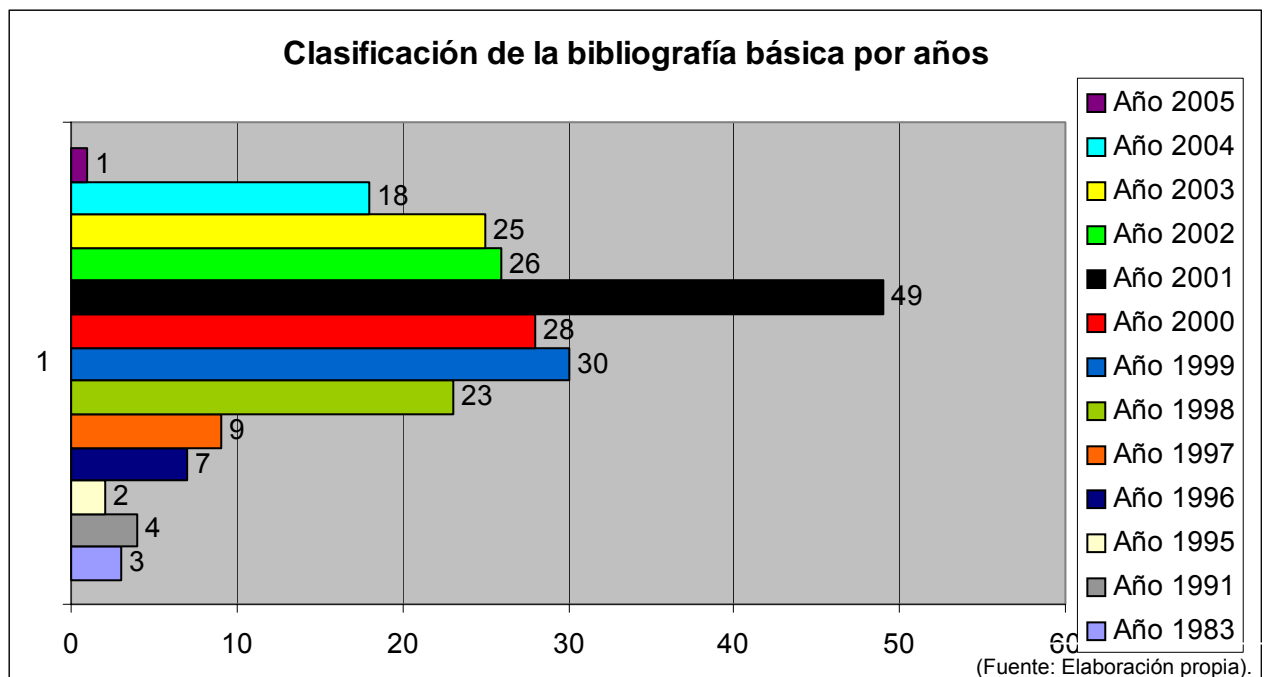
Con relación a los años, la mayoría de obras incluidas en la bibliografía básica de las asignaturas pertenece a los siguientes años: 2001 (23% del total), 1999 (13% del total), 2000 (12% del total), 2002 (12% del total) y 2003 (11% del total).

Del año 2005, sólo existe una referencia, correspondiente al libro *Redacción periodística en Internet*, de Ramón Salaverría, que se incluye en la materia “Tecnología de la información” de la Universidad de Navarra, coordinada por el propio Salaverría. Por su parte, resulta llamativa la existencia de tres libros correspondientes al año 1983. Se trata de las siguientes obras:

- FISHMAN, Mark. *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Tres Tiempos, 1983. (Incluida en la bibliografía básica de la asignatura “Periodismo electrónico” de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid).
- TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia. Estudio de la construcción de la realidad*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983. (Incluida en la bibliografía básica de la asignatura “Periodismo electrónico” de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid).

- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. *Curso general de redacción periodística*. Mitre, Barcelona, 1983. (Incluida en la bibliografía básica de la asignatura “Periodismo electrónico” de la Universidad Cardenal Herrera – CEU de Valencia).

En definitiva, son tres ejemplos que contrastan, tanto por su temática como por su año de edición, con el resto de obras incluidas. Su inclusión en asignaturas centradas en el periodismo electrónico puede responder, básicamente, a la voluntad de establecer un análisis comparativo entre las rutinas de producción periodística en los medios analógicos (especialmente, el periódico impreso) y los medios de información de Internet (especialmente, el periódico digital), en el caso de los dos primeros libros. Por su parte, la inclusión de la obra de Martínez Albertos resulta de interés siempre y cuando constituya el punto de partida para una posterior reflexión centrada en las posibilidades que Internet introduce en la redacción de los mensajes periodísticos (tanto en su proceso de producción como en sus características formales).



La enseñanza del ciberperiodismo:
Propuestas del mundo profesional y
del académico

Principales cambios en la formación que exige el ciberperiodismo

Reflexiones desde el ámbito académico

El reto de incluir el ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo exige, entre otros aspectos, definir con precisión cuáles son las exigencias formativas que se tienen que cubrir en la formación del ciberperiodista. Junto a las conclusiones derivadas del estudio de las referencias bibliográficas y los datos que se desprenden del análisis de los programas de las asignaturas seleccionadas, se ha considerado oportuno “preguntar” a los docentes e investigadores especializados en esta área, así como a profesionales de los medios digitales, cuáles son las principales exigencias formativas que introduce el ciberperiodismo. A continuación, se incluyen las respuestas de los docentes e investigadores:

Docente / Universidad	Principales exigencias formativas del ciberperiodismo
Manel López López Universidad Autónoma de Barcelona	Formación superior, utilización de alto nivel de la telemática y capacidad de toma de decisiones.
Lorenzo Vilches Universidad Autónoma de Barcelona	Sobre todas las materias de contenidos que no están de moda: retórica, semiótica, análisis del discurso, teoría de la imagen.
Fernando Sabés Universidad Autónoma de Barcelona	El principal cambio es la gran cantidad de información que se genera, pero a la vez, conlleva un problema esencial que es la capacidad o no de contrastar las fuentes de esa información.
José María Perceval Universidad Autónoma de Barcelona	En primer lugar, un conocimiento de las nuevas herramientas telemáticas necesarias para la gestión, la articulación y la transmisión de los nuevos mensajes. Fundamentalmente, se requiere un cambio de mentalidad para adecuarse a un nuevo canal de comunicación.
José Luis Valero Universidad Autónoma de Barcelona	Es fundamental, por un lado, formar al periodista en todos los recursos visuales y no tanto en los escritos, salvo los de características sumariales y, por otro, en los recursos que proporciona la hiperconectividad en cualquier dirección hipertextual o interactiva.
Xavier Ribes Universidad Autónoma de Barcelona	Conocimientos de edición digital (imagen, sonido, animación, video).
Héctor Borrat Universidad Autónoma de Barcelona	Dependen de los cambios tecnológicos y los cambios de modelos en la propia Red, y de sus efectos acumulados sobre la prensa digital, pero también sobre la prensa impresa. Como estos cambios no cesan, no es fácil determinar cuáles son los principales.

	<p>Supongo que estarán muy ligados a los cambios que el ciberperiodismo está exigiendo al periodismo a secas. Prefiero destacar aquellos cambios que anuncian un horizonte posible:</p> <p>a) Enriquecer la actualización informativa con la contextualización y el análisis inmediato de las informaciones más importantes.</p> <p>b) Aprovechar la interactividad con los lectores -tomando en cuenta sus reacciones- para jerarquizar prioridades no sólo (como ya se está haciendo) entre los textos ya leídos sino también sobre textos y temas inéditos propuestos de manera razonable y fundada por los propios lectores.</p>
<p>Xavier Salla Universidad Autónoma de Barcelona</p>	<p>Estudio de los públicos a los que se dirige para adecuar su información a éstos. Por supuesto, es necesario un dominio de las nuevas tecnologías (infografía, tratamientos de imágenes, textos, edición digital...) y legislación.</p>
<p>José Luis Riva Universidad Autónoma de Barcelona</p>	<p>El ciberperiodismo exige conocer el nuevo medio y adaptarse a sus particulares características.</p>
<p>Obdulio Martín Bernal Universidad Carlos III – Madrid</p>	<p>El más básico: incorporar este aspecto de la formación de forma diferenciada y suficiente al currículo de las licenciaturas de Periodismo. Y por supuesto centrarse en algunos aspectos concretos que son fundamentales: relaciones con las audiencias (interactividad, personalización y comunidades virtuales, fuentes, tratamiento de la información, construcción del relato informativo en la Red, redacción para la web, etc.</p>
<p>Miriam Redondo Universidad Carlos III – Madrid</p>	<p>Creo que hay que enseñar a los profesionales a buscar correctamente información en la Red (evaluar fuentes, contrastarlas, etc.). Es lo que más hacen y lo que peor hacen.</p>
<p>Pilar Diezhandino Universidad Carlos III – Madrid</p>	<p>Conocer los recursos de Internet. Lo mismo que en su momento ocurrió con la aparición de nuevos medios, la radio o la televisión.</p>
<p>Manuel Tapia Universidad Carlos III – Madrid</p>	<p>El alumno debe aprender ofimática, diseño de páginas web, lenguaje html, etcétera. También debe conocer todos los secretos de la navegación por la Red. Considero muy importante que el aprendizaje de esas materias vaya muy ligado a la realidad del periodismo. Lo importante es que los estudiantes sepan que los profesionales de la información disponen hoy en día de unas herramientas muy potentes para su trabajo. Yo no quiero formar a tecnólogos, quiero formar a periodistas que manejen esas herramientas tecnológicas para enriquecer su trabajo y ganar en calidad de contenidos. En cualquier caso, deberá pasar algún tiempo para comprobar cuáles serán esos cambios, ya que las asignaturas relacionadas con el ciberperiodismo, lamentablemente, todavía no están consolidadas en muchas universidades.</p>
<p>Teresa Sandoval Universidad Carlos III – Madrid</p>	<p>Un currículum transversal que abarque las modificaciones que Internet y los nuevos soportes digitales han producido y producen en todos los aspectos del Periodismo (producción, diseño, deontología, redacción, teorías de la comunicación, fotografía, periodismo especializado, etc.), en las empresas mediáticas (convergencia, economía) y en los distintos soportes. Unas asignaturas específicas, troncales, basadas en las características clave que distinguen el periodismo digital (origen, desarrollo, modelos, tendencias) y la Redacción del mensaje en soportes</p>

	digitales. Asignaturas optativas sobre Arquitectura de la información (diseño de sitios web informativos) y Producción y diseño de mensajes informativos multimedia (especiales e infografías).
Jesús Flores Universidad Antonio Nebrija – Madrid	Conocimientos del entorno tecnológico y digital. Concienciación de una cultura de red. Adopción de nuevos mecanismos para llegar a la nueva audiencia.
Bella Palomo Torres Universidad de Málaga	Las asignaturas requieren una renovación para cubrir las nuevas prácticas periodísticas en áreas como la búsqueda y procesamiento de la información por Internet (Documentación Digital y Periodismo de Investigación); las nuevas formas de expresión (Redacción Periodística y Tecnología de la Comunicación Periodística) o los nuevos dilemas éticos que plantea (Deontología). Para fomentar el trabajo en red, también se pueden incluir debates en línea, foros para resolver dudas de asignaturas y, por supuesto, publicar informaciones en Internet (por ejemplo, a través de blogs). Por otra parte, considero de gran importancia que el alumno mantenga un contacto con el inglés desde primer curso de la carrera para evitar un excesivo localismo en sus trabajos y poder desenvolverse en un entorno de origen anglosajón. Por último considero fundamental que el contacto con la Tecnología se normalice desde el primer curso de la carrera, para erradicar desde el principio la fobia de muchos de ellos hacia los ordenadores y que sean conscientes de que en el siglo XXI un periodista no es sólo alguien a quien le gusta escribir.
Mario Arias Oliva Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Dominio de las tecnologías de la información y capacidad de búsqueda, selección y proceso de cantidades ingentes de información.
David Domingo Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	El ciberperiodismo requiere del profesional la comprensión de las características específicas de sus canales de distribución y la adquisición de habilidades técnicas específicas de la producción de contenido para estos canales. Esto incluye: <ul style="list-style-type: none"> a) Definir contextos hipertextuales adecuados para la narración de noticias y otros géneros informativos e interpretativos. b) Buscar, seleccionar y recoger información en entornos digitales, más allá de las rutinas clásicas de contacto con las fuentes. c) Producir, editar y relacionar de forma coherente información en múltiples formatos (texto, vídeo, audio, fotografía, grafismo), sabiendo elegir el formato más adecuado para cada elemento de la pieza informativa. d) Entender los retos que supone el papel activo que tienen los usuarios de Internet en la producción y consumo de información. e) Crear y dinamizar espacios de participación colectiva, sean de opinión o de producción informativa. f) Entender los ritmos de producción informativa flexibles que permite Internet. g) Establecer una estrategia global de publicación de información sobre un hecho por diferentes canales para diferentes soportes de forma coordinada, con los

	<p>contenidos específicos adecuados para cada caso.</p> <p>h) Evaluar los condicionantes empresariales y de modelo de negocio que existen en el entorno digital para encontrar soluciones sostenibles para la producción periodística de calidad.</p>
Javier Díaz Noci Universidad del País Vasco	Conocimiento de las características del nuevo medio: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y dominio de la elaboración de información y contacto con las fuentes.
Koldo Meso Universidad del País Vasco	En la era digital, la producción de contenidos es la clave de la comunicación. Es necesario saber escribir para la red. Surge un nuevo modo de estructurar y acceder a la información: el hipertexto. Desaparecen las fronteras que separaban a los medios en función de su soporte y de los formatos. El papel tradicional de los periodistas aparece más cuestionado. El público accede directamente a la información sin necesidad de mediar la figura del periodista. Es necesario un mayor acercamiento a las nuevas tecnologías; una mayor familiaridad con las mismas. También serían necesarios cambios en cuanto al concepto de diseño en la red.
Xosé López Universidad Santiago de Compostela	El conocimiento de las nuevas herramientas y las características del nuevo mensaje (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad), entre otras.
José Pereira Universidad Santiago de Compostela	El principal cambio radica en la necesidad de comprender el concepto de gestión de contenidos. El proceso creativo es una matización de experiencias en otros soportes, pero la gestión digital es un concepto radicalmente nuevo.
Maria Luisa Otero Universidad Santiago de Compostela	Enfoque, conocimiento de ciertas herramientas informáticas, experimentación.
Rafael Carrasco Centro Universitario Villanueva - Madrid	Fundamentos en aplicaciones informáticas.
Luis Gabriel David EADE – Estudios Universitarios – Málaga	Es necesario proporcionar al estudiante los conocimientos teóricos y las habilidades prácticas que le permitan manejar Internet (dominio de programas como el Dreamweaver, Flash, Fireworks, etc.), y por otro lado, “reorientar” la redacción periodística para adaptarla al nuevo medio.
Roberto Pérez SEK University - Segovia	<p>Se debe aplicar una doble fórmula:</p> <p>a) Por una parte, introducir el estudio del ciberperiodismo en la licenciatura de Periodismo como asignatura (troncal u obligatoria) y no transversalmente como temas o módulos añadidos a otras asignaturas como está sucediendo en gran parte de las universidades del estado. De esta forma, los nuevos licenciados estarán preparados para ejercer la profesión con competencia.</p> <p>b) Por otra parte, activar cursos específicos de formación continua, entre empresa y universidad, para reciclar las prácticas de los periodistas que trabajan en el medio electrónico y que no han tenido una formación específica.</p>

David Lavilla Universidad Camilo José Cela	Más interacción con el alumno en las clases: hay que tratar de hacerles sentir el medio en el aula. Si el medio es interactivo, las clases con mayor motivo. El profesor ha de estar reciclado permanentemente, ya que Internet cambia de un día para otro. El docente debe manejar las herramientas que se manejan en las redacciones digitales e intentar hacer las clases más prácticas. Considerar de forma especial el aprendizaje endógeno. El profesor debe motivar aún más al alumno y transmitirle optimismo.
Elvira García de Torres Universidad Cardenal Herrera -CEU	Fundamentalmente formación en nuevas tecnologías, teórica y práctica, actualización en teoría del periodismo y de la comunicación y, en el área de redacción, organización de la información y acceso y tratamiento de las fuentes.
Concha Edo Universidad Complutense de Madrid	Mayor capacidad de síntesis para hacer textos breves y completos. Comprender cómo se complementan los distintos soportes: texto, audio, imagen fija y en movimiento, infografía, etc.
David Parra Universidad Complutense de Madrid	Un fenómeno como el del ciberperiodismo ocasiona varios tipos de transformaciones: <ul style="list-style-type: none"> a) En la formación del profesional de la información. Es cierto que el ciberperiodista es, ante todo, un periodista y como tal requiere la formación del periodista pero, tal y como antes indicaba, precisa de una formación ciberperiodística específica (manejo de herramientas informáticas, conocimiento de las particularidades del ciberperiódico...). b) En la organización de los recursos productivos por parte del empresario de la información. No es lo mismo comercializar información on-line que en otros soportes (ya sea papel, ondas hertzianas u otros). c) En las propias audiencias, cuyos hábitos de lectura y de consumo del producto informativo son distintas a las de las audiencias convencionales. d) La concatenación de todos estos cambios origina una nueva ciberestructura de la información, más compleja y desestructurada que la estructura de la información tal y como la hemos conocido en el siglo XX.
Olga Álvarez Universidad De La Laguna – Tenerife	Fundamentalmente un cambio mental. Y luego saber redactar para otro concepto mucho más completo de la información.
Lourdes Martínez Universidad de Murcia	El ciberperiodismo exige una formación global que abarque, por un lado, la adquisición de una serie de destrezas tecnológicas, y por otro, el conocimiento teórico y práctico del nuevo paradigma comunicativo que representa la expansión de la comunicación digital, multimedia e interactiva. Exigiría la implantación de algunas asignaturas específicas y también una readaptación de las materias de estudio, desde una perspectiva transversal, incorporando los aspectos teóricos y prácticos, así como las repercusiones legales, éticas y deontológicas que se deriven de la utilización y expansión de Internet en las distintas asignaturas de la

	carrera de Periodismo.
Pedro Antonio Rojo Universidad de Murcia	El ciberperiodista, en cuanto a su formación, debe ser un profesional que tenga nociones de <u>documentación</u> (para syndicar, clasificar y organizar un contenido que cada vez es más abundante); de manejo de programas de <u>edición multimedia</u> (para crear contenidos animados e insertar informaciones en diferentes soportes, escritos y audiovisuales); debe poseer la <u>capacidad de redactar</u> y crear contenidos más cercanos al entretenimiento que a la propia información (en este sentido hay que olvidarse de los géneros periodísticos tradicionales para centrarse en una redacción cercana a la persuasión y al entretenimiento); también debe poseer unos sólidos conocimientos de <u>marketing e investigación comercial</u> (dado que las audiencias interactivas están cada vez más segmentadas, la distribución de contenidos ha de basarse necesariamente en una investigación previa sobre su eficacia publicitaria ya que, en Internet, el público se olvida de los contenidos masivos para prestar atención sólo a aquellos temas que son de su interés); y por supuesto, debe poseer sólidos conocimientos en la <u>gestión de la producción</u> multimedia (ya que debe dirigir y gestionar la distribución de contenidos para diferentes plataformas), y nociones de <u>dirección, gestión y planificación</u> del trabajo en equipo, ya que el ritmo de producción de contenidos en la era digital es constante, y producir contenidos para cada soporte/interfaz obliga al profesional a integrarse en equipos de trabajo de manera asidua.
Jaime Alonso Universidad de Murcia	Nueva concienciación acerca del sentido de la comunicación en Internet. Académicos abiertos a un nuevo sentido de la formación, más cambiante y compleja. Novedosas dinámicas de trabajo en clase, basadas en el uso individual y/o colectivo de ordenadores con conexión a Internet.
Ramón Salaverría Universidad de Navarra	El desarrollo de una didáctica específica para el aprovechamiento de las posibilidades comunicativas del ciberespacio (hipertextualidad, interactividad y multimedialidad) y la superación de una formación orientada meramente a lo instrumental.
Carlos Scolari Universidad de Vic	Además de los nuevos conocimientos -algunos de los cuales fueron indicados en la respuesta anterior-, la formación debe apuntar a formar un profesional polivalente, que tenga conocimientos de los diferentes medios y lenguajes de la comunicación. Un profesional polivalente, además, debe conocer a fondo el proceso de producción de las noticias para poder insertarse en cualquiera de sus fases.
Josep M. Sanmartí Universidad Europea de Madrid CEES	Básicamente de tipo tecnológico. Fuera de ello, la formación no se aparta mucho de la general de los periodistas.
Karma Peiró Universidad Internacional de Cataluña	El aprendizaje del manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la comunicación digital que tanto se diferencia de la presencial.
Alfonso Palazón Universidad Rey Juan Carlos – Madrid	Podríamos resumirlo en un cambio absoluto de mentalidad para entender una tela de araña de información que se interconecta a fuentes, a periodistas... que continuamente interactúan con nuevas

	interconexiones y flujos de información que difieren de las rutinas de los periodistas convencionales que incluso, diría, trabajan en soportes digitales.
Guillermo López Universidad de Valencia	Fundamentalmente aquellos asociados, por una parte, con las características del medio (ruptura de las coordenadas espaciotemporales, multimedia, hipertextualidad, interactividad), y por otra, con las modificaciones del ecosistema mediático. Aplicado a la formación, esto significa que el ciberperiodista debe poseer nociones básicas de maquetación y edición de contenidos, debe ser capaz de trabajar en diversos formatos, debe integrar sus contenidos en el contexto de una oferta multimediática, dado que probablemente trabajará en empresas multimedia, y debe, en fin, ser capaz de desarrollar como prácticas de clase contenidos propios pensados para medios pertenecientes al flujo de la comunicación de masas o ajenos a la misma (lo cual se traduce, en la parte práctica, en el trabajo de los distintos géneros ciberperiodísticos como parte de la oferta de un portal de contenidos de carácter colectivo y en la creación y gestión de un web propio, respectivamente, en este último caso normalmente utilizando la herramienta de publicación de los weblogs).
Eva Domínguez Universidad Ramon Llull	Ni la creación de contenidos digitales, ni el consumo de la información de la información por parte de los ciudadanos, ni la búsqueda de fuentes y de información en los medios digitales son los mismos que en los medios tradicionales, por tanto la formación ha de incorporar estas consideraciones de una manera transversal en todo su programario docente. Los estudiantes, sea cual sea, el trabajo que desempeñen posteriormente han de conocer la función y complementariedad de los medios digitales en su día a día y en el producto comunicativo que acaben creando.
Joan Canovas Universidad Pompeu Fabra	Formación no presencial, mayor capacidad de técnicas documentales, estructuras docentes más flexibles.

Reflexiones desde el ámbito profesional

Un escenario profesional en constante cambio

En el marco de la presente investigación, se ha entrevistado a diferentes profesionales en activo de diferentes medios on-line para conocer cuál es su punto de vista con relación a las habilidades y competencias que ha de presentar el profesional del ciberperiodismo. Sus comentarios se han contrastado con el punto de vista de los profesores e investigadores consultados. Si bien los profesionales no conocen al detalle las características de los planes de estudio de la licenciaturas de Periodismo (especialmente, en lo relativo a la distribución de materias por ciclo y curso, su valor académico, etc.), su punto de vista resulta crucial para conocer cuáles son las demandas que se realizan desde el día a día de un medio digital. Se ha entrevistado a responsables de diarios on-line, de portales informativos, de agencias de noticias, de iniciativas de TV on-line, etc.

Los profesionales entrevistados coinciden en destacar el amplio abanico de cambios que introduce el ciberperiodismo en diferentes aspectos vinculados con la profesión, desde el rol del periodista y su consideración y reconocimiento social, hasta las modificaciones experimentadas en las rutinas de producción de los mensajes.

“La tecnología está dando al periodista la posibilidad de trabajar más, pero, al mismo tiempo, de tener un mayor control sobre el producto final”²⁰⁹, señala Pepe Cervera, director de Reitarío. Por su parte, Txema Alegre, director editorial de La Vanguardia Digital, incide en la posición “de mayor humildad” que ha de asumir el ciberperiodista. “Hay una formación básica que el ciberperiodista debe de seguir recibiendo. El periodista tradicional es la persona que filtra y define lo que es noticia. En segundo lugar, los periodistas tienen que estar capacitados para explicar los hechos de forma clara. Con el ciberperiodismo esto se resquebraja.

²⁰⁹ Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitarío*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

El periodista ha de ser consciente de que no renuncia a su misión de filtrar e informar. Pero ahora es más un guardia urbano de tráfico que a partir de un criterio editorial selecciona unos hechos. Es consciente que a los usuarios la información les llega por otras vías. El periodista tiene que saber que si antes era necesaria la humildad, con las TIC lo es todavía más. El periodista ya no es el único con acceso a la información”²¹⁰, apunta Txema Alegre. Vicent Partal, director y fundador de Vilaweb, coincide con Txema Alegre en la importancia de reconocer que se ha modificado tanto la coyuntura informativa y como los roles que encontramos en ella. “El problema principal es más de conceptos. Los periodistas tenemos que aceptar que no tenemos el monopolio de la información, que los lectores pueden opinar, que el rol del periodista tradicional ha cambiado... Esto no puede hacerse en una sola asignatura si no que se ha de incorporar a todo el plan de estudios en conjunto”²¹¹, añade Partal.

Pepe Cervera considera que el periodismo se “diseñó” y se ha “construido” para una época radicalmente diferente a la actual. “El periodismo se hizo grande en una etapa donde lo importante era llevar información donde no la había. Ahora hay que llevar información dónde hay mucha información”²¹², apunta Cervera. En este contexto, el director de Reitarío afirma que el problema de muchas reflexiones y pronósticos es que presentan el periodismo del futuro diseñado por una consultora que sólo puede atraer a ejecutivos de medios interesados en reducir costes. “Se trata, sin duda, la respuesta equivocada al verdadero problema de los medios on-line: cómo conseguir una voz propia en un panorama lleno de miles de medios”²¹³, añade Cervera.

Partiendo de este escenario comunicativo que los profesionales definen como un espacio de trabajo sumido en un cambio constante, resulta de gran interés recuperar algunas de las definiciones del “periodista digital” propuestas por los entrevistados. Jorge Mestre, director del portal de noticias Panorama Actual,

²¹⁰ Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²¹¹ Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²¹² Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitarío*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

²¹³ Entrevista a Jorge Mestre, director de *Panorama Actual*. 30 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

define al ciberperiodista como una persona que vive al límite la información. “Es una combinación de periodista agencia y periodista de prensa y, en los casos más extremos, del periodista de radio y televisión. Sin embargo, el periodista orquesta es algo que afortunadamente no ha llegado”²¹⁴. David Rojo, editor y socio fundador de Periodista digital.com, defiende que el 'ciberperiodista' no habita en las redacciones de los diarios online, sino en la blogosfera y muchas veces ni siquiera es periodista en el sentido tradicional.

Sobre la necesidad de modificar la formación tradicional de los periodistas a partir de los cambios que introduce Internet, Txema Alegre considera que estos cambios son necesarios. “La facultad tiene que capacitar a la persona como periodista, pero han surgido cosas nuevas que han cambiado nuestra vida, nuestra casa, nuestro trabajo... y que, por tanto, exigen cambios en la facultad”²¹⁵, apunta. Pepe Cervera apunta dos grandes dificultades relacionadas con la enseñanza del ciberperiodismo: “No existe un corpus formal sobre ciberperiodismo. Se puede practicar, pero no es difícil de enseñar [...]. El periodismo digital está aún por inventar”²¹⁶.

Para Vicent Partal, el acelerado ritmo de cambios que acaecen en el terreno de lo tecnológico y, especialmente, en lo relativo a los procesos comunicativos, es uno de los principales retos a superar en la formación de los ciberperiodistas. “El reto de las universidades es adaptarse a la velocidad de los cambios que introducen las nuevas tecnologías. ¿Cómo puede un esquema mental tan lento como es el de una facultad adaptarse a estos cambios?”²¹⁷, aclara Partal. Este aspecto es una de las principales razones que lleva al director de Vilaweb a señalar que la formación de los ciberperiodistas se ha de diseñar de manera que garantice el conocimiento y la comprensión de los cambios que experimenta el periodismo en la Red.

²¹⁴Entrevista a Jorge Mestre, director de *Panorama Actual*. 30 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

²¹⁵Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²¹⁶Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitario*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

²¹⁷Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

Para David Rojo, “el perfil profesional del ciberperiodismo del futuro tendrá un gran componente tecnológico, de manejo de herramientas de audio y video en armonía con el texto, así como de selección de información más que de producción pura como ahora”²¹⁸. A ello, Rojo añade tres grandes dotes que ha de poseer el profesional de la información on-line: “El dominio del medio Internet; es decir, que el ciberperiodista presente dotes de documentalista (saber 'googlear' en busca de datos veraces), dotes técnicas (cierto amor o pasión por lo tecnológico, por las nuevas herramientas y programas) y dotes analíticas (saber distinguir la paja del heno)”²¹⁹.

La importancia de conocer y manejar Internet

El dominio de Internet, especialmente, la habilidad para desenvolverse con eficiencia por la red de redes para encontrar fuentes de información, es uno de los aspectos que más valoran los profesionales entrevistados. Algunos, incluso, como Vicent Partal, afirman que “hoy en día, si un periodista no sabe utilizar *Google* no sirve”²²⁰.

La gran cantidad de recursos informativos que aglutina Internet es considerada por los profesionales como una fuente de información de gran importancia en el desempeño profesional tanto del ciberperiodista como del periodista tradicional. Pepe Cervera considera que, entre las prioridades formativas de los futuros profesionales del periodismo on-line, se encuentra la de reforzar las estrategias y los conocimientos necesarios para manejarse entre enormes cantidades de información “La formación de los futuros periodistas tendrá un grave problema si la Red no tiene una presencia considerable en los planes de estudio [...]. En todas las materias, todos los días, se tendría que utilizar Internet. La universidad ha de proporcionar el mayor número posible de herramientas para la gestión de la información: trucos, técnicas, etc.”²²¹.

²¹⁸ Entrevista a David Rojo, editor y socio fundador *Periodista Digital*. 28 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

²¹⁹ *Ibidem*.

²²⁰ Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²²¹ Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitario*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

David Sancha coincide en la importancia de dominar los mecanismos para desenvolverse con soltura por la red de redes y localizar información con rapidez y eficiencia (entendida como la capacidad de hallar información de calidad). “El conocimiento de las fuentes informativas en Internet es un aspecto crucial. Generalmente, el periodista digital parte del teletipo, pero en muchos casos necesitamos buscar información en Internet para ampliar un tema, cotejarlo, etc. El ciberperiodista tiene que conocer cuáles son los recursos que ofrece la Red y aplicar mecanismos que garanticen su veracidad, credibilidad...”²²², afirma Sancha. Txema Alegre se muestra tajante al hablar de la importancia que posee la formación del ciberperiodista en el dominio de Internet como fuente de información: “La búsqueda de información en la Red y su validación es fundamental. A la formación hay que añadirle oficio, pero la formación se necesita”²²³.

Con relación a este tema, Vicent Partal llega a vaticinar incluso una fusión entre los estudios de Periodismo y los de Documentación. “Es esencial el tema del documentalismo. Se debe caminar hacia una fusión entre lo que es el documentalista y el periodista. El periodista de la Red más que explicar lo que está pasando explica donde está pasando y da pautas para entender lo que está pasando. Ahora son dos carreras separadas, pero el periodista en Internet tendrá que saber mucho de documentalismo. Si no sabe hacerlo, estará totalmente perdido”²²⁴, afirma Partal.

El hipertexto: Una nueva estructuración de los mensajes periodísticos

La estructura hipertextual, que en el medio on-line se ve ampliamente explotada, constituye para el conjunto de los profesionales entrevistados una de las

²²² Entrevista a David Sancha, editor de *El Periódico.com*. 25 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

²²³ Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²²⁴ Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

principales novedades del ciberperiodismo y, al mismo tiempo, uno de los aspectos que ha de aparecer en los planes de estudio.

Para David Sancha, la posibilidad que introduce el hipertexto de estructurar las informaciones en diferentes capas de profundidad informativa es muy importante para los medios digitales. “Los redactores han de ser que significa este tipo de estructura y cómo aplicarla. Tiene que saber que una noticia a partir de su título, lead y párrafos puede tener posibilidades de ampliación mediante materiales vinculados con el diario, foros, encuestas, etc. [...]. El conocimiento del valor hipertextual de la información es una de las principales carencias que presentan los periodistas recién licenciados. Llegan con un nivel aceptable de redacción para prensa, radio o televisión, pero todos los matices hipertextuales que incorpora el medio on-line, los licenciados no los poseen.”²²⁵, aclara Sancha.

Txema Alegre destaca que en la Red hay que escribir de manera “distinta”. “Hay una razón de coordenadas. Se escribe para un medio que tiene un alcance geográfico. No sabes en qué punta del mundo y a qué hora te van a consultar. Por ello, exige un gran sentido de la contextualización, especialmente al aplicar una actualización permanente. [...] El diario electrónico se basa en el hipertexto y además se consulta a través de una pantalla que cansa la vista. Por ello, hay que facilitar que el lector entre en la información a través de un titular. El lead se mantiene y se debería hacer un último párrafo de contextualización del hecho en cuestión. [...] Muchos periodistas estamos bloqueados en la pirámide invertida, que está muy bien y que ha hecho periodismo durante 60 años. Pero cuando sucede algo importante nos vamos a muchas páginas. En el medio on-line, la estructura hipertextual es la que impera”²²⁶.

A partir de esta serie de reflexiones, podría considerarse que uno de los hitos a alcanzar en el terreno de la enseñanza del ciberperiodismo es la creación de

²²⁵ Entrevista a David Sancha, editor de *El Periódico.com*. 25 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

²²⁶ Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

una asignatura (o varias) que trabajen el tema de la redacción ciberperiodística. Con relación a ello, Pepe Cervera considera que “una materia sobre cómo escribir para la Red es sumamente interesante. El problema es que es muy complicada ponerla en práctica”.

El aprendizaje de herramientas de software

Respecto a la pertinencia de incorporar el aprendizaje de herramientas de software en los planes de estudio de la licenciatura de Periodismo, los profesionales coinciden en señalar que no se trata de una prioridad. Algunos creen que su enseñanza puede ser útil como complemento o especialización; mientras que otros consideran que su inclusión en los planes de estudio es innecesaria.

Pepe Cervera opina que el aprendizaje del software no es un requisito imprescindible en los futuros periodistas. “Lo importante es que posean una cultura que les vincule a la Red”²²⁷, apunta Cervera. Para David Sancha, el dominio del software de edición y diseño web ha de verse como un interesante complemento en la formación del ciberperiodista, pero nunca se ha de pretender considerar al profesional como una especialista en este ámbito. Txema Alegre se mantiene en la línea de los anteriores periodistas y considera que el dominio de software no es una de las prioridades en la formación del ciberperiodista. “El periodista tiene que conocer algunas herramientas. La facultad las tiene que enseñar, pero estos instrumentos se aprenden con el oficio. Es bueno que sepan utilizar el *Photoshop*, por ejemplo. Pero las herramientas necesarias se aprenden ejerciendo el oficio. Un periodista que llegue a la redacción sin haber usado nunca *Photoshop* en dos horas puede aprender lo básico, lo que realmente necesita. Sin embargo, aprender a editar gráficamente será algo más difícil. Lo fundamental es que sea periodista. Lo fundamental para el periodismo

²²⁷ Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitario*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

digital es el talento, más allá de saber usar un programa”²²⁸, apunta Alegre. Vicent Partal se muestra igual de tajante con relación al aprendizaje del software: “En las facultades se debería despertar el interés de los estudiantes por la tecnología, pero no se debería enseñar tecnología. Un periodista digital si no tiene curiosidad por descubrir qué se puede hacer con la tecnología, no funcionará”²²⁹. Jorge Mestre considera que el aprendizaje del software queda fuera de las tareas propias del ciberperiodista. “No se trata de enseñar Dreamweaver. Sería como enseñarles a arreglar un coche. El aprendizaje del diseño de páginas web lo debería hacer el periodista por su cuenta”²³⁰, afirma el director del portal informativo Panorama Actual.

Los profesionales entrevistados consideran que el trabajo en equipo en el ámbito del periodismo digital es fundamental. En este sentido, si bien rechazan que el ciberperiodista tengan que poseer un gran dominio de las herramientas de software, sí que juzgan como pertinente que éste conozca los programas informáticos que existen en el mercado y las aplicaciones de cada uno de ellos en el desarrollo de los mensajes ciberperiodísticos. De este modo, los ciberperiodistas sabrán hasta donde pueden exigir a los diseñadores y/o programadores informáticos.

En esta línea, David Sancha presente una interesante reflexión en torno a las competencias del ciberperiodista en materia de software y en la “comunicación” que ha de mantener con el resto de compañeros. “Valoro tres perfiles: el perfil del periodista, el perfil del diseñador y el perfil del programador. Desde mi punto de vista, el perfil del periodista es el más importante porque es el que tiene que mediar entre uno y otro [...]. Si bien el periodista no tiene que saber lo mismo que un técnico o un diseñador, sí que ha de conocer cuáles son las posibilidades de éstos. Tiene que tener unos conocimientos básicos para saber

²²⁸ Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²²⁹ Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

²³⁰ Entrevista a Jorge Mestre, director de *Panorama Actual*. 30 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

dialogar con los técnicos, comprenderse mejor y sacar más provecho de esa relación. Cuánto más capacidad tenga, mejor. Obviamente, no será necesario que trabaje como diseñador, ni mucho menos como programador. Así la relación entre ellos será más fluida. Además, no hay que olvidar que el periodista en esa relación es la persona que tiene la idea y que ha de buscar la ayuda de las otras personas para llevarla a cabo. Actúa como coordinador en el desarrollo de esa información. No se trata de una coordinación en sentido de mando sino del que lleva la iniciativa dentro de un grupo de trabajo. Además, es el único que tiene criterio periodístico”²³¹, apunta Sancha.

En la misma línea, Txema Alegre opina que el conocimiento global de todo el método de trabajo es algo que el periodista no puede ignorar. “Es bueno que tenga un conocimiento de las herramientas que se usan, por qué y para qué. Entre otros motivos, este aspecto es útil porque en una misión de redactor jefe, éste ha de saber exigir a sus redactores, diseñadores, infografistas, etc. cosas que puedan hacer”²³².

²³¹ Entrevista a David Sancha, editor de *El Periódico.com*. 25 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

²³² Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

Retos e interrogantes en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio universitarios

Barreras en la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo

A partir de los años noventa, las empresas de comunicación fueron progresivamente "digitalizando" sus estructuras productivas. Este proceso, como apunta Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, ha terminado por influir en la "digitalización" de los estudios de Comunicación. Las universidades, antes o después, con más o menos recursos, han debido comenzar a modificar sus contenidos para seguir el ritmo de las transformaciones productivas. El propio Scolari afirma que el "imaginario digital" se ha expandido incluso en sociedades donde la difusión tecnológica ha sido lenta o desequilibrada. Según este docente, "es ese mismo imaginario —que a menudo tiende a equiparar 'digitalización' con 'más democracia', 'más riqueza'— el que presiona a la institución universitaria para que se adapte a la nueva realidad".

Por otro lado, con relación a la penetración de las TICs en la sociedad, Scolari apunta que más allá de su valor simbólico, la presencia de estas tecnologías digitales en una sociedad condiciona el recorrido formativo de sus universidades. "Si la llegada de la Revolución Industrial motivó la creación de las 'escuelas de arte y oficio', la difusión de las tecnologías digitales ha promovido el nacimiento de nuevas instituciones (como las escuelas de diseño digital o interactivo) y programas específicos de formación dentro de las universidades", añade Scolari.

En este contexto, el proceso de incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo se encuentra en una fase muy incipiente. Tal y como se señalaba en uno de los capítulos de la presente Tesis doctoral, actualmente en España sólo existen 17 asignaturas específicas sobre

este tema en el marco de las licenciaturas de Periodismo. La consecución de este hito se ha visto ralentizada por una serie de obstáculos de naturaleza muy variada. Básicamente, las principales barreras a la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio se pueden sintetizar en los siguientes puntos²³³:

Principales barreras
La 'juventud' del ciberperiodismo
Barreras burocráticas
Necesidad de modificar el plan de estudios actual
Rechazo de los docentes
Necesidad de formar docentes
Dificultad de un 'temario' sobre ciberperiodismo
Falta de coordinación entre docentes y asignaturas
Falta de infraestructura técnica

La 'juventud' del ciberperiodismo:

La concepción de la red de redes como un fenómeno excepcional (desde el punto de vista comunicativo) se ha convertido, según los docentes consultados, en uno de los principales obstáculos para la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio. Concha Edo, de la Universidad Complutense Madrid, afirma que “más que barreras existe un desconocimiento de la importancia que tiene el periodismo en Internet y de las posibilidades presentes y futuras de este nuevo soporte”.

Para David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili, el reconocimiento de Internet como un medio más contribuiría a que su presencia en los planes de estudio se consolidara y ampliara. “Que el ciberperiodismo sea una asignatura más dentro del plan de estudios no es la estrategia adecuada para que los

²³³ El conjunto de problemas señalados procede de las reflexiones y los comentarios de los docentes, investigadores y profesionales que han respondido al cuestionario o que han sido entrevistados en el marco de la presente investigación.

estudiantes entiendan el ecosistema comunicativo actual. Existen académicos y profesionales preparados para impartir la asignatura, y en muchas universidades ya se imparte, pero este planteamiento es una gota en un océano dominado por las lógicas de los medios de comunicación tradicionales, por lo que no refleja la situación actual. Replantear de manera global los planes de estudio sería la solución, pero es un esfuerzo muy complejo para las facultades”, apunta Domingo.

Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, señala también la “novedad” y “falta de consolidación” del objeto de estudio como la principal barrera en el proceso de incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio. “Las publicaciones de Internet acaban de cumplir su primera década de vida; por lo tanto, es hasta cierto punto lógico que sea modesta todavía la presencia de estas materias en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo”, señala Salaverría.

Manuel Tapia, de la Universidad Carlos III de Madrid, afirma que el hecho de que el ciberperiodismo sea un fenómeno “relativamente nuevo, sin un gran peso académico” contribuye a dificultar su inclusión curricular. A ello, Tapia añade la falta de docentes con grandes conocimientos sobre la materia. En esta misma línea, José Luis Valero, de la Universidad Autónoma de Barcelona, alude a la falta de documentación escrita en torno a la materia, especialmente, la que se centra en la “parte comunicativa”.

Karma Peiró, de la Universidad Internacional de Cataluña, considera que la “juventud” del ciberperiodismo hace que “todavía se le vea como una especialización con pocas salidas profesionales. Se piensa en el presente pero no se contempla la posibilidad de que en unos años, toda la sociedad pasará por la comunicación digital, se informará y vivirá en redes complejas que manejarán mucho conocimiento”.

Guillermo López, de la Universidad de Valencia, considera que, junto a esta falta de reconocimiento derivada de la fase incipiente en que se encuentra la investigación sobre ciberperiodismo, hay que destacar la falta de estabilidad y reconocimiento de muchos investigadores y docentes, en su mayoría jóvenes, que se han especializado en este campo. “En toda materia reciente, la investigación científica, aunque ya fecunda y muy positiva en sus resultados, está en fase de consolidación. Además, la mayor parte de los investigadores en ciberperiodismo se caracterizan por su juventud y por una situación laboral, derivada en buena parte de lo anterior, que aún no se ha estabilizado. Estos dos factores, así como las inercias propias de cualquier disciplina científica, determinan que la presencia del ciberperiodismo en los planes de estudio de las universidades españolas sea significativamente menor de lo que corresponde a su impacto efectivo en el Periodismo en su conjunto y a su interés como objeto de estudio académico”, señala Guillermo López.

Barreras burocráticas:

Las trabas burocráticas, esto es, aquellas relativas a las barreras que dificultan y ralentizan la puesta en marcha de iniciativas y proyectos dentro del ámbito académico (creación de nuevas materias, modificación de temarios, etc.) son un factor que influye notablemente en la digitalización de los estudios de comunicación.

Algunas universidades disponen de una mayor margen de maniobra que otras, aspecto que les permite reformar con mayor celeridad sus planes de estudio, crear nuevos títulos de grado, proponer una oferta diferenciada de postgrados, etc. Este tipo de acciones facilita la incorporación del ciberperiodismo, u otro tema, como objeto de estudio. “Las universidades más pequeñas tienen una mayor flexibilidad para adaptarse a los nuevos temas y desafíos. Las grandes unidades académicas, por el contrario, suelen ser más lentas a la hora de reformar sus planes de estudio o renovar sus líneas de investigación”, apunta Carlos Scolari, de la Universidad de Vic.

Obdulio Martín-Bernal, de la Universidad Carlos III de Madrid, considera que la incorporación de la formación en periodismo en la red debe soslayar como principal obstáculo el relativo a los trámites y gestiones de índole administrativa. “Existen, por supuesto, dificultades digamos burocráticas —las condiciones más o menos rígidas para cambiar los planes de estudios— y, sobre todo, las que podríamos denominar *intrínsecas* al sistema: es decir, las inercias que tienden a perpetuar el statu quo de los currículos, del que se derivan dotaciones de cátedras, composición y organización de departamentos, etc.”, señala Martín-Bernal.

Necesidad de modificar el plan de estudios actual:

Muchos docentes consideran que las barreras están en el propio modelo de plan de estudios. Tal y como señala Xosé López, de la Universidad de Santiago de Compostela, el plan de estudios actual “obliga a incorporar buena parte de los contenidos específicos en las asignaturas troncales, como contenidos horizontales. La única vía que ofrece es la de asignaturas obligatorias (exige materias por soportes, para todos) y las optativas, con itinerarios específicos (es la vía elegida hasta ahora porque permite especialidades)”.

Javier Díaz Noci, de la Universidad del País Vasco, considera que la mayoría de los planes de estudio no se han renovado lo suficiente para adaptarse a las transformaciones del ámbito profesional y este aspecto ha propiciado que “estos contenidos se tengan que refugiar en asignaturas optativas o de libre elección, en franca desventaja frente a otras asignaturas más ‘tradicionales’”.

En este línea, Xabier Ribes, de la Universidad Autónoma de Barcelona, afirma que la dificultad en la incorporación plena del ciberperiodismo estriba en que su estudio debería ser asumido por todas las asignaturas de la carrera y, por tanto, se plantea como necesario un reciclaje del profesorado, una modificación de los

programas de las asignaturas y una ampliación de las infraestructuras tecnológicas de las facultades.

Para Teresa Sandoval, de la Universidad Carlos III de Madrid, es necesario que en otras materias se incluyan temas relacionados con el ciberperiodismo, “para que de esa forma no sea necesario detenernos en estos aspectos o casos en las materias específicas (Por ejemplo: Introducción al diseño web, fotografía digital, ética y derecho de la información en Internet, etc.)”. Por su parte, Bella Palomo, de la Universidad de Málaga, reivindica que el estudio del ciberperiodismo se convierta en una materia obligatoria, lo que permitiría aumentar los créditos que se imparten, reconocer los grupos prácticos que se generarían, profundizar en los contenidos y asegurar que todos los alumnos que acaben la carrera salgan con un perfil más atractivo para las empresas de comunicación.

En este contexto, el estudio del ciberperiodismo se ha limitado en muchos casos a la creación de materias aisladas de ciberperiodismo. Básicamente, se ha tratado de asignaturas optativas y, por tanto, no existe ninguna garantía de que los estudiantes las cursen a lo largo de sus estudios de licenciatura. Del mismo modo, la necesidad de condensar todos los contenidos en una materia de un semestre de duración impide un tratamiento en profundidad del ciberperiodismo, tanto desde una perspectiva teórica como a nivel práctico. En esta misma línea, Lourdes Martínez, de la Universidad de Murcia, afirma que “la primera barrera serían los actuales planes de estudio y es necesaria su readaptación para incorporar el estudio del ciberperiodismo como materia específica y de forma transversal”.

Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, resalta que el trabajo a desarrollar tiene que producirse a dos niveles: Crear nuevas asignaturas “ad hoc” sobre ciberperiodismo y remodelar el contenido de algunas asignaturas tradicionales para lograr un enfoque transversal.

Roberto Pérez, de la Universidad SEK de Segovia, considera que la coyuntura actual, marcada por los cambios que exige la incorporación al crédito europeo, puede considerarse como un momento idóneo para la reorganización de los planes de estudios de las licenciaturas de comunicación y, al mismo tiempo, para prestar atención a las nuevas necesidades del mercado laboral y de los campos de investigación abiertos por las nuevas tecnologías de la comunicación.

Rechazo de los docentes:

La inserción curricular del ciberperiodismo demanda un reciclaje de los docentes, generalmente dedicados a la enseñanza de los medios tradicionales. La Asociación de Diarios Españoles señala en su *Libro Blanco de la Prensa Diaria*, clasifica a los redactores de las empresas que han iniciado un proceso de transformación hacia la convergencia de redacciones (tradicional - digital) en dos grupos: los redactores resistentes al cambio (que se sienten amenazados por la irrupción de nuevas herramientas de software, nuevas competencias, etc.) y los redactores que califica de “fuertes competidores” (que perciben en las transformaciones que introduce el ciberperiodismo una oportunidad para mejorar su trayectoria profesional). El primero de estos grupos argumenta que la redacción multimedia puede conducir a un Periodismo más barato y menos elaborado. El segundo cree que el trabajo conjunto redundará en información de mayor calidad en los distintos medios. “Para entender más de estos argumentos hay que ver quién está detrás de estas dos posturas. Los periodistas que se ven amenazados son, en general, aquellos que tienen más de 10 años de experiencia que vivieron otros tiempos del periodismo, con una buena reputación profesional y a quienes los ordenadores les pillaron ya fuera de la Universidad. Este grupo considera que trabajar para Internet es un desperdicio de su buen nombre, sus conocimientos y su experiencia (mostrada día a día con la firma de un periódico o con su imagen ante una cámara de televisión) en el

anonimato, la rapidez y la falta de profundidad transmitida en la Red”²³⁴. Esta reflexión es aplicable al ámbito académico, en el que se puede distinguir entre un grupo aquellos docentes, generalmente familiarizados con las nuevas tecnologías (aunque con diferentes grados o niveles de uso), que se muestran partidarios de renovar conocimientos y dar cabida al ciberperiodismo en los planes de estudio; y aquellos que rechazan taxativamente su inclusión.

José Alonso Seco y Mercedes del Hoyo Hurtado, profesores de la Universidad Carlos III de Madrid, coinciden en la necesidad de que los propios docentes modifiquen algunos de sus planteamientos en aras de posibilitar una exitosa inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio. “Para empezar la universidad debe contar con docentes que lleven a su máxima expresión, en primer lugar, lo que debe ser la nota identificadota del profesor universitario: una actualización constante, y, en segundo lugar, lo que debe ser una máxima de cualquier proceso de aprendizaje: velar por la unión estrecha entre teoría y práctica, poner constantemente en evidencia su interconexión”²³⁵.

En este sentido, la exigencia de reciclaje formativo que introduce el ciberperiodismo ha generado que muchos profesores rechacen su inclusión, tal y como señala José Pereira, de la Universidad de Santiago de Compostela. Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, coincide en este punto y alude, como aspecto positivo, al aumento de investigadores y docentes especializados en las tecnologías digitales. “Esta ausencia de profesores especializados suele limitar el ingreso de los contenidos digitales en los estudios de Comunicación o, en algunos casos, puede llegar a hipotecar la formación en temas digitales al dejarla en manos de profesionales poco competentes en estos temas”, matiza Scolari.

²³⁴ AEDE. “De periodistas a proveedores de información”. EN: *Libro Blanco de la Prensa Diaria. Estudios sobre los medios de prensa escrita desde las ópticas empresariales, tecnológicas, legales, éticas y de contenidos*. Asociación de Diarios Españoles, s.l., 2004. P.315

²³⁵ SECO, José Alonso; DEL HOYO HURTADO, Mercedes. “Los periodistas del año que viene”. Comunicación presentada en el V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 15 al 16 de enero de 2004. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

José María Perceval, de la Universidad Autónoma de Barcelona, afirma que el problema fundamental que encuentra la incorporación de una asignatura de ciberperiodismo deviene de la mentalidad del profesorado, que denomina 'homo academicus' y que considera heredero de una cultura universitaria medieval (en el sentido del corporativismo cerrado y del miedo a la innovación) y renacentista (en la mala concepción del humanismo antitecnológico y la dependencia absoluta del mundo de la imprenta). "La técnica y, por extensión la tecnología, se consideran un elemento deshumanizador y alejados de los valores de la cultura escrita a los que se elevan fundamentos del sistema democrático actual. La tecnocracia, el control de las máquinas y de los gestores de las mismas, es vista como una pesadilla futurista al estilo de la película Fahrenheit 451", añade Perceval. Según este docente, la tecnofobia de los académicos se une fuertemente, en este caso, a un sentido clasista de defensa del estatus adquirido, al descubrir la facilidad de acceso que tienen los usuarios en los nuevos medios y, por tanto, la posibilidad de expresarse libremente, que promueven estos nuevos canales. "La democracia digital, el periodismo de los usuarios es un peligro doble porque pone en peligro ya no sólo el mundo académico sino la profesión misma de periodista tal como ellos la conciben. La desvalorización y la ridiculización de los cibernáuticos y sus manías, esconden un miedo profundo difícil de desactivar y que requiere una gran dosis de pedagogía. La única solución es la introducción progresiva de las nuevas materias y la doble presión de la realidad de la comunicación actual y de los deseos del alumnado, mucho más ducho en el ciberespacio que sus profesores", concluye Perceval.

La resistencia por parte de algunos profesores de otras disciplinas para acomodarse a la renovación que ha supuesto el nacimiento de este nuevo medio es para Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, otro de los grandes obstáculos en la inclusión curricular del ciberperiodismo. Los cambios que exige este proceso demandan una renovación de los contenidos docentes

de muchas asignaturas, aunque no estén directamente relacionadas con el ejercicio del ciberperiodismo. “Pienso que no pocos profesores tienen temor al cambio, y ese temor se demuestra en ocasiones en forma de cierto menosprecio con respecto a las manifestaciones del periodismo en el ciberespacio”, comenta Salaverría.

Con relación al profesorado, Bella Palomo, de la Universidad de Málaga, cree que uno de los obstáculos existentes es la presencia de “intereses creados en materias tradicionales, algunas de ellas impartidas por profesorado ajeno a la profesión, que probablemente no renunciaría a sus créditos aunque ello repercutiera positivamente en una formación más acorde con la demanda de las empresas”.

Alfonso Palazón, de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, opina que la barrera principal va ligada a la estructura de los planes de estudios y a la dificultad que entraña introducirse de lleno en una nueva materia que está siendo vista con bastante “recelo”. “La apuesta de profesores jóvenes en asignaturas de libre elección y optativas, plantea una realidad bien definida como materia de estudio; e, igualmente, la investigación y la lectura de tesis doctorales sobre la cuestión están estableciendo un campo de estudio abonado a la incorporación lenta y firme de esta nueva práctica informativa”, añade Palazón.

Necesidad de formar docentes:

Los cambios en el tipo de contenidos, especialmente prácticos, que se han de impartir exigen de los docentes la adquisición de nuevas habilidades relacionadas con el manejo de las nuevas tecnologías de la comunicación. Este aspecto viene a reflejar la necesidad de un nuevo perfil docente. Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, considera que con relación al actual plantel docente, las universidades han de afrontar un doble reto: Formar a los profesores que desconocen los nuevos medios e incorporar a investigadores y docentes que se

han especializado en esta área de estudio. “En muchas universidades existen problemas para crear grupos específicos en comunicación digital: el perfil tradicional del plantel docente está más cerca de los medios tradicionales que de los nuevos medios. Este factor plantea dos grandes desafíos, especialmente a las grandes universidades públicas con un plantel docente consolidado: por un lado, la actualización de los ‘viejos’ profesores y; por otro, la incorporación de nuevos profesores e investigadores con experiencia en comunicación digital. Si el segundo desafío depende de la capacidad de la misma universidad para generar sus propios investigadores especializados en temas digitales, el primero depende en gran medida de la voluntad de los docentes”, apunta Scolari.

Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, considera también que es fundamental que muchos docentes “amplíen”, “reciclen” o “renueven” sus conocimientos sobre los nuevos medios digitales. Con relación a ello, Salaverría afirma que “la enseñanza del ciberperiodismo exige el conocimiento por parte de los profesores de ciertos recursos digitales que, a menudo, ignoran. Sería necesario un esfuerzo por parte de los profesores por conocer los servicios y recursos de la red para conocer a fondo de qué se trata”. En este sentido, Lourdes Martínez, de la Universidad de Murcia, añade que la formación del profesorado en estos temas debería ser continua y además, facilitada y potenciada por la propia institución universitaria a la que pertenecen.

José Luis Riva, de la Universidad Autónoma de Barcelona, cree que el principal obstáculo es la ignorancia de muchos profesores respecto a la materia y destaca la importancia de contar con un perfil de docentes que posea una amplia experiencia en el terreno del ciberperiodismo o que combine la docencia con el ejercicio profesional. “En Periodismo, por ser una licenciatura muy joven, los profesores llegaron a la universidad desde el mundo editorial de la prensa y aportaron los conocimientos y tecnologías que estaban empleando en sus respectivos medios. En la universidad se han ido cualificando y actualizando. Pero muchos de los profesores actuales se han formado en la universidad y no

han tomado parte activa en ningún medio, sobre todo en los impresos. Por eso, no aportan el bagaje de los profesionales a los que tal vez les falta cultura general, pero que viven inmersos en la práctica y dominan las tecnologías actuales”, apunta Riva. Según este docente, la universidad tendría que contratar profesionales de prestigio en el terreno del ciberperiodismo que aportaran su saber y experiencia para la formación de los futuros periodistas.

Dificultad de un ‘temario’ sobre ciberperiodismo:

La complejidad que supone diseñar un temario sobre ciberperiodismo constituye otras de las barreras que ha frenado su incorporación curricular. Además, tal y como señala David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, “cada curso que se imparte la materia hay que renovar sus contenidos en, al menos, un cincuenta por ciento”. A ello, Parra añade otro obstáculo que viene dado por la indefinición sobre el corpus doctrinal de la materia a impartir. “Si es difícil obtener una unanimidad de criterios en asignaturas más consolidadas, como, por ejemplo, ‘Redacción Periodística’ o ‘Estructura de la Información’, en este caso es mucho más complicado”, añade Parra.

Jaime Alonso, de la Universidad de Murcia, considera que para la enseñanza del ciberperiodismo los académicos deben desarrollar métodos de aprendizaje basados en la experimentación. “Las rutinas de enseñanza de asignaturas anteriores parecen no ser las más propicias para el periodismo digital. Este método se basará en muchas ocasiones en prácticas de ensayo/error. Los profesores verificarán sus métodos conforme los vayan desarrollando. Esto implica la existencia de un modelo flexible de enseñanza, que varía dependiendo de los requisitos y necesidades”, señala Alonso. Este aspecto puede generar, según el docente, un rechazo ante un modelo de ensayo/error que rompe con los hábitos de trabajo tradicionales del resto de materias.

Junto a la complejidad de definir y mantener actualizado el temario, los docentes consultados plantean la necesidad de trabajar en grupos prácticos reducidos para poder aprovechar las herramientas interactivas y multimedia de la Red. Por otro lado, la oferta de materias sobre ciberperiodismo se ha convertido, según algunos docentes, en un punto de diferenciación respecto a otras universidades. Para diferenciar su oferta educativa y de investigación, algunas universidades se han esforzado por ofrecer cursos sobre las tecnologías y medios digitales. No obstante, más allá de potencial comercial o de marketing, el estudio del ciberperiodismo ha de ser el resultado de una reflexión conjunta que demuestre su importancia en el proceso de formación de los futuros profesionales de la comunicación.

Con relación al diseño del temario, José Alonso Seco y Mercedes del Hoyo Hurtado, profesores de la Universidad Carlos III de Madrid, hacen especial hincapié en la importancia de poner en contacto a las facultades de Periodismo y los profesionales del ciberperiodismo. “El trabajo diario, a pie de actualidad, deja poco margen para la reflexión, es lógico que sea la Universidad la que reflexione e investigue, pero esta tarea alcanza su mejor sentido cuando se aplica sobre lo que se está haciendo en los medios, sobre lo que van creando, desechando, necesitando los profesionales”²³⁶.

Falta de coordinación entre docentes y asignaturas:

La posibilidad de un enfoque transversal permitiría que el estudio del ciberperiodismo se realizase simultáneamente desde diferentes materias del plan de estudios. Este aspecto exigiría una gran coordinación entre docentes de diferentes disciplinas para determinar los contenidos a impartir en cada materia, garantizando un estudio más completo y profundo del ciberperiodismo y evitando solapamientos. Como señala Lourdes Martínez, de la Universidad de Murcia: “Es necesaria también una mayor colaboración y coordinación entre el

²³⁶ SECO, José Alonso; DEL HOYO HURTADO, Mercedes. “Los periodistas del año que viene”. Comunicación presentada en el V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 15 al 16 de enero de 2004. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

profesorado de las distintas asignaturas relacionadas con un área determinada y en las que sea oportuno incorporar el estudio de las aplicaciones o repercusiones del ciberperiodismo, para evitar solapamientos y para que exista una continuidad en la formación integral del alumno”.

Falta de infraestructura técnica:

La enseñanza del ciberperiodismo exige una infraestructura tecnológica, tanto de software como de hardware, sin la cual no sería posible impartir determinados contenidos o temas. Este aspecto viene a reflejar la necesidad de una inversión por parte de las universidades para poder dotar sus instalaciones de los instrumentos técnicos necesarios. Con relación a ello, Pilar Diezhandino, de la Universidad Carlos III de Madrid, opina que la falta de recursos económicos para invertir en infraestructura es el problema más importante que puede derivarse de la incorporación curricular del ciberperiodismo.

David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, alude a la escasez de recursos prácticos para trabajar con el alumnado, desde profesorado de apoyo especializado a licencias de software, ordenadores, conexiones a Internet de banda ancha, etc.

Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, considera que “las universidades, a través de sus órganos de gobierno y dentro de los límites fijados por el Estado, eligen qué enseñar/investigar, cómo hacerlo y, factor para nada despreciable, cuántos recursos dedicar al respecto. La digitalización es por definición un proceso que implica inversiones de hardware y software, lo cual puede frenar la toma de decisiones institucionales”. Por tanto, la inversión en infraestructura tecnológica se presenta como un requisito en el proceso de inclusión curricular del ciberperiodismo.

Propuestas para la inserción curricular del ciberperiodismo

Introducción

Junto a los anteriores problemas, la definición del enfoque académico más adecuado para la inserción curricular del ciberperiodismo constituye uno de los principales interrogantes a desvelar en la enseñanza del ciberperiodismo. En este sentido, y como se apuntará en los siguientes capítulos mediante gráficas y comentarios de los docentes e investigadores consultados, básicamente los expertos aluden a tres posibles vías para llevar a cabo este objetivo: la creación de una o varias materias sobre ciberperiodismo, la aplicación de un enfoque transversal o la opción de un enfoque mixto (que combine las dos posibilidades anteriores).

José Pereira, de la Universidad de Santiago Compostela, considera que la inserción curricular del ciberperiodismo debe realizarse como una disciplina más, de igual manera que se considera la formación de profesionales para medios radiofónicos, escritos o audiovisuales. “Internet es un nuevo soporte, lo que necesariamente implica un aprendizaje concreto de sus técnicas, posibilidades y necesidades. Por lo tanto, el ciberperiodismo no puede reducirse a una materia concreta que se centre en una técnica de terminada. El ciberperiodismo es una disciplina compleja que debe ser abordada desde distintos aspectos: filosofía del soporte, oportunidades de la comunicación a través de la red, técnicas de trabajo (redacción, producción...) e ideación de productos. Por lo tanto, no debe ser una característica del periodismo sino un grado de especialización por soporte”, señala Pereira.

David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona, afirma que la convergencia digital obliga, aún más que la aparición de Internet, a un planteamiento integrado y global de los diferentes medios en los planes de estudio, con asignaturas transversales que expliquen las características específicas de cada medio y las relaciones que se pueden establecer entre ellos en un contexto productivo convergente.

Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, se mantiene en esta línea y apuesta por la inclusión curricular del ciberperiodismo en pie de igualdad con otras expresiones del periodismo. “Así como existen asignaturas específicas que abordan la enseñanza de las disciplinas periodísticas (redacción, diseño, locución, documentación, realización, edición...) en prensa, radio y televisión, considero que habrá que incorporar esas mismas disciplinas para el periodismo en cibermedios. El ciberperiodismo no debe ser más que otras expresiones del periodismo, pero tampoco menos”, argumenta Salaverría.

Javier Díaz Noci, de la Universidad del País Vasco, afirma que en los estudios de grado, la inclusión del ciberperiodismo debe realizarse en condiciones de igualdad con las asignaturas dedicadas a otros medios y mediante la creación de estudios de postgrado (másters) dedicados al ciberperiodismo.

Por su parte, José Luis Riva, de la Universidad Autónoma de Barcelona, coincide en que la inclusión del ciberperiodismo debería producirse en todos los programas de las asignaturas vinculadas: redacción, edición, tecnología, diseño, etc.

José María Perceval, de la Universidad Autónoma de Barcelona, opina que la oportunidad presentada por la adaptación de los planes de estudios al marco superior de educación europea permite una introducción progresiva del ciberperiodismo como uno de los ejes fundamentales del cambio a introducir en el currículo de la licenciatura de Periodismo. Además, por sus características y necesidades lectivas, Perceval considera que se adapta perfectamente a este cambio. “Las herramientas digitales se conforman como una auténtica plataforma de relación e intercambio de conocimientos. Lo que la universidad proyecta en sus campus virtuales, es lo que espera la sociedad de la era de la información en su comunicación con el profesional”, apunta Perceval. La incorporación de módulos de prácticas con un seguimiento crítico y atento de

resultados puede permitir comprobar la efectividad de los cambios introducidos y de los modelos experimentales realizados. Perceval añade que “al tratarse de un modelo de periodismo dinámico y en constante evolución, es necesaria una atenta vigilancia para no perder la conexión con la realidad de la sociedad red. Es una asignatura práctica que debe ser continuamente evaluada y contrastada”.

Josep Sanmarti, de la Universidad Europea de Madrid – CESS, afirma que ni entre los estudiantes de Periodismo, ni entre las autoridades académicas existe por el momento la necesidad de configurar un aprendizaje intenso del ciberperiodismo. “En ambos sectores el Periodismo de prestigio sigue siendo el escrito y los medios audiovisuales ya se ocupan de la información rápida, un fenómeno muy característico de la Sociedad de la Información. Los periodistas que van a parar a medios digitales resuelven sus dudas y problemas sobre la marcha, con cursillos breves o simples explicaciones de los responsables de los medios. En no pocas ocasiones se considera el trabajo en medios digitales como el tránsito hacia medios más estables”, apunta Sanmartí. Para este docente, la inclusión sistemática de esta especialización en los planes de estudios serviría para dignificarla y estabilizarla, dejando de ser una mera fuente de noticias muchas veces en sustitución de las agencias.

Estudio de las propuestas para la inclusión curricular del ciberperiodismo

A continuación, se presentan algunas de las **propuestas concretas** que han realizado los docentes e investigadores consultados. Se trata de posibles modos de incluir el ciberperiodismo en los planes de estudio y, además, de sugerencias sobre las etapas más generales que se han de seguir en el proceso de inclusión curricular del mismo.

PROPUESTAS GENERALES

Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, cree que la inclusión curricular del ciberperiodismo exige la creación de una comisión de expertos que abordara un estudio y posteriormente redactara un libro blanco sobre la “Formación del comunicador en el siglo XXI”.

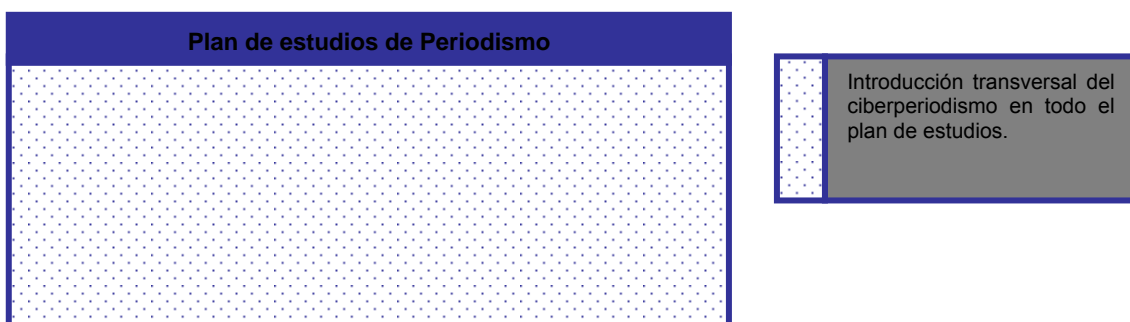
David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, propone una plan de acción basado en una serie de reuniones entre responsables de esta asignatura (en España, Europa, Hispanoamérica y resto del mundo) con el fin de fijar algunos criterios globales de actuación (sin que ello implique ninguna clase de merma en conceptos como la libertad de cátedra y similares). Parra añade como punto clave en la inserción curricular del ciberperiodismo la firma de acuerdos entre las universidades y ciberempresas de la información, que faciliten la incorporación del alumnado a esta clase de proyectos en las mejores condiciones para ambas partes. A ello, el docente une la importancia de mantener reuniones con los poderes públicos para convencerles de la necesidad de potenciar esta clase de enseñanza, enmarcándola dentro de la apuesta por la Sociedad de la Información que vienen realizando las autoridades de los países de la OCDE. Por último, Parra apuesta por la creación de departamentos y cátedras *ad hoc* durante la próxima década, siempre sin perder de vista la realidad transnacional. “Aprender de lo realizado en otros países que van por

delante de España. Quizá el caso más evidente sea el de Estados Unidos”, apunta.

José Luis Valero, de la Universidad Autónoma de Barcelona, considera que la inclusión del ciberperiodismo se debe realizar en dos grandes etapas: El desarrollo de teoría e investigaciones doctorales y, posteriormente, la creación de asignaturas obligatorias en el nuevo marco de estudios europeos.

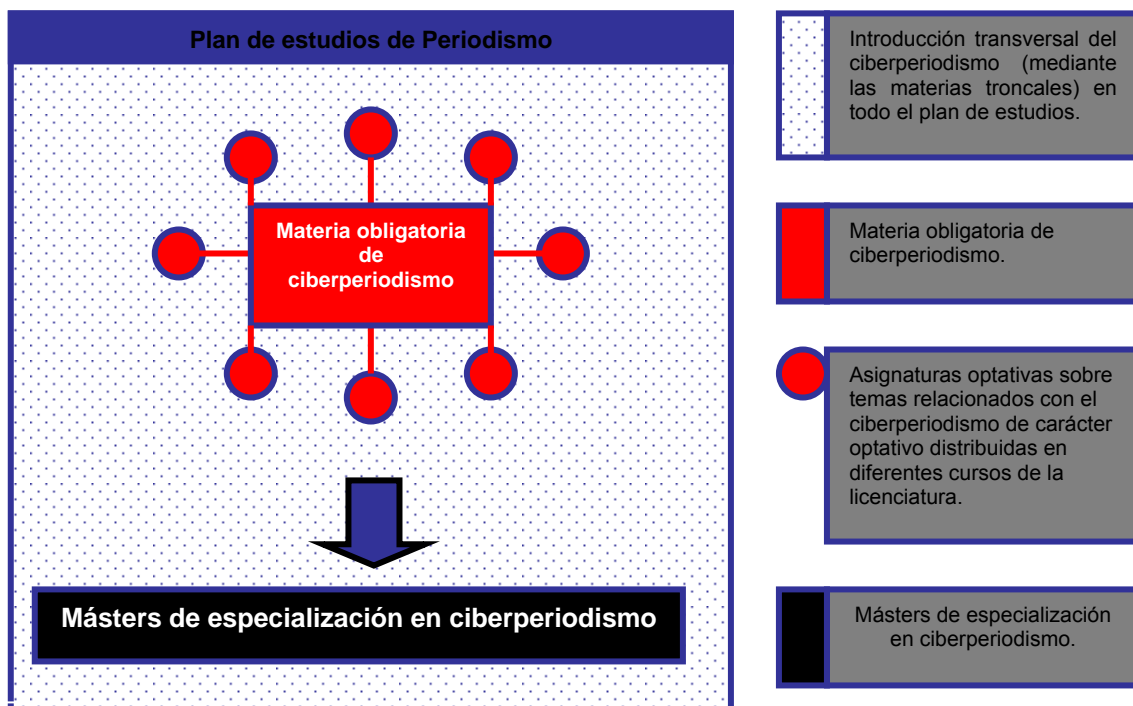
PROPUESTAS ESPECÍFICAS

Concha Edo, de la Universidad Complutense de Madrid, opina que la inclusión del ciberperiodismo debe llevarse a cabo no sólo mediante asignaturas específicas, sino mediante un planteamiento transversal.



(Fuente: Elaboración propia).

Xosé López, de la Universidad de Santiago Compostela, opina que la inclusión curricular del ciberperiodismo pasa por incorporar contenidos “horizontales” en todas las materias —especialmente en las troncales—. Xosé López propone también, si es posible, crear alguna materia obligatoria con contenidos de ciberperiodismo, y optar por la especialización en ciberperiodismo, de momento, mediante asignaturas optativas, y en el modelo europeo con uno o varios másters específicos.



(Fuente: Elaboración propia).

David Lavilla, de la Universidad Camilo José Cela, considera que se deben crear diferentes asignaturas obligatorias y optativas que aborden los conocimientos necesarios que debe tener el futuro profesional del nuevo medio.

Plan de estudios de Periodismo		
Primer curso	Materia obligatoria (Primer curso)	Primer ciclo
Segundo curso	Materia obligatoria (Segundo curso)	
Tercer curso	Optativa (Segundo ciclo) Optativa (Segundo ciclo)	Segundo ciclo
Cuarto curso	Optativa (Segundo ciclo) Obligatoria (Cuarto curso)	

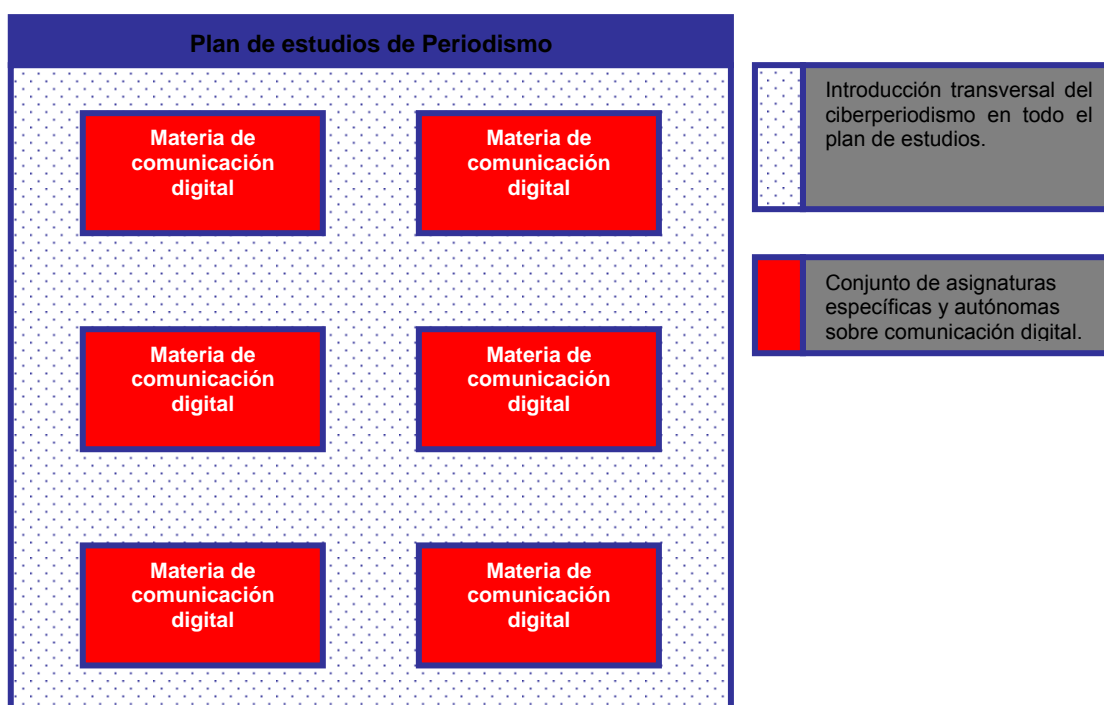
Las asignaturas propuestas son las siguientes:

- Internet y la Nueva Sociedad de la Información (obligatoria primer curso).
- Comunicación Multimedia (obligatoria segundo curso).
- Periodismo Digital (obligatoria tercer curso).
- Marketing y Publicidad en Internet (optativa segundo ciclo).
- Empresa Informativa Digital y Multimedia (obligatoria cuarto curso).
- Diseño Web (optativa segundo ciclo).
- Comercio electrónico (optativa segundo ciclo).

(Fuente: Elaboración propia).

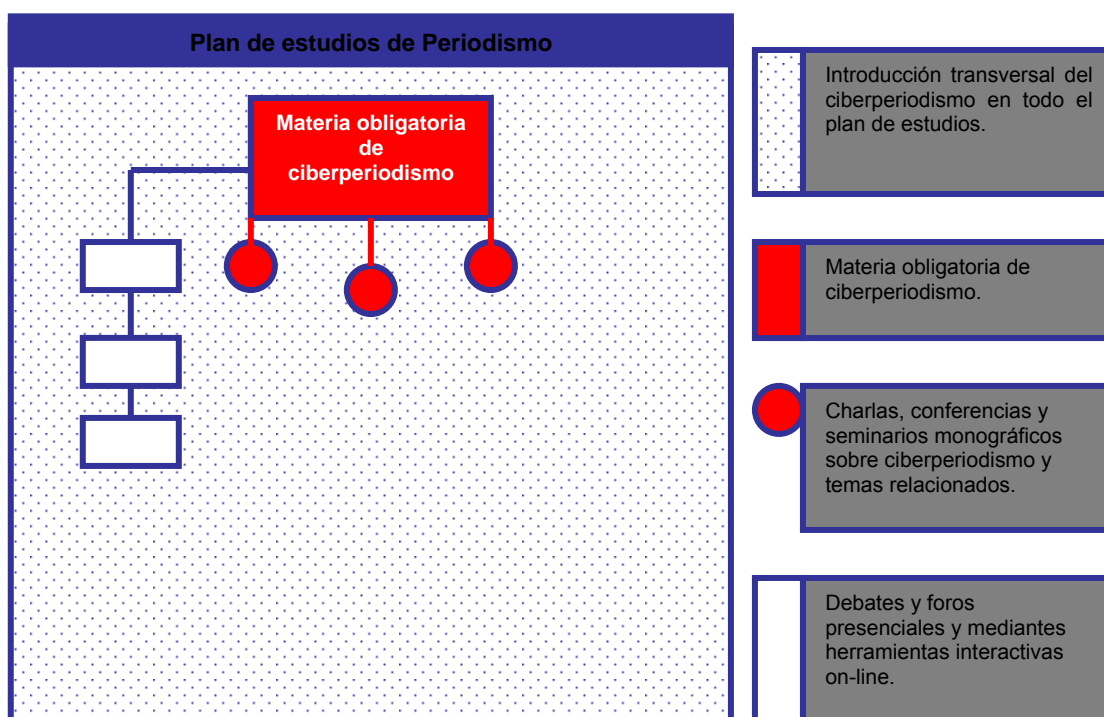
En esta misma línea, se podría situar el planteamiento que se ha aplicado desde la Universidad Carlos III de Madrid. El enfoque concibe el periodismo en la Red, como las demás grandes áreas del ejercicio profesional: prensa, radio y TV. Para ello se ha incorporado una asignatura en prácticamente todos los cursos de la carrera. Una de carácter básico e introductorio como “Periodismo en la Red” (Segundo curso), y otra más relacionada con la labor informativa, “Tratamiento de información en la Red” (Cuarto curso). Además, existen, al menos, otras dos materias complementarias. Una más orientada al conocimiento técnico: “Tecnología aplicada al periodismo” (Primer curso) y, finalmente, otra más orientada a facilitar el uso periodístico de Internet: “Aplicación de la Red al periodismo”.

Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, propone una fórmula basada en una serie de asignaturas específicas sobre comunicación digital (de la misma manera que existen asignaturas específicas dedicadas a la radio o la TV) y, al mismo tiempo, su integración en el resto de materias.



(Fuente: Elaboración propia).

Karma Peiró, de la Universidad Internacional de Cataluña, considera que la inclusión del ciberperiodismo se puede llevar a cabo de múltiples formas: a) Con una asignatura obligatoria que estudie los cambios en la profesión y observe nuevas maneras de comunicación. b) Con charlas, conferencias y seminarios con especialistas profesionales, que puedan aportar casos concretos. c) Con debates entre los alumnos, y con herramientas interactivas que permitan que dicho intercambio de opiniones e información sea sencillo. d) Introduciendo algunos de los conocimientos básicos de la asignatura, de manera transversal, en otras materias.



(Fuente: Elaboración propia).

Lourdes Martínez, de la Universidad de Murcia, opina que se deberían incorporar con una o varias asignaturas específicas iniciales como introducción a las características de la comunicación digital y el aprendizaje de herramientas interactivas, de diseño web, de arquitectura de la información, de usabilidad, etc. Posteriormente, se tendrían que incorporar aquellos aspectos específicos del ciberperiodismo que tengan aplicación o repercusión en otras materias de la

carrera, por ejemplo en “Tecnología de la Información” o en “Producción periodística” (Funcionamiento de las empresas.com, gestión de contenidos, etc.), en “Comunicación Escrita” (Incorporar la redacción hipertextual y multimedia); en “Periodismo Especializado” (Aportaciones de Internet en la especialización periodística); “Periodismo de Investigación”; “Periodismo Local”; “Derecho de la Información” (Abarcar las repercusiones de la comunicación digital en este ámbito: derechos de autor, cuestiones sobre deontología, etc.). Además, Lourdes Martínez considera que debería abordarse como una formación teórico-práctica, con grupos reducidos de trabajo.

Guillermo López, de la Universidad de Valencia, afirma que la inserción de la materia en los planes de estudio debería realizarse como asignatura específica (obligatoria o troncal de segundo ciclo), pero además su estudio debería integrarse en el marco de un desarrollo potente de los estudios relacionados con los cambios provocados por la comunicación digital, lo cual a su vez implicaría desarrollar materias específicas de carácter introductorio en primer ciclo y abordar también su estudio en diversas asignaturas relacionadas en particular con el campo de la redacción periodística. Idealmente, debería plantearse el desarrollo de un itinerario o postgrado específico en comunicación digital, aprovechando la flexibilidad que posibilita la homogeneización de las carreras universitarias a nivel europeo. A modo de ejemplo, Guillermo López hace alusión a la Universidad de Valencia que cuenta con una materia en segundo curso, titulada “El impacto social de las nuevas tecnologías comunicativas”, y con una materia de tercer curso, “Sociedad de la información”, que vienen a abordar el objeto de estudio desde un punto de vista global, y que además se ven complementadas con tres materias troncales u obligatorias en tercer curso: “Internet para comunicadores”, “Teoría del hipertexto” e “Introducción al multimedia”. Todas estas materias se imparten en un primer ciclo común a los estudios de Periodismo y Comunicación Audiovisual (en el cual también se contempla el estudio de asignaturas optativas más específicas), y se complementan con un segundo ciclo que, en el caso de Comunicación

Audiovisual, incluye un itinerario curricular específico en Multimedia, y en el de Periodismo se desarrolla el objeto de estudio merced a diversas materias troncales (como “Periodismo Infográfico” o “Periodismo Digital”).

Plan de estudios de Periodismo	
Primer curso	
Segundo curso	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> “El impacto social de las nuevas tecnologías comunicativas” (Segundo curso) </div>
Tercer curso	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <div style="background-color: red; color: white; text-align: center; padding: 2px;"> “Sociedad de la Información” (Tercer curso) </div> <div style="text-align: center; padding: 5px;"> Materias troncales u obligatorias </div> </div>
Cuarto curso	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Materias troncales u obligatorias </div>

Las **asignaturas propuestas** son las siguientes:

Segundo curso: “El impacto social de las nuevas tecnologías comunicativas”.

Tercer curso: “Sociedad de la información”.

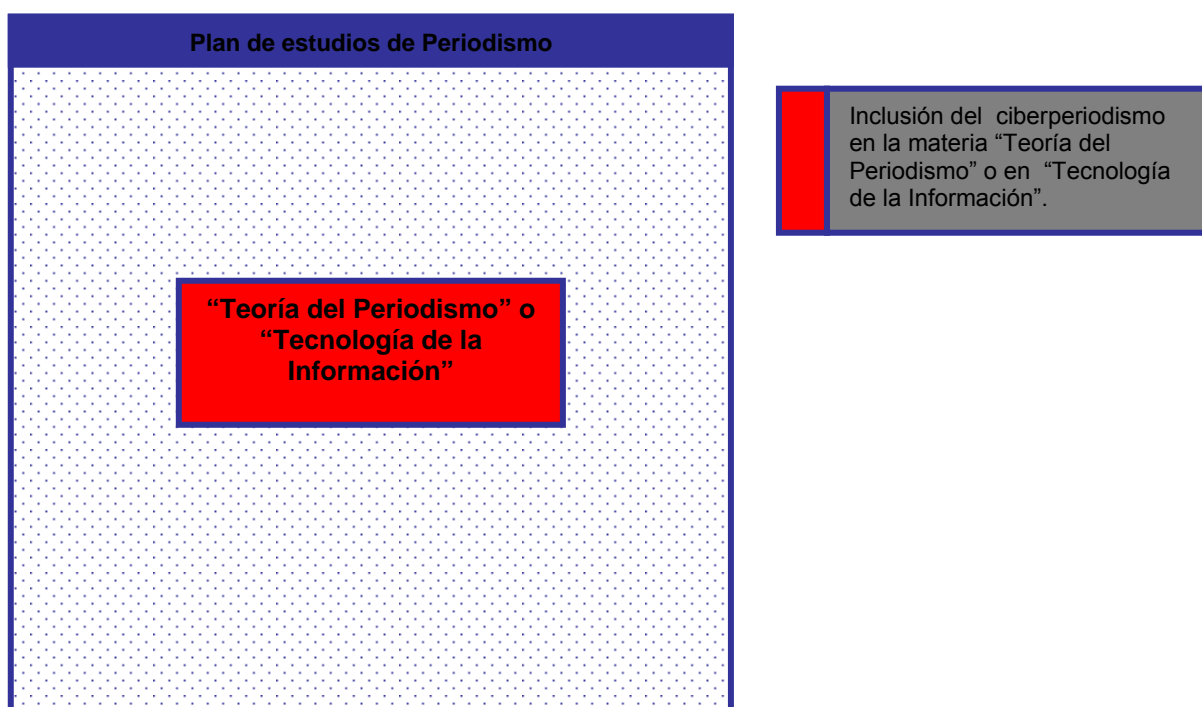
Materias troncales u obligatorias en tercer curso: “Internet para comunicadores”, “Teoría del hipertexto” e “Introducción al multimedia”.

Itinerario de especialización: Diversas materias troncales (como “Periodismo Infográfico” o “Periodismo Digital”).

(Fuente: Elaboración propia).

Jaime Alonso, de la Universidad de Murcia, afirma que la inclusión curricular del ciberperiodismo no debe realizarse mediante una asignatura independiente, sino incardinada en alguna de las principales asignaturas troncales: “Teoría del Periodismo” o “Tecnología de la Información”. Tras este planteamiento, Alonso defiende que el periodismo digital sea abordado desde las premisas intelectuales que analizan el quehacer periodístico en su sentido general. “De la misma manera que el periodismo ‘tradicional’ es analizado desde la perspectiva de su función social, su estructura del mensaje (noticias, reportajes, géneros, etcétera), de la situación laboral de los profesionales de este campo, la relación con la audiencia, etc., el periodismo digital debe ser analizado, de igual modo, desde estas perspectivas”, apunta Alonso. Según este docente, la asignatura debe componerse de dos niveles fundamentales: a) Por un lado, estudio de las

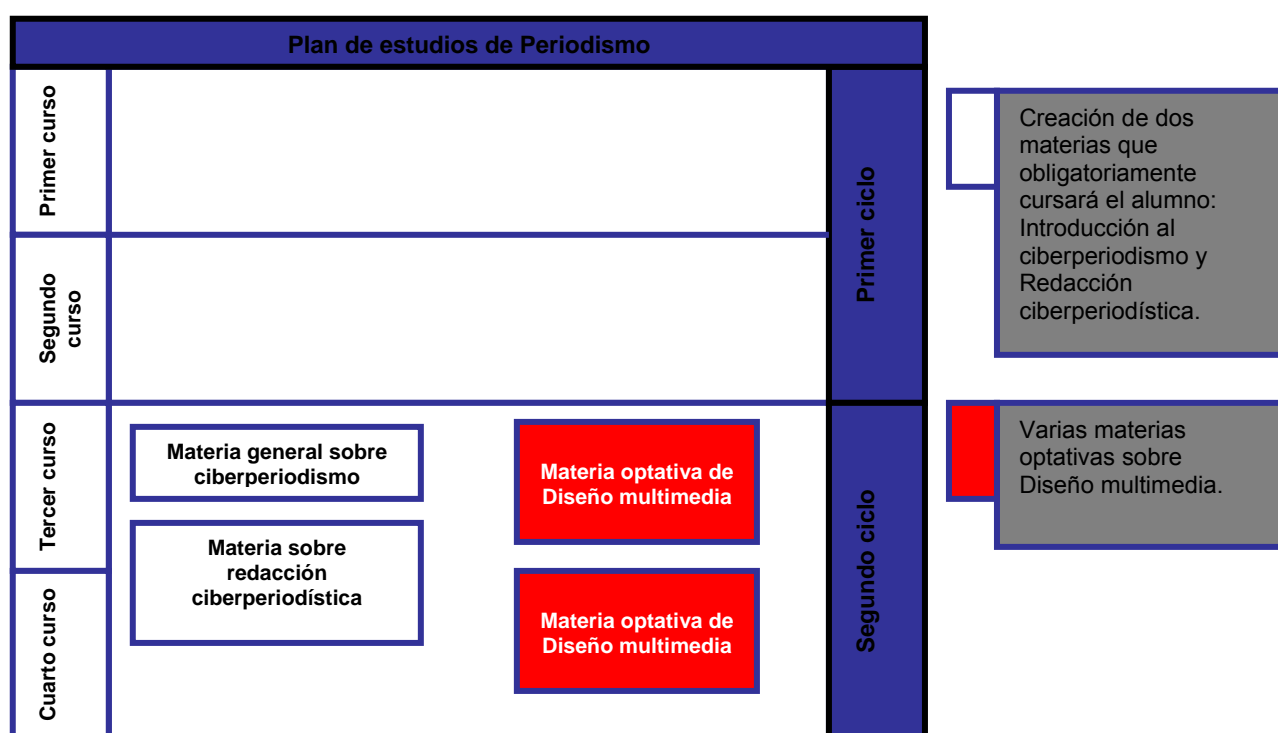
cuestiones teórico/reflexivas que indagan en el periodismo como elemento de estructuración social: periodismo digital y representación de la realidad, la cuestión de la representatividad (participación de los usuarios en el medio: interactividad) y los cambios que esto conlleva en la conformación de la opinión pública, la cuestión de la actualización de informaciones como experiencia del tiempo social, etcétera. Esta primera parte se plantea como finalidad el lograr que los futuros profesionales desplieguen rutinas de análisis crítico –y de mejora– respecto a la trascendente labor que desarrollan. b) Por otro lado, la asignatura debe desplegar un conocimiento de índole más práctico, en donde se deben afrontar análisis y estudios que indaguen en la “puesta en escena” del periodismo digital. En este ámbito cobrarán relevancia modelos comparativos entre diferentes apuestas de desarrollar el periodismo on-line, tanto a nivel español como extranjero.



(Fuente: Elaboración propia).

Teresa Sandoval, de la Universidad Carlos III de Madrid, considera que en los últimos cursos el alumno debería cursar una asignatura general sobre la materia y otra centrada en la redacción ciberperiodística. Si el alumno está

interesado en especializarse más en esta vertiente del Periodismo debería tener la oportunidad de cursar optativas relacionadas con el Diseño multimedia. Una de estas asignaturas optativas debería plantearse como taller donde el alumno realizara varios proyectos multimedia en equipo conjugando texto, fotografías, vídeo y audio. Para la incorporación del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo contribuiría la existencia de una asociación de profesores de periodismo digital, que apoyara las propuestas concretas que se realizaran en cada universidad, así como de otros organismos.



(Fuente: Elaboración propia).

En conclusión, las anteriores propuestas vienen a esbozar algunas de las posibilidades relativas a la inclusión curricular del ciberperiodismo. A continuación, se analizarán detenidamente estos y otros aportes relacionados con la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo.

Recomendaciones para la inclusión curricular del ciberperiodismo

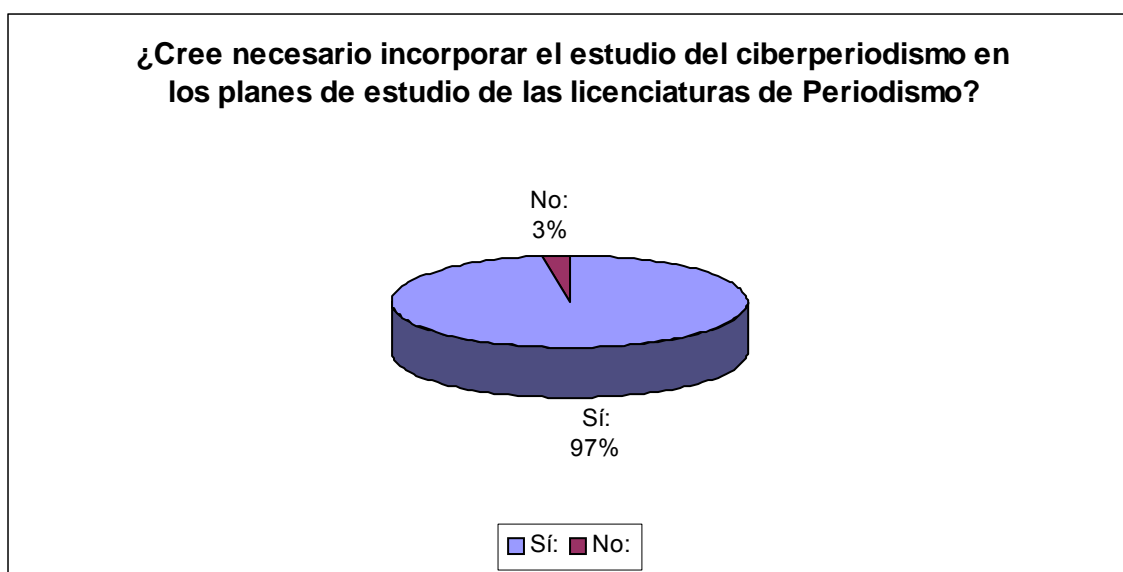
La inclusión curricular del ciberperiodismo: un hito obligado

El análisis de las respuestas de los docentes e investigadores a los cuestionarios enviados en el marco de la presente investigación permite extraer una serie de conclusiones de gran interés en aras de determinar cuál ha de ser el planteamiento a seguir en el proceso de inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo. En este sentido, a continuación, se procede a la presentación de estos datos, añadiendo, junto a los resultados generales, algunas matizaciones y aportes realizados por los mencionados docentes e investigadores²³⁷.

En primer lugar, el procesamiento de los datos permite afirmar que existe un consenso muy amplio con relación a la pertinencia de incluir el ciberperiodismo como objeto de estudio en las licenciaturas de Periodismo. Un 97% de los docentes e investigadores encuestados se muestra partidario de ello. Este aspecto viene a transparentar una primera paradoja, ya que si bien la práctica totalidad de los investigadores y docentes consultados consideran necesario que las licenciaturas de Periodismo deben incluir el ciberperiodismo en sus planes de estudio, únicamente encontramos 17 asignaturas en España que se dedican de manera exclusiva a este tema (Ver: Parte VI - Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas 'de' periodismo on-line).

²³⁷ En este apartado únicamente se incluyen los resultados derivados de algunas de las preguntas que incluía el cuestionario. El resto de datos se han incorporado en los correspondientes capítulos y apartados de esta Tesis doctoral según el tema que trataban.

Por otro lado y como conclusión más categórica, este primer dato derivado de la lectura de los datos de los cuestionarios viene a constatar la necesidad planteada al inicio de esta Tesis doctoral de revisar los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo para que la presencia del ciberperiodismo en los mismos responda a las necesidades reales.



(Fuente: Elaboración propia).

No obstante, si bien existe un consenso claro con relación a la anterior pregunta, es necesario reflexionar ampliamente sobre cómo materializar esta necesidad. Con relación a ello, a continuación, se presentan varias gráficas que introducen más conclusiones derivadas de las respuestas de los cuestionarios. Se trata del enfoque de los estudios sobre ciberperiodismo (mediante una o varias asignaturas autónomas o de manera transversal a lo largo de todo el plan de estudio) y de otros aspectos derivados directamente de este tema. En estos casos, las respuestas obtenidas vierten un amplio abanico de opciones que exige de una reflexión más pormenorizada. Por ello, junto a la inclusión de las gráficas estadísticas, se ha considerado oportuno recoger propuestas y comentarios que los propios docentes e investigadores han realizado con relación a los temas tratados en la presente investigación.

¿Autonomía o transversalidad?

La inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo puede realizarse bien mediante la inclusión de una o varias asignaturas específicas dedicadas a este tema; bien mediante un planteamiento transversal que incorpore el ciberperiodismo en todas las materias de los diferentes cursos que componen la licenciatura. La decisión de optar por una u otra vía está ligada a la concepción que se realice del ciberperiodismo y, al mismo tiempo, al alcance que se le otorgue²³⁸. Algunos docentes, como José Alonso Seco y Mercedes del Hoyo Hurtado se muestran partidarios de un planteamiento transversal: “Si hasta ahora, el planteamiento mayoritario ha sido el de incorporar asignaturas que abordaban directamente lo que se ha dado en llamar el periodismo digital o electrónico, parece exigible que la Internet, como sinécdoque de la Sociedad del Conocimiento, se incorpore transversalmente a los planes docentes. Los estudios universitarios –posiblemente también el resto– deben quedar atravesados en su totalidad por un nuevo mundo cuyas consecuencias no pueden quedar reflejadas –como sucede frecuentemente ahora– únicamente en aspectos relacionados con las herramientas”²³⁹.

En este sentido, del análisis de las respuestas se derivan planteamientos muy distantes en torno a este punto. Por ejemplo, Pilar Diezhandino, de la Universidad Carlos III de Madrid, define (en el cuestionario) al profesional del ciberperiodismo como un “periodista, sin más” y añade que “no creo que el medio modifique la función”; mientras que Koldo Meso, de la Universidad del País Vasco, considera que asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. “Parece lógico

²³⁸ Como señala Xosé López, en un texto titulado “La formación de los ciberperiodistas: Punto de partida”: “Las rápidas y profundas transformaciones que se han producido en la sociedad durante los últimos años exigen respuestas en la formación de los nuevos periodistas. Todas las revisiones de planes de estudios que acometen las facultades de Ciencias de la Comunicación españolas incorporan asignaturas que tratan de acercar al alumno conocimientos de la sociedad de la información y de las herramientas con las que se producen contenidos. A las cuestiones puntuales, como las asignaturas específicas, hay que añadir los contenidos transversales que impregnan los programas actualizados de todas las materias. El ciberperiodismo figura como una de las novedades en ambas aportaciones” (López, Xosé: 2003).

²³⁹ SECO, José Alonso; DEL HOYO HURTADO, Mercedes. “Los periodistas del año que viene”. Comunicación presentada en el V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 15 al 16 de enero de 2004. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

pensar que si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodista. Una buena parte de las rutinas del periodista en red no son coincidentes a las de los periodistas convencionales”, apunta Meso.

La primera opción implicaría diseñar una o varias asignaturas sobre ciberperiodismo. En este caso, se otorgaría al ciberperiodismo la misma consideración que otros tipos de campos temáticos que han desembocado en materias que se cursan de forma puntual a lo largo de uno o diversos años de la carrera. Por ejemplo, Periodismo económico, Periodismo deportivo, Periodismo político, etc. En cierto modo, esta elección obligaría a considerar al ciberperiodismo como una especie de periodismo especializado y no cómo una nueva forma de hacer periodismo. Además, en el caso de optar por esta vía quedaría pendiente decidir el número de asignaturas que se deberían de incorporar (una o varias), así como el tipo, esto es, el valor académico de éstas (Troncal, Obligatoria, Optativa o de Libre elección). También se debería determinar el curso (o cursos si se tratase de más de una) en que estas tendrían que impartirse.

Por su parte, el enfoque transversal se adapta más a la concepción del ciberperiodismo como una nueva manera de hacer periodismo que introduce un nuevo lenguaje (y por ende, unos mensajes con unas características diferentes a las del resto de medios), unas nuevas rutinas productivas, etc. que no pueden limitarse a una única materia sino que han de extenderse al conjunto de asignaturas que conforman el plan de estudios. Se trataría, en definitiva, de estudiar el ciberperiodismo de la misma manera en que se estudia la televisión, la radio o la prensa: con una o varias materias específicas por año de estudios y al mismo tiempo, realizando referencias a cada uno de estos medios desde otras materias del terreno de la historia, la estructura de la comunicación, etc. En este sentido, Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría se muestran muy tajantes al

calificar, en su *Manual de Redacción Ciberperiodística*, el periodismo que inaugura Internet como una nueva forma de hacer periodismo.

“La reflexión a partir de lo expuesto nos hacemos quienes estudiamos la influencia que las técnicas hipertextuales tienen en la práctica informativa es hasta que punto las estructuras discursivas propias del periodismo ‘tradicional’ son aplicables al digital y hasta que punto —y nos inclinamos más bien por esta aproximación conceptual— están ya surgiendo nuevas estructuras redaccionales y discursivas propias del nuevo medio. Si aceptamos que hay un salto claro del texto al hipertexto, tendremos que reconocer igualmente que del periodismo está naciendo un nuevo ciberperiodismo”²⁴⁰.

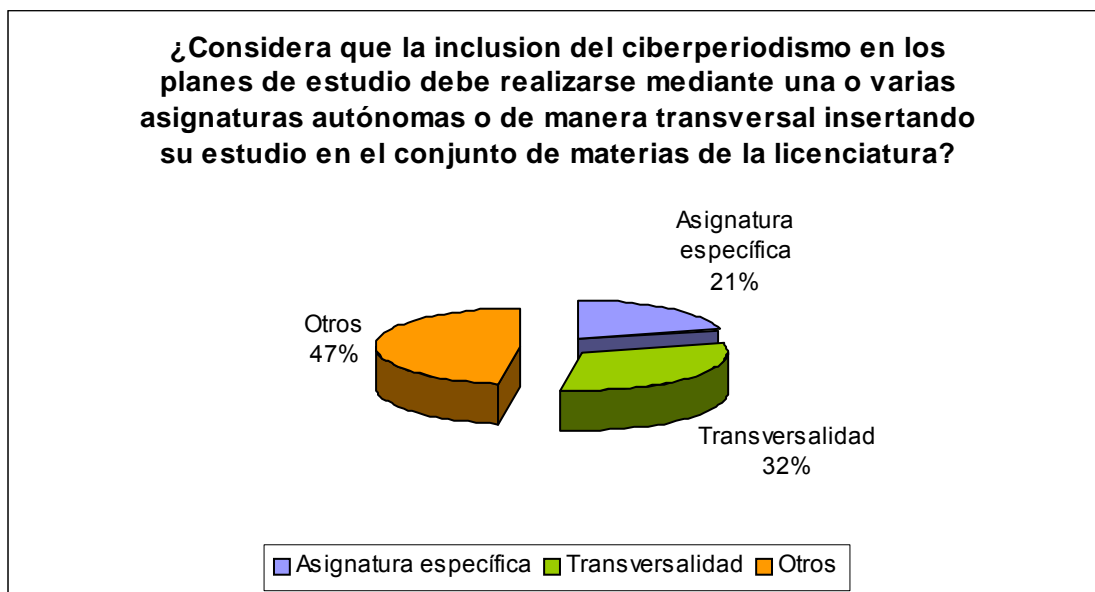
Junto a la reflexión de Díaz Noci y Salaverría, más centrada en la arquitectura hipertextual propia de los nuevos mensajes periodísticos, se puede hacer referencia al planteamiento de Concha Edo Bolós, profesora de periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, que en un artículo titulado “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”²⁴¹, reconoce la existencia de un nuevo periodismo al que denomina “periodismo digital”; mientras que María Ángeles Cabrera, profesora de Periodismo de la Universidad de Málaga, afirma que nos hallamos ante el nacimiento de un medio nuevo que es el resultado de los últimos avances tecnológicos. (Ver: Parte II – Introducción: El ciberperiodismo).

A partir del estudio de las respuestas de los docentes e investigadores que han respondido al cuestionario, se obtienen datos de gran interés en torno a la

²⁴⁰ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003. P. 22.

²⁴¹ EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

dicotomía entre: autonomía o transversalidad en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo. Concretamente, el mayor porcentaje de los docentes e investigadores no considera ninguna de estas dos opciones como la idónea, sino que introduce una solución de carácter mixto, resultante de la combinación de las anteriores.



(Fuente: Elaboración propia).

Según los datos, el 21% de los encuestados considera que la creación de una o varias asignaturas de ciberperiodismo es la mejor forma de incluirlo en los planes de estudio. Por su parte, un 32% de ellos apuesta por la transversalidad como la mejor vía para formar profesionales de la comunicación preparados para ejercer, si se diera la situación, como ciberperiodistas. Este último grupo se muestra partidario de no crear ninguna materia específica sobre ciberperiodismo y, únicamente, introducir transversalmente este tema en el resto de asignaturas que componen los planes de estudios de la licenciatura.

Con relación a los partidarios de un enfoque transversal, cabe señalar el planteamiento de Jaime Alonso, de la Universidad de Murcia. Este docente considera que el enfoque transversal del ciberperiodismo debe realizarse no a través de todas las materias de la carrera, si no únicamente en el marco de las

asignaturas de Tecnología de la información. Sin embargo, desde este planteamiento no queda claro cómo se procedería al estudio de aspectos ligados a la elaboración de los mensajes ciberperiodísticos, las nuevas rutinas de producción, etc.

Por su parte, el 47% de los encuestados se muestra partidario de una alternativa consistente en mantener una o varias materias de ciberperiodismo y, al mismo tiempo, llevar a cabo una inclusión transversal del ciberperiodismo en el resto de asignaturas del plan de estudios general. De este modo, se conseguiría dotar a los estudiantes de un conocimiento y una capacidad crítica más amplia y variada en torno al periodismo on-line (ya que lo estudiarían desde puntos de vista tan diversos como la Historia de la comunicación, la Estructura y las Políticas de comunicación, la prensa tradicional, la televisión y la radio, la redacción, el derecho, la tecnología, etc.), por un lado; y al mismo tiempo se podría trabajar de manera específica y con mayor profundidad todos los temas propios del ciberperiodismo en una o varias materias específicas.

Con relación a este grupo de docentes e investigadores que prefieren esta solución mixta, es altamente provechoso hacer alusión a los comentarios y aportes de cada uno de ellos.

David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili (Tarragona) apunta en el cuestionario que “es recomendable que exista una asignatura específica que garantice una sistematización de los conocimientos, pero también deben incorporarse los medios digitales como materia transversal en todas las asignaturas que tengan un carácter panorámico de la realidad mediática (desde todas las perspectivas: estructura, teorías, redacción, producción, etc.)”. Por su parte, Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, considera la combinación de una única asignatura específica sobre ciberperiodismo junto a la incorporación de “algunos” contenidos de manera transversal como la mejor vía.

En esta misma línea se encuentra Bella Palomo Torres, de la Universidad de Málaga, que considera que la inclusión del ciberperiodismo debe realizarse mediante varias asignaturas específicas y “obligatoria” (al menos alguna de ellas) y, al mismo tiempo, señala que otras asignaturas (como Periodismo Especializado, Documentación Informativa, Redacción Periodística, Deontología o Periodismo de Investigación, entre otras) “no pueden ignorar la existencia de esta salida profesional y deben actualizar sus temarios, lo que exigiría una gran colaboración”. Bella Palomo hace alusión a un aspecto de crucial importancia como es la necesidad de cooperación y la importancia de mantener un estrecho diálogo entre los responsables de las diferentes materias del plan de estudios para garantizar una cobertura transversal más completa del ciberperiodismo y, al mismo tiempo, para evitar solapamientos entre las diferentes materias.

Koldo Meso, de la Universidad del País Vasco, también se muestra partidario de esta alternativa mixta y aporta un interesante matiz con relación a los cursos en que debería incorporarse la enseñanza del ciberperiodismo. Desde su punto de vista, la inclusión transversal del ciberperiodismo se ha de realizar desde el primer curso de la carrera. En el caso de la materia autónoma, considera oportuno que ésta se incluya también desde el primer ciclo, “pero quizás insistiendo con más fuerza en el segundo”. Por otro lado, Meso hace hincapié en la posibilidad de hacer uso de los cursos de doctorado, másters u otros cursos de postgrado para profundizar en el estudio del ciberperiodismo (siempre partiendo de una sólida base adquirida durante los estudios de licenciatura).

Elvira García Torres, de la Universidad Cardenal Herrera-CEU de Valencia, propone una fórmula mixta que incorporaría varias asignaturas específicas, un planteamiento transversal (concretamente, a través de las materias de Teoría de la Comunicación y la información, Comunicación e información escrita I y II, Redacción Periodística y Tecnología de la Información). Además, Elvira García introduce como elemento complementario la organización de seminarios y talleres. Este último aspecto resulta especialmente interesante en la medida en

que permitiría disponer de una serie de espacios de reflexión, debate y experimentación (adaptables a las novedades del ámbito ciberperiodismo) abiertos a la participación de profesionales en activo y/o investigadores y docentes (nacionales o internacionales) que podrían participar puntualmente aportan sus experiencias, conocimientos y planteamientos sobre el ciberperiodismo.

En conclusión, es posible afirmar que la inclusión transversal de los estudios de ciberperiodismo constituye para la mayoría de los docentes e investigadores la mejor manera de incluir en la enseñanza del ciberperiodismo en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo. Un 79% de los docentes e investigadores se decantan por un enfoque transversal. De ellos, el 32% se muestra partidario de un enfoque transversal sin ninguna materia autónoma que se dedique de manera exclusiva al estudio del ciberperiodismo; mientras que un 47% considera más apropiado la fórmula mixta que consistiría en incluir una o varias materias autónomas sobre ciberperiodismo y, al mismo tiempo, introducir este tema de manera transversal en los temarios del resto de asignaturas.

Principales habilidades del ciberperiodista

El conocimiento de las habilidades y de las destrezas que el ciberperiodista debe poseer para poder desarrollar de manera correcta su trabajo constituye un aspecto fundamental en la definición de los objetivos y contenidos a incluir en la formación de los futuros periodistas.

“El nuevo producto informativo surge de la convergencia de los tres medios convencionales. De ahí que ante un medio multimedia, también se exigirá un periodista multimedia. Pero ¿los profesionales están dispuestos a asumir este desafío? ¿Están dispuestos a asumir nuevos hábitos y formas de trabajar? En primer lugar, éste no debe contentarse simplemente con adaptarse al cambio, como si de una moda se tratase. Se ha de dar un cambio de mentalidad. Ya no se trabaja para un medio. En segundo lugar, se plantea otra cuestión. Deben desarrollar nuevas habilidades. Se le plantea como exigencia comprender y controlar las nuevas características de los medios. Esto nos pone ante el dilema de si un profesional así puede ser bueno en todas las áreas. Quizá la habilidad que tiene para escribir es superior a sus conocimientos para captar una buena imagen. Sin embargo, éste es un riesgo que las empresas conocen y asumen”²⁴².

Como señala Jesús Canga: el ciberperiodismo “requiere del dominio previo de una serie de habilidades y conocimientos técnicos que no son exigibles en ninguno de los otros medios”²⁴³. En este sentido, se ha consultado a los docentes, investigadores y profesionales sobre el tipo de competencias que

²⁴² MESO, Koldo. “El desafío profesional del periodista digital ante las posibilidades de Internet”. Comunicación presentada en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

²⁴³ CANGA, Jesús, et al: “¿Quién le teme al periódico digital?”. En Revista Latina de Comunicación Social, nº 17, de mayo de 1999, La Laguna (Tenerife) (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999hmy/89pvasco.htm>). 23 de noviembre de 2004.

debe adquirir el ciberperiodista. A continuación se presenta un cuadro-resumen con los aportes de los académicos y, seguidamente, una valoración de los mismos.

Docente / Universidad	Principales competencias del ciberperiodista
Manel López López Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Formación intelectual. <input type="checkbox"/> Formación técnica. <input type="checkbox"/> Formación ética.
Lorenzo Vilches Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Conocimiento de la innovación tecnológica permanente, conocimiento de la empresa audiovisual, conocimiento de las prácticas audiovisuales y multimedia.
Fernando Sabés Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Gestión de la información. <input type="checkbox"/> Producción de una información audiovisual. <input type="checkbox"/> Contrastar la información recibida.
José María Perceval Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Conocimientos para realizar una buena navegación en Internet. <input type="checkbox"/> Aprendizaje para realizar una adecuada selección de la información. <input type="checkbox"/> Nuevas formas discursivas y lenguaje.
José Luis Valero Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Formar para un tipo de soporte de presentaciones cambiantes e incluir siempre de forma abierta cualquier novedad tecno-comunicativa.
Xavi Ribes Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Buscar en fuentes electrónicas. <input type="checkbox"/> Conocer los procesos de digitalización. <input type="checkbox"/> Dominar las herramientas de edición.
Héctor Borrat Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Competencias que le impulsen al uso cotidiano y selectivo de la narración y argumentación hipertextual; las combinaciones de textos escritos, textos orales, textos audiovisuales y, marcando los puntos primordiales de la agenda, textos multimediáticos; la interacción con sus compañeros de redacción y con lectores críticos (que no se limiten a contestar las preguntas que les dirige el sitio).
Xavier Salla Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Legislativa. <input type="checkbox"/> Comunicación especializada. <input type="checkbox"/> Dominio de las herramientas que posibilitan esa comunicación.
José Luis Riva Universidad Autónoma de Barcelona	<input type="checkbox"/> Capacidad de síntesis. <input type="checkbox"/> Adaptarse a los intereses concretos de los potenciales lectores. <input type="checkbox"/> Ofrecer información exhaustiva a quien pueda demandarla.
Obdulio Martín Bernal Universidad Carlos III – Madrid	<input type="checkbox"/> Dominio de las herramientas de redacción y publicación digital. <input type="checkbox"/> Nuevas formas de relación con las audiencias y nuevos roles. <input type="checkbox"/> Búsqueda y tratamiento de las información.
Miriam Redondo Universidad Carlos III – Madrid	<input type="checkbox"/> Saber navegar. <input type="checkbox"/> Tener un listado de favoritos tan cuidado como hoy se cuida la agenda personal. <input type="checkbox"/> Aprender a tratar con fuentes (expertos, lectores) a través

	de la Red.
Pilar Diezhandino Universidad Carlos III – Madrid	<input type="checkbox"/> Formación humana y profesional. <input type="checkbox"/> Cultura y un fondo sólido de conocimientos. <input type="checkbox"/> Capacidad de acercamiento a la comunidad a la que se dirige. La interactividad lo requiere. <input type="checkbox"/> Adiestramiento en los recursos del ciberespacio.
Manuel Tapia Universidad Carlos III – Madrid	<input type="checkbox"/> Una mejor y mayor relación con sus lectores, un mayor esfuerzo por contrastar la información y seleccionar las fuentes informativas e intentar crear un lenguaje periodístico adaptado a las exigencias de la Red.
Teresa Sandoval Universidad Carlos III – Madrid	<input type="checkbox"/> Elaborar productos informativos (multimedia e interactivos) que aprovechen adecuadamente las potencialidades de Internet y otros nuevos soportes. <input type="checkbox"/> Dominar las fuentes informativas en Internet. <input type="checkbox"/> Conocimientos mínimos de edición de hipertextos, fotografía digital, vídeo y audio para la Red.
Jesús Flores Universidad Antonio Nebrija – Madrid	<input type="checkbox"/> Analista de información en la Red. <input type="checkbox"/> Responsable de contenidos. <input type="checkbox"/> Intermediario de la información (infomediario). <input type="checkbox"/> Saber llegar y fidelizar a la nueva audiencia. <input type="checkbox"/> Coadyuvar al proceso de rentabilización de los nuevos medios.
Bella Palomo Torres Universidad de Málaga	<input type="checkbox"/> Redacción y producción en un entorno digital. <input type="checkbox"/> Capacitado para capturar y retocar imágenes. <input type="checkbox"/> Dedicar el tiempo necesario a atender los correos electrónicos de la audiencia.
Mario Arias Oliva Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	<input type="checkbox"/> Buscar información de calidad. <input type="checkbox"/> Gestionar la información con herramientas digitales. <input type="checkbox"/> Dominar las tecnologías de publicación.
David Domingo Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	<input type="checkbox"/> Producción de contenidos multimedia y multisoprote. <input type="checkbox"/> Creación de entornos digitales interactivos. Optimización de la usabilidad y la arquitectura de la información de contenidos en entornos digitales. <input type="checkbox"/> Documentación mediante fuentes digitales. <input type="checkbox"/> Gestión de proyectos de comunicación multimedia y multisoprote.
Javier Díaz Noci Universidad del País Vasco	<input type="checkbox"/> Estructuración del discurso hipertextual. <input type="checkbox"/> Diseño de interfaces. <input type="checkbox"/> Conocimientos técnicos (html, php, formatos de audio y vídeo, etc.).
Koldo Meso Universidad del País Vasco	<input type="checkbox"/> Familiarizarse con las nuevas tecnologías y aprender a moverse por la red. <input type="checkbox"/> Aprender a escribir para la red. No es igual que para los medios impresos y audiovisuales existentes hasta la fecha. <input type="checkbox"/> Generar capacidad de autoaprendizaje.
Xosé López Universidad Santiago de Compostela	<input type="checkbox"/> Habilidades en el uso de las herramientas de trabajo para Internet, en multimedia y en relato hipertextual.

José Pereira Universidad Santiago de Compostela	<input type="checkbox"/> Gestión de contenidos informativos. <input type="checkbox"/> Redacción de información. <input type="checkbox"/> Creación de productos multimedia (infografía, audio, fotografía...).
Maria Luisa Otero Universidad Santiago de Compostela	<input type="checkbox"/> Competencias habituales de un periodista. <input type="checkbox"/> Manejar fuentes y documentación. <input type="checkbox"/> Informática y diseño.
Rafael Carrasco Centro Universitario Villanueva – Madrid	<input type="checkbox"/> Edición multimedia. <input type="checkbox"/> Redacción específica. <input type="checkbox"/> Interrelación de materias.
Luis Gabriel David EADE – Estudios Universitarios – Málaga	<input type="checkbox"/> Diseño de Espacios informativos en la red. <input type="checkbox"/> Elaboración de contenidos. <input type="checkbox"/> Desarrollo de nuevas formas de comunicación en Internet.
Roberto Pérez SEK University - Segovia	<input type="checkbox"/> Redacción en línea (géneros). <input type="checkbox"/> Diseño de productos hipermedia y multimedia. <input type="checkbox"/> Arquitectura de la información.
David Lavilla Universidad Camilo José Cela	<input type="checkbox"/> Versatilidad. <input type="checkbox"/> Rigor. <input type="checkbox"/> Compromiso.
Elvira García de Torres Universidad Cardenal Herrera -CEU	<input type="checkbox"/> Saber elaborar documentos periodísticos de hipertexto. <input type="checkbox"/> Conocer los mecanismos de participación de las audiencias. <input type="checkbox"/> Aprender a crear y mantener un medio de comunicación con capacidad para atraer audiencia (blog o página web).
Concha Edo Universidad Complutense de Madrid	<input type="checkbox"/> Conocer Internet y sus posibilidades. <input type="checkbox"/> Saber contar las noticias con brevedad y corrección. <input type="checkbox"/> Complementar con eficacia los distintos soportes.
David Parra Universidad Complutense de Madrid	<input type="checkbox"/> Dominio completo de las técnicas de redacción ciberperiodísticas como la suma de tres clases de competencias: redacción periodística + sentido común + conocimiento del fenómeno ciberperiodístico. <input type="checkbox"/> Conocimiento (como usuario, no como técnico informático) de las herramientas informáticas necesarias para trabajar en un ciberperiódico. <input type="checkbox"/> Capacidad para evaluar acertadamente las fuentes de información, máxime si tenemos en cuenta que Internet es el mayor almacén de información (la mayor parte de la misma irrelevante, desactualizada y poco interesante) que jamás ha estado a disposición del ser humano.
Olga Álvarez Universidad De La Laguna – Tenerife	<input type="checkbox"/> Deberá saber cómo engarzar en el medio digital, el texto, la imagen y el sonido. <input type="checkbox"/> Deberá tener conocimientos de informática y también de diseño.
Lourdes Martínez Universidad de Murcia	<input type="checkbox"/> Conocer y dominar los principios básicos del Periodismo y aplicarlos a la comunicación digital.

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Saber gestionar contenidos multimedia e interactivos en la Red. <input type="checkbox"/> Saber determinar qué es noticia para el medio digital y la mejor forma de tratamiento y presentación, lo que incluye saber explotar los sistemas de búsqueda, la verificación de fuentes en la Red, el manejo de herramientas interactivas, hipertextuales y multimedia.
Pedro Antonio Rojo Universidad de Murcia	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Adaptación de contenidos para los nuevos medios; manejo de software multimedia; documentación; trabajo en equipos esporádicos.
Jaime Alonso Universidad de Murcia	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Redacción periodística en Internet. <input type="checkbox"/> Usabilidad enfocada a los diarios digitales. <input type="checkbox"/> Mentalidad reflexiva que le dote de la autonomía suficiente para preguntarse por el sentido y perspectiva de su labor profesional en el momento en que la desarrolla: objetivo del mensaje periodístico, audiencia/usuarios, etcétera.
Ramón Salaverría Universidad de Navarra	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Conocimientos avanzados de navegación e investigación periodística con recursos digitales. <input type="checkbox"/> Redacción hipertextual y arquitectura de la información para sitios web. <input type="checkbox"/> Diseño de sitios web.
Carlos Scolari Universidad de Vic	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Multimedialidad (producir contenidos en diferentes formatos y lenguajes). <input type="checkbox"/> Hipertextualidad (saber escribir hipertextualmente). <input type="checkbox"/> Interactividad (saber aprovechar al máximo el carácter dialógico y participativo de las TICs).
Josep M. Sanmartí Universidad Europea de Madrid CEES	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Uso de las tecnologías propias. <input type="checkbox"/> Conocimiento de las audiencias. <input type="checkbox"/> Conocimiento de la lengua usada.
Karma Peiró Universidad Internacional de Cataluña	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Especialización en la búsqueda de la información verídica y contrastada. <input type="checkbox"/> Capacidad para comunicarse digitalmente. <input type="checkbox"/> Agilidad con las herramientas tecnológicas actuales.
Alfonso Palazón Universidad Rey Juan Carlos – Madrid	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Producción de contenidos multimedia en entornos digitales interactivos. <input type="checkbox"/> Documentación mediante fuentes de información en Internet. <input type="checkbox"/> Ética y responsabilidad social.
Guillermo López Universidad de Valencia	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Capacidad para generar contenidos específicos, diferenciados según un criterio cualitativo, en medios de muy diversa índole. <input type="checkbox"/> Un grado de competencia suficiente en el manejo de diversas herramientas de edición, diseño y publicación web. <input type="checkbox"/> En relación con los dos parámetros anteriores, el profesional del ciberperiodismo debería atesorar un profundo conocimiento de las características del medio

	en el cual trabaja, y en particular de las especiales relaciones de interactividad que, desde diversos puntos de vista, se deben establecer con el público.
Eva Domínguez Universidad Ramon Llull	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Las básicas de cualquier periodista: capacidad de análisis, síntesis, de exposición y de documentación entre otras. ❑ Dominio del lenguaje (textual y visual) y de los recursos y fuentes de Internet. ❑ Capacidad de crear comunidad de lectores y de comunicarse con ella.
Joan Canovas Universidad Pompeu Fabra	<ul style="list-style-type: none"> ❑ Las mismas competencias que el profesional de la radio, la prensa o la televisión juntas. Internet acorta las distancias entre estos medios.

Aunque los expertos hacen referencia en sus comentarios a aspectos muy concretos sobre las habilidades y destrezas que ha de presentar el ciberperiodista, básicamente, las diferentes aportaciones podrían agruparse en las tres grandes categorías (aprovechando el planteamiento de Manel López, de la Universidad Autónoma de Barcelona): formación intelectual, técnica y ética. Se trata tres grandes bloques, exigibles al periodista tradicional, pero que en el terreno del ciberperiodismo se amplían y, en algunos casos, se modifican. Del mismo modo, es importante destacar que existen una serie de habilidades exigibles a un buen periodista “tradicional” que el ciberperiodista también deberá presentar²⁴⁴.

- **Formación intelectual:** El ciberperiodista debe de poseer una sólida formación teórica sobre el periodismo (desde el estudio de la historia de la comunicación a las teorías, estructuras y políticas de comunicación).

²⁴⁴ “Debe quedar claro que en el periodismo en línea no cambian los fundamentos del oficio, es decir, saber redactar una nota, saber realizar un trabajo de investigación, saber cuál es el mensaje esencial de un artículo, qué es un título, un antetítulo, un sumario; todo lo que constituye la deontología del periodismo, etc.. Internet no cambia todo eso en lo fundamental, pero, tal y como señala Eduardo Castañeda, los periodistas que quieran llevar su carrera hacia allá tienen que aprender a redactar artículos para Internet, porque ahí estamos en un nuevo medio, con todos sus componentes (Castañeda, 2000). Ello quiere decir que se está ante una forma de tratar la información que es específica al nuevo medio. No leemos igual en una pantalla que como leemos en el papel; existe interactividad; y todas estas ‘novedades’ hacen que estemos usando un soporte tecnológico en el cual se necesita tratar, presentar la información de una cierta manera” (Meso: 2005).

Concretamente, ha de conocer al detalle los aspectos vinculados con la Sociedad de la Información y, por tanto, con los medios digitales.

- **Formación técnica:** El ciberperiodista debe manejar las principales herramientas técnicas. No se trata únicamente de instrumentos específicos de software. El dominio de la Red (navegación, búsqueda de datos, etc.) es una habilidad muy importante en la formación del futuro periodista digital. En este terreno, y junto a la formación intelectual que se señalaba en el punto anterior, el ciberperiodista deberá de ser capaz de crear mensajes que exploten las posibilidades informativas del soporte on-line. Los expertos inciden en la necesidad de que estos profesionales sepan elaborar contenidos informativos adaptados a la Red.

- **Formación ética:** Los ciberperiodistas, al igual que cualquier otro profesional de la información, tendrán que aplicar en su quehacer diario una serie de criterios éticos y deontológicos. En el caso del ciberperiodismo, aparecen nuevos “riesgos” (como la veracidad de las fuentes on-line, la autoría de las informaciones, entre otros) que exigen de una mayor atención desde el punto de vista de la ética periodística.

Definición de objetivos en la enseñanza del ciberperiodismo

Principales objetivos

Uno de los principales retos en el estudio de la inclusión del ciberperiodismo en los planes curriculares de las licenciaturas Periodismo es, sin duda, la definición de unos objetivos que guíen el proceso de construcción de un plan de estudios específico sobre esta área. Del mismo modo, los resultados de este trabajo permitirían definir más claramente el contenido de un temario general aplicable tanto en el diseño de una materia autónoma sobre ciberperiodismo como en el diseño de las líneas directrices de un enfoque transversal. Se trata de un trabajo que, en último término, ha de desembocar en la revisión y adaptación de los planes de estudio actuales.

“El ámbito de las tecnologías, que constituyen una realidad, debe facilitar las cosas y debe contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. En esta dirección habrá que orientar el cambio en marcha, porque, con una simple mirada al escenario, observamos que los jóvenes nacen y viven con y en la red. Este es el motivo por el que los medios quieren aprovechar las herramientas actuales para comunicar mejor e incrementar el volumen de negocio. La tendencia resulta evidente y la formación de los periodistas precisa una clara incorporación de la nueva realidad a sus programas de estudio, tanto a los contenidos teóricos como a los prácticos. La creación de itinerarios especializados en el marco de la titulación permitirá la definición de cada perfil concreto”²⁴⁵.

A continuación, se presenta una tabla con los objetivos concretos que los profesores e investigadores encuestados consideran como prioritarios. Posteriormente, se procede al análisis de estos datos indicando cuáles son los

²⁴⁵ LÓPEZ, Xosé; OTERO, Marita. “La formación de los Ciberperiodistas: Punto de partida”. Comunicación presentada en el IV Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 16 al 17 de enero de 2003.

objetivos que, desde el punto de vista académico, se conciben como más importantes en la formación de los futuros profesionales del ciberperiodismo.

Docente / Universidad	Objetivos principales
Manel López López Universidad Autónoma de Barcelona	Adecuar la formación a las exigencias de la sociedad. Anticiparse al futuro. Obtener nuevas ventajas de la telemática, aun no descubiertas.
Lorenzo Vilches Universidad Autónoma de Barcelona	Dominio de las estrategias comunicativas e informativas, dominio de dos lenguas, dominio de la escritura creativa.
Fernando Sabés Universidad Autónoma de Barcelona	Explicar las diferencias que existen entre el ciberperiodismo y el periodismo tradicional.
José María Perceval Universidad Autónoma de Barcelona	Cambiar la mentalidad del profesional de la comunicación al cambiar el paradigma del conocimiento (de los medios tradicionales a los medios en el ciberespacio) con un cambio de lenguaje, forma y contenido de los mensajes que se desea transmitir.
José Luis Valero Universidad Autónoma de Barcelona	Conocer las múltiples posibilidades visuales, presentes y futuras, de comunicación dotando al alumno de formación de base suficiente para afrontar y adaptarse a los cambios futuros con facilidad.
Xavi Ribes Universidad Autónoma de Barcelona	Visión global de las herramientas y la forma de crear contenidos con ellas adaptados al medio específico.
Héctor Borrat Universidad Autónoma de Barcelona	---
Xavier Salla Universidad Autónoma de Barcelona	Conocer las formas de comunicación que están en auge.
José Luis Riva Universidad Autónoma de Barcelona	Formar al futuro periodista en todas las opciones posibles de su trabajo.
Obdulio Martín Bernal Universidad Carlos III – Madrid	Estudiar las nuevas formas, plataformas, herramientas y medios de comunicación digital: es decir, analizar, reflexionar y ayudar a conocer el nuevo sistema de comunicación y instruir al alumnos sobre los nuevos roles y técnicas de trabajo periodístico en la Red.
Miriam Redondo Universidad Carlos III – Madrid	Aclarar a los estudiantes conceptos técnicos de Internet que desconocen por completo, lo que hace que su uso no sea el adecuado. Enseñarles el modo de otorgar credibilidad a las fuentes digitales, para que no se conformen con cualquiera. Enseñarles la técnica de edición de contenidos en la Red y de redacción de contenidos para la Red.
Pilar Diezhandino Universidad Carlos III – Madrid	Enseñar a ejercer la función de informar, con los recursos propios del medio, desde la veracidad y el relato óptimo de una buena historia.
Manuel Tapia Universidad Carlos III –	Básicamente, explicar a los alumnos las transformaciones que Internet y las nuevas tecnologías de la información y la

Madrid	comunicación están ocasionando en el trabajo de los periodistas y en sus relaciones con las audiencias.
Teresa Sandoval Universidad Carlos III – Madrid	Introducción en todos los cambios que introduce el ciberperiodismo en los diferentes ámbitos de la comunicación de masas (la comunicación, las empresas, los medios, la profesión...).
Jesús Flores Universidad Antonio Nebrija – Madrid	Formar al profesional que demandan las empresas de medios. Dotar a los alumnos de las herramientas y recursos básicos para el ejercicio de un buen desarrollo profesional periodístico. Formar a profesionales con una nueva cultura digital.
Bella Palomo Torres Universidad de Málaga	Despertar el interés por conocer las nuevas manifestaciones periodísticas elaboradas en otros puntos del planeta, analizarlas, rehacerlas y perfeccionarlas. Acostumbrar al alumno a ser autodidacta en materia tecnológica, para que asuma con normalidad las continuas actualizaciones de software. Aprender a reconocer los intereses del público, interactuando con la audiencia. Construir informaciones multimedia. Otros objetivos: Aproximación a los nuevos medios y a sus implicaciones para el periodismo y la sociedad. Afrontar situaciones imprevistas que implican el uso de nuevos medios, desde una perspectiva transversal. Así tendrán que aplicarse conocimientos de documentación informativa, deontología, diseño, redacción periodística, edición digital. Construir weblogs e intervenir en otras áreas de los nuevos medios que están transformando el periodismo. Fomentar el pensamiento crítico respecto a los nuevos medios y sus consecuencias. Aplicar las reglas de la redacción en línea. Aprender a evaluar la información que circula por Internet.
Mario Arias Oliva Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Conocer las tecnologías de búsqueda de la información. Aprendizaje para contrastar la calidad de la información buscada. Conocimiento de tecnologías para procesar información. Habilidad de síntesis de información. Domino básico de las herramientas de publicación digital.
David Domingo Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Capacitar a los estudiantes para la producción informativa en entornos digitales e interactivos.
Javier Díaz Noci Universidad del País Vasco	Enseñar conceptos en torno al hipertexto, multimedia e interactividad. Construcción del discurso. Diseño de interfaces. Conocimientos técnicas suficientes.
Koldo Meso Universidad del País Vasco	Acercamiento a una nueva realidad que cada vez cobra más fuerza. Conocimiento de un nuevo soporte y un nuevo periodismo. Necesidad de establecer y mantener una relación amigable con la red. Adquirir un conocimiento básico de la evolución y desarrollo de la información gracias a Internet.
Xosé López Universidad Santiago de Compostela	Familiarizar al alumno con el perfil del ciberperiodista.
José Pereira Universidad Santiago de Compostela	Aprender las características de la redacción ciberperiodística, aprender los sistemas de gestión de contenidos, aprender las técnicas de creación de productos para la red.

Maria Luisa Otero Universidad Santiago de Compostela	Investigación, experimentación, realización y puesta en funcionamiento.
Rafael Carrasco Centro Universitario Villanueva – Madrid	Combinar edición de textos, imágenes y demás recursos multimedia con conceptos de usabilidad, navegación y con la estructura de los medios digitales.
Luis Gabriel David EADE – Estudios Universitarios – Málaga	Preparar al alumno para la comprensión y manejo de la Comunicación en Internet.
Roberto Pérez SEK University - Segovia	Fundamentalmente, la asignatura tratará de introducir al alumno en la teoría y práctica de la producción periodística en los medios digitales. Profundizar en la comunicación digital: historia, tecnología, formatos, diseño, redacción, etc. Además, procurará vincular estos conocimientos con el funcionamiento y con el contexto global de la empresa digital.
David Lavilla Universidad Camilo José Cela	Disponer de un amplio conocimiento del medio Internet y de la Sociedad Global. Conocer el nuevo marco del periodismo. Instruirse en el uso de las herramientas necesarias para manejarse de forma solvente en una redacción digital. Estudiar los nuevos métodos y técnicas de la comunicación hipertextual. Investigar y trabajar con los nuevos sistemas de comunicación multimedia. Dominar técnicas de trabajo en equipo. Aprender a respetar aún más las opiniones de los usuarios, los compañeros y los mandos.
Elvira García de Torres Universidad Cardenal Herrera -CEU	Formar al estudiante para que pueda integrarse en la redacción de un medio digital y ser autónomo en la producción y gestión de contenidos para la red.
Concha Edo Universidad Complutense de Madrid	Que los periodistas sean capaces de contar las noticias eficazmente y con profesionalidad en Internet, adaptándose a las características del medio y sacándole el máximo partido. Que se empeñen en contrastar las fuentes, aún contando con las dificultades que para lograrlo presenta la Red.
David Parra Universidad Complutense de Madrid	Situar claramente los contenidos impartidos dentro de las ciencias de la información. Proporcionar al alumno elementos de análisis para que pueda reflexionar sobre lo que supone esta nueva realidad para: los periodistas, las audiencias, las empresas. Sentar las bases para que un alumno pueda colaborar en un ciberperiódico con máxima cualificación (redaccional y técnica) desde el primer momento. Capacitar al alumno para acometer (en solitario o con la colaboración de otros compañeros) la realización de esta clase de proyectos como fórmula de autoempleo. Suscitar entre determinados alumnos el interés sobre el tema como materia de investigación.
Olga Álvarez Universidad De La Laguna – Tenerife	Formar a los futuros periodistas en un medio que es ya presente y que con toda certeza será futuro. De lo contrario estaremos formando periodistas del pasado.

Lourdes Martínez Universidad de Murcia	Introducción a los conceptos básicos de la Comunicación Digital, de las herramientas interactivas, del lenguaje multimedia e hipertextual.
Pedro Antonio Rojo Universidad de Murcia	En ningún caso debe centrarse exclusivamente en Internet, ya que debe contemplar otras formas de distribución digitales. Los objetivos deben ser: La gestión empresarial de varios soportes y la dirección de equipos de trabajo. La creación de contenidos y el manejo de herramientas multimedia. La capacidad de redactar para estos soportes. La investigación y el marketing de cada soporte. La gestión de contenidos para su distribución en función de las necesidades del usuario. La documentación y clasificación de contenidos para añadir valor.
Jaime Alonso Universidad de Murcia	Concienciar al alumnado de que el ciberperiodismo no sólo exige afrontar retos entorno a la adaptación a una tecnología que evoluciona, sino que es preciso afrontar desafíos novedosos que afectan a aspectos vertebrales del quehacer profesional. El aspecto más relevante es la modificación de envergadura en el sentido del mensaje periodístico, en torno a procesos tales como: cuestión de la instantaneidad, la participación de los usuarios en los medios, la sobreabundancia de información, la cuestión deontológica, etcétera.
Ramón Salaverría Universidad de Navarra	Desarrollar un sentido crítico en el alumno para analizar y mejorar productos ciberperiodísticos. Formar técnicamente en el uso de herramientas para la producción de contenidos digitales. Profundizar en las claves del lenguaje ciberperiodístico.
Carlos Scolari Universidad de Vic	La asignatura debe brindar al estudiante los conocimientos teóricos y prácticos del periodismo digital o ciberperiodismo. Entre otras cosas el estudiante debe conocer la historia de este tipo de ambiente comunicativo, el tipo de contenido textual, las nuevas tendencias (weblog, wiki, etc.) además de los saberes prácticos: cómo escribir para un medio digital, cómo crear estructuras hipertextuales, cómo "contar" las noticias empleando imágenes animadas o interactivas, etc.
Josep M. Sanmartí Universidad Europea de Madrid CEES	Asegurar los conocimientos tecnológicos necesarios y perfeccionar el uso de los géneros específicos.
Karma Peiró Universidad Internacional de Cataluña	Dar los conocimientos suficientes como para manejar las herramientas tecnológicas actuales para la redacción y producción de información en formato digital. Dar las referencias históricas y sociales suficientes como para entender el momento actual y lo que supone un salto a la Sociedad de la Información. Prácticas semanales de redacción periodística para formato digital y publicación en weblog de los mejores. Prácticas de creación de todos los formatos de publicación y comunicación que permite la Red: texto, audio (podcasts) y video, de forma gratuita y sencilla. Cada día, cada año, hay un montón de herramientas nuevas que se merecen ser exploradas. Como también la reacción de los ciudadanos, la sociedad, al interactuar con estas nuevas tecnologías.
Alfonso Palazón Universidad Rey Juan	Entender las posibilidades de Comunicación de Internet. Comprender los cambios sociales y económicos de la Sociedad

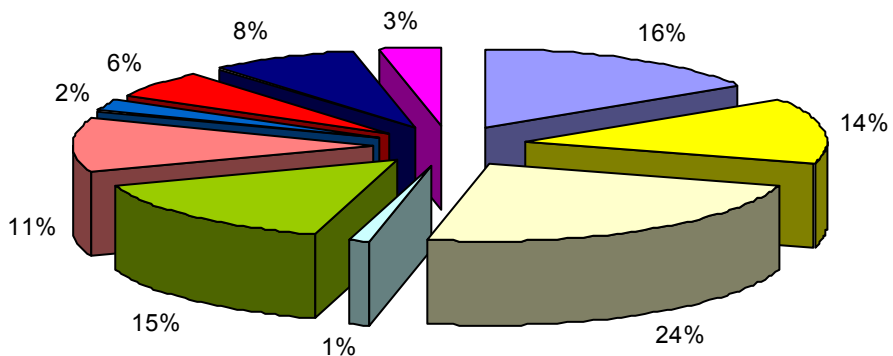
Carlos – Madrid	Red. Adquirir conocimientos de la tecnología de Internet. Aprender a sacar partido a la red como fuente de información. Conocer el software y las técnicas básicas de la producción multimedia. Pensar y reflexionar para la Red.
Guillermo López Universidad de Valencia	Elaborar un balance del ecosistema mediático digital, y en particular del surgido en Internet. Establecer criterios de redacción ciberperiodística que tengan en cuenta las características del medio. Definir el uso y las características de los géneros ciberperiodísticos. Integrar los contenidos en un marco cognitivo común (multimedia). Desarrollar una tipología de medios digitales que tenga en cuenta a aquellos ajenos al flujo de la comunicación de masas, desde la perspectiva de generar contenidos para medios y públicos específicos.
Eva Domínguez Universidad Ramon Llull	Preparar a los estudiantes mejorar el periodismo existente en Internet, haciendo uso de sus potencialidades multimedia e interactivas. Dar las bases para que los nuevos periodistas integren a la audiencia en el proceso informativo, en aras de una mayor transparencia y fidelización de ésta. Los estudiantes han de obtener un conocimiento práctico y teórico que les permita abordar cualquier proyecto comunicativo digital no sólo desde el punto de vista de los contenidos, sino de cómo la audiencia los utiliza y cómo se puede aprovechar las capacidades interactivas del medio para mejorar el producto día a día, con la participación de los usuarios.
Joan Canovas Universidad Pompeu Fabra	Que Internet sea la herramienta (quizás una de las principales) que un periodista debe dominar y utilizar.

Para proceder al análisis de los datos, se ha partido de un listado con los nueve objetivos generales que se derivan de la lectura de la tabla anterior. Se trata de una serie de grandes objetivos que aglutinan, como se indicara posteriormente, aspectos (competencias, temas, etc.) más específicos. La tabla se ha diseñado partiendo de los grandes objetivos que se derivaron del análisis de las 17 asignaturas de ciberperiodismo existentes actualmente en España (Ver: Parte VI- Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas “de” periodismo on-line). En la medida en que la definición de un listado cerrado de objetivos podría tildarse de excluyente, se ha incorporado una categoría de “Otros objetivos”. En ella se han incluido los objetivos que, sin quedar recogidos en ninguno de los anteriores apartados, han sido señalados en el marco de los

cuestionarios o bien han aparecido a partir de las entrevistas mantenidas con los investigadores, docentes y periodistas.

Objetivos generales	Características
Conocer la estructura de medios propia de los medios de comunicación de la Sociedad digital.	Introducción al panorama de medios electrónicos que introduce Internet a nivel nacional e internacional. Se pretende introducir al estudiante al estudio de las características de la Sociedad digital desde el punto de vista de los medios de comunicación.
Analizar los medios de información y servicios multimedia en Internet.	El objetivo es que el alumno conozca las características de los servicios y medios informativos existentes en la Red. Se pretende que el estudiante conozca al detalle iniciativas y proyectos relacionados con el periodismo electrónico.
Crear contenidos informativos on-line.	Se pretende que el estudiante sea capaz de diseñar y desarrollar mensajes informativos adaptados a las posibilidades de Internet.
Conocer Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.	El objetivo es que el estudiante conozca las características y posibilidades de Internet en el ejercicio de la profesión periodística y que desarrolle destrezas que le permitan extraer el máximo provecho de la Red en su desempeño como periodista.
Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción.	Se busca formar al estudiante en las nuevas rutinas y exigencias de producción informativa que introduce el periodismo de Internet, desde la selección y cobertura de una tema hasta la creación de un mensaje periodístico y su posterior publicación on-line.
Aprender programas informáticos para la elaboración de información digital.	El objetivo es que el estudiante aprenda el manejo de herramientas de software ligadas con la creación de mensajes periodísticos on-line o de sitios web de índole informativa.
Conocer los elementos y de las etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.	Se pretende que el estudiante sea capaz de conceptualizar y desarrollar un proyecto multimedia informativo. Generalmente, las materias que presentan este objetivo suele incluir también el aprendizaje de alguna herramienta de software.
Aprender pautas para el manejo y validación de fuentes en Internet.	Se busca que el estudiante sea capaz de discernir entre la gran cantidad de recursos que existen en la Red, seleccionando fuentes informativas de calidad y, al mismo tiempo, aplicándolas en su quehacer diario como profesional de la información.
Otros objetivos.	Se trata de objetivos no englobados en alguna de los anteriores.

Objetivos generales



- Conocer la estructura de medios de la Sociedad digital.
- Análizar los medios de información y servicios multimedia en Internet.
- Crear contenidos informativos on-line.
- Conocer Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.
- Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción.
- Aprender programas informáticos para la elaboración y publicación de mensajes periodísticos on-line.
- Conocer las etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.
- Gestionar contenidos on-line.
- Aprender pautas para el manejo y validación de fuentes en Internet.
- Otros objetivos.

A partir de los resultados obtenidos, los cinco objetivos que se consideran más importantes son los siguientes:

- **Aprender a crear contenidos informativos on-line. (24%)**
- **Conocer la estructura de medios propia de los medios de comunicación de la Sociedad digital. (16%)**
- **Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción. (15%)**
- **Conocer los medios de información y servicios multimedia en Internet. (14%)**
- **Aprender pautas para el manejo y validación de fuentes en Internet. (8%)**

No obstante, cabe señalar que el conjunto de los nueve grandes objetivos son de crucial importancia a la hora de planificar el diseño de un marco curricular o, concretamente, de una materia sobre ciberperiodismo. Del mismo modo, ofrecen las pautas necesarias para proceder a la elaboración de un temario sobre este campo de estudio. Todos ellos pueden ser incorporados en una materia autónoma o bien de forma transversal a través de diferentes asignaturas del plan de estudios.

Con relación a los objetivos que se han incluido en el apartado de “Otros objetivos”, cabe destacar los siguientes:

- Potenciar las estrategias para el trabajo en equipo.
- Fomentar interés de los estudiantes sobre ciberperiodismo.
- Estimular la innovación constante de los estudiantes.
- Dominio de idiomas.
- Potenciar el aprendizaje autodidacta.
- Concienciación del alumnado sobre el alcance del ciberperiodismo.
- Reflexión sobre las cuestiones deontológicas.

Entre ellos, se incluyen junto a objetivos concretos, recomendaciones generales relativas a capacidades más globales, como las dinámicas de trabajo en equipo, el espíritu innovador o la formación autodidacta. Se trata de objetivos que se podrían considerar exigibles tanto en la formación del ciberperiodismo como en otras disciplinas. No obstante, en el caso particular del ciberperiodismo resultan de crucial importancia.

La habilidad de poder trabajar en equipo adquiere en el ciberperiodismo una importancia crucial en la medida en que el componente multimedia de los mensajes on-line exige de la convergencia del trabajo de diferentes y muy variados profesionales. La existencia de una buena comunicación entre ellos garantizará la eficacia y elocuencia de los mensajes creados. Por su parte, la novedad del ciberperiodismo y su irrupción como objeto de estudio, desde el punto de vista curricular, han de ir acompañadas de una justificación de su importancia que permita concienciar a los estudiantes de su importancia (alcance, alta demanda a nivel laboral, etc.).

Debido a la continua transformación de las nuevas tecnologías de la información y, por extensión, del ciberperiodismo, exigen de una gran capacidad creativa para desarrollar los mecanismos de aplicación de estos cambios en el terreno periodístico. Por ello, entre los objetivos (o habilidades) que se deben perseguir en la enseñanza del ciberperiodismo se ha de encontrar también la de fomentar la innovación y creatividad en los estudiantes.

Aunque el dominio de idiomas ha sido desde siempre un aspecto altamente provechoso en el terreno de la comunicación, con la irrupción de Internet este aspecto gana en importancia. Concretamente, el crecimiento de sitios web en inglés viene a subrayar la importancia de reforzar el dominio que los futuros periodistas puedan tener de estos idiomas.

El acelerado ritmo de transformación de las herramientas tecnológicas y, en general de los servicios y prestaciones que introduce Internet, plantean la necesidad de un reciclaje continuo de los profesionales de la información ciberperiodística. Para lograrlo, la capacidad de aprender de manera autodidacta se convierte en una gran ventaja.

Por último, entre los debates que inaugura el ciberperiodismo se encuentra la reflexión sobre las cuestiones deontológicas. En este sentido, otros de los objetivos es el de lograr que los estudiantes apliquen el escenario digital los criterios y normas éticas y deontológicas propias del periodismo tradicional.

El conocimiento técnico en el aprendizaje del ciberperiodismo

La cuestión relativa al grado de dominio de herramientas técnicas es, sin duda, uno de los principales interrogantes a resolver en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de periodismo. Se trataría de establecer el nivel de conocimiento que los profesionales de la información han de poseer sobre las diferentes herramientas de software que están relacionadas con el desempeño diario del ciberperiodista. Con relación a esta cuestión se ha considerado oportuno hacer referencia al concepto de “alfabetización digital”. Se trata de un concepto presente en casi todos los estudios y planes de acción relacionados con la Sociedad de la Información. Tal y como se apunta en *Declaración de principios de la cumbre mundial sobre sociedad de la información*, Ginebra (2003): “Las TIC son un importante factor que propicia el crecimiento, ya que mejoran la eficacia e incrementan la productividad, especialmente en las pequeñas y medianas empresas (PYME). Por esta razón, el desarrollo de la Sociedad de la Información es importante para lograr un crecimiento económico general en las economías desarrolladas y en desarrollo. Se deben fomentar la mejora de la productividad por medio de las TIC y la aplicación de la innovación en todos los sectores económicos”²⁴⁶. Como ha señalado Logan, este proceso incluye “the physical tools used to organize the

²⁴⁶ ONU-ITU (2004) "Report on the Geneva phase of the World Summit on the Information Society Geneva-Palexpo, 10-12 December 2003" World Summit on the information Society. Geneva 2003-Tunis 2005, p. 7

material world, the conceptual and cognitive tools used to organize information, an socio-economic tools or institutions used to structure or organize society”²⁴⁷.

Por otro lado, como indica José Manuel Pérez Pérez Tornero en el marco de la investigación “Promoting Digital Literacy”, desarrollada como demanda del Proyecto de asistencia a la Comisión Europea en la preparación de la línea de acción: “Promover la alfabetización digital” (*Promoting digital literacy*) dentro del programa eLearning, la “alfabetización digital” presenta una doble dimensión educativa-tecnológica.

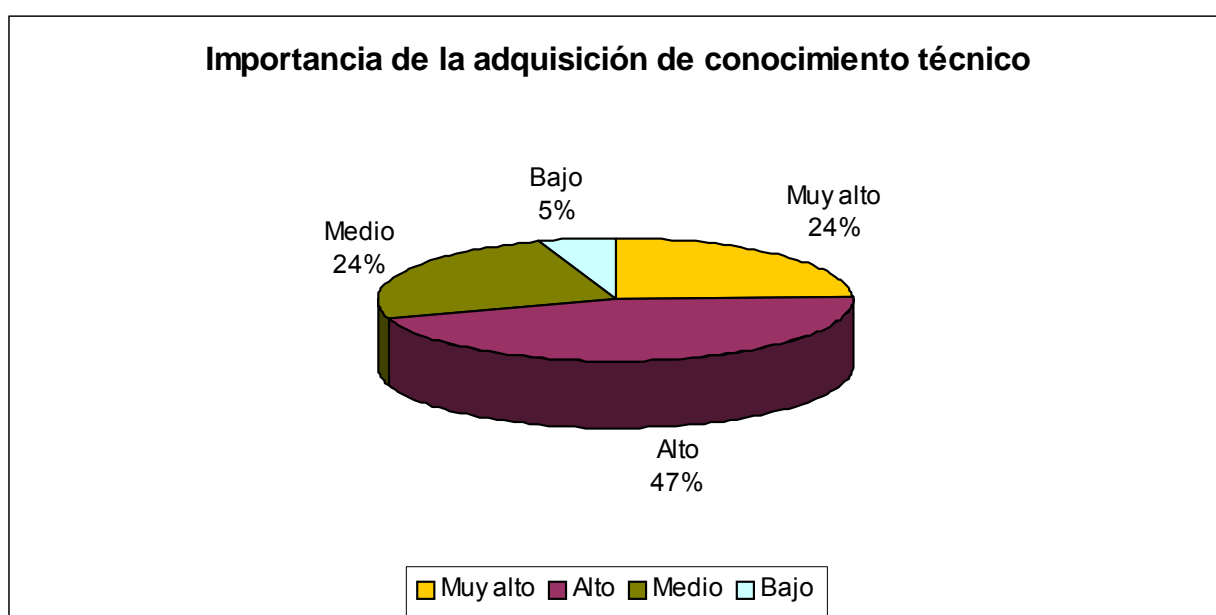
“El término ‘alfabetización digital’, por su parte, pone énfasis en dos aspectos, uno educativo y otro tecnológico. En el aspecto educativo, ‘alfabetización’ es más preciso y específico que la sola palabra ‘educación’: utiliza —entendemos que de un modo metafórico— la referencia al concepto de ‘alfabetización’ (lecto-escritura), señalando así tanto la importancia del proceso de aprendizaje de lo digital —tan importante como la alfabetización clásica— como su carácter de lenguaje: se trata de aprender habilidades relacionadas con el dominio de un determinado lenguaje”²⁴⁸.

En definitiva, podríamos definir el concepto de Alfabetización digital como el proceso de utilizar herramientas de tecnología y comunicación digital y redes para acceder, manejar, integrar, crear, evaluar información para poder funcionar en una Sociedad del Conocimiento (Pérez Tornero: 2004). En el caso del ciberperiodismo, el uso de tales herramientas de “tecnología y comunicación digital” se centraría en aquellos instrumentos necesarios para el desarrollo de las tareas que realizan estos profesionales en el “acceso, manejo, integración, creación y evaluación” de los mensajes informativos on-line.

²⁴⁷ LOGAN, R. *The fifth language*. Toronto, Stodart, 1995. P.126.

²⁴⁸ PÉREZ TORNERO, José Manuel. *Promoting Digital Literacy*. eLearning Action Plan 2004-2006. European Commission eLearning Programme, 2004.

Si bien, los autores coinciden en señalar que el ciberperiodista debería poseer conocimientos técnicos, se debería determinar el grado de conocimiento de los mismos que tendría que presentar. En este sentido, en el marco del cuestionario de la presente investigación, se ha consultado a los docentes e investigadores sobre la importancia del conocimiento técnico en la formación del ciberperiodista.

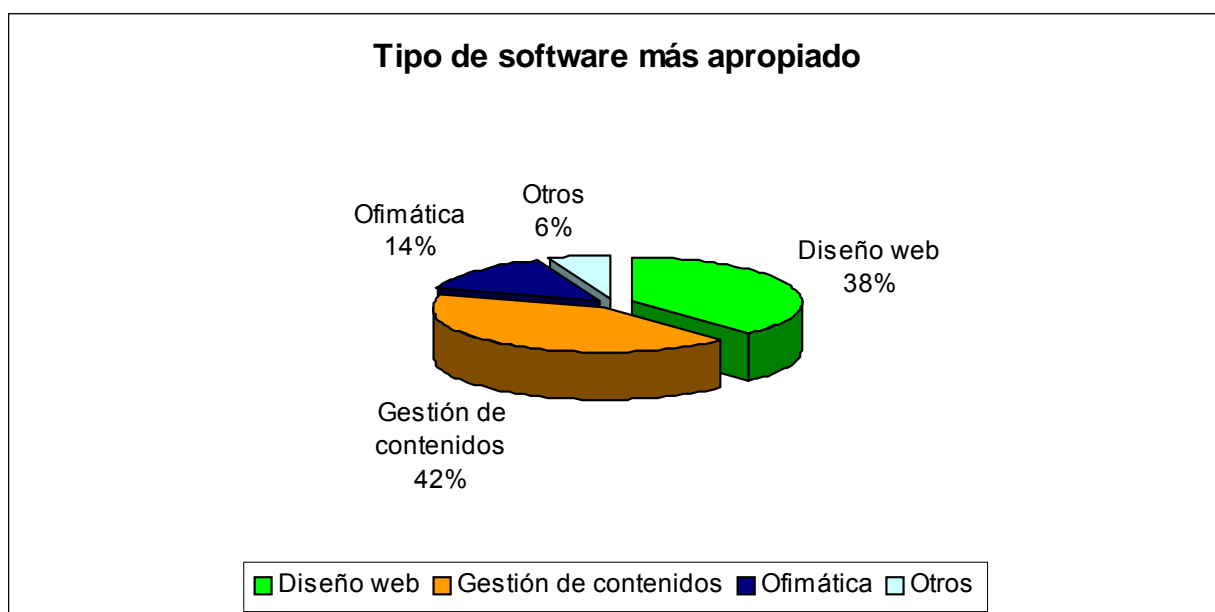


Un 47% de los encuestados considera que el grado de conocimiento técnico que ha de poseer el periodista digital ha de ser “alto”; mientras que un 24% creen que el nivel de dominio en este campo tiene que ser “muy alto”. Por su parte, un 24% opina que sería suficiente con disponer de un nivel “medio” y un 5% cree que bastaría con que fuese “bajo”.

En conclusión y en el marco de este apartado dedicado a los objetivos que ha de perseguir la formación de los futuros profesionales del ciberperiodismo, es posible afirmar que un porcentaje mayoritario de docentes e investigadores (alrededor de un 71%, si suma el 47% de los que apuestan por un dominio “alto”

y el 24% de los que consideran que tiene que ser “muy alto”) cree que el conocimiento técnico es importante para el ciberperiodista y, por tanto, las propuestas formativas dedicadas a la formación de los futuros profesionales de la comunicación tienen que tener presente este aspecto.

Básicamente, el conocimiento técnico se centra en el aprendizaje de determinadas herramientas de software que pueden ser de utilidad para el ciberperiodista en el desempeño de sus funciones. El problema aparece en el momento de determinar qué ámbitos son los más importantes a la hora de formar a los estudiantes en este tipo de herramientas técnicas.



Un 42% de los profesores y docentes consultados considera que el ciberperiodista debe conocer y manejar especialmente el software relativo a la gestión de contenidos. Se trataría de herramientas diseñadas para la clasificación, consulta, creación (generalmente, a partir de formularios y/o plantillas prediseñadas) contenidos informativos de diferente naturaleza (texto, imágenes, vídeo, sonidos, multimedia, etc.).

El 38% opina que el ciberperiodista tendría que, en el marco de una asignatura sobre ciberperiodismo, conocer en el manejo de software para el diseño y creación de sitios web. Roberto Pérez, de la Universidad SEK (Segovia), opina que el estudio de este software se debe realizar de forma transversal como “apoyo al conocimiento de la naturaleza del medio y el soporte”. Muchos docentes se oponen a este tipo de formación argumentando que exigiría una formación del comunicador en otras áreas muy alejadas del periodismo propiamente dicho (diseño, informática, etc.). Por su parte, Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, apunta un aspecto de gran interés con relación a este punto. Scolari considera que el manejo de software se debe basar en el “conocimiento de los instrumentos mínimos que le permitan resolver problemas urgentes e interactuar con otros especialistas, como diseñadores gráficos o programadores”.

Por otro lado, un 14% cree que el aprendizaje de las herramientas de ofimática es más adecuado en una materia sobre ciberperiodismo. Por último, un 6% destaca la importancia de otro tipo de software. Respecto a este último grupo, David Domingo, de la Universidad de Vic, destaca la importancia del aprendizaje de herramientas de software que permitan el diseño de animaciones interactivas, así como el tratamiento de vídeo y audio para Internet. Por su parte, David Lavilla, de la Universidad Camilo José Cela de Madrid, hace referencia al manejo de bases de datos y de programas multimedia en general como dos ejemplos de programas de software de gran importancia en la formación del ciberperiodista.

Áreas afines al estudio del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo

A partir de los resultados sobre los objetivos que, según los investigadores y docentes consultados, se han de alcanzar en la enseñanza del ciberperiodismo se ha elaborado la siguiente tabla comparativa. En ella, se listan los nueve objetivos y se señalan aquellas áreas y materias que pueden contribuir en la cobertura académica de ellos. Este contenido resulta de interés a la hora de diseñar un enfoque transversal en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio.

Para completar la tabla se han definido las siguientes áreas de estudio. Se trata de una serie de categorías que, a su vez, aglutinarían a un conjunto variado de materias. La definición de las mismas se ha realizado a partir del estudio del plan de estudios actual de las licenciaturas de Periodismo. En este sentido, no se han creado áreas nuevas. Las áreas que se han considerado oportunas son las siguientes:

- **Área de Redacción periodística:** Aglutina al conjunto de materias relacionadas con la escritura (básicamente para prensa escrita) de mensajes informativos. Se trataría de las asignaturas que trabajan aspectos relativos a la concepción tradicional y escritura de noticias, reportajes, entrevistas, crónicas, textos de opinión y otros géneros. En cada caso junto a las características del género correspondiente, se incluirían los contenidos pertinentes relativos a los orígenes y evolución de cada género, sus aspectos formales —y, por ende, recomendaciones para su escritura—, su presencia en los medios, etc. También abarcaría las materias de edición en prensa. En esta área se incorporarían los aspectos ligados a la redacción de mensajes ciberperiodísticos, esto es, aquellos que se conciben para ser difundidos y consumidos a través de la Red.

- **Área de Producción periodística:** En esta área se sitúan las materias que trabajan los procesos relativos a la producción de mensajes periodísticos. En este sentido, se cubren las rutinas propias de los diferentes medios tradicionales (prensa, radio, televisión), a los que ahora se debería incluir Internet. No obstante, generalmente, las materias de esta área suelen dedicar una mayor atención al estudio de las rutinas de producción en prensa. En el marco de la misma, se debería introducir el tratamiento de las rutinas de producción propias del ciberperiodismo.

- **Área de Tecnología de la Información:** Abarca el conjunto de materias relacionadas con el conocimiento de las tecnologías de los medios audiovisuales, impresos y digitales. En este ámbito el ciberperiodismo introduce una serie de transformaciones tecnológicas.

- **Área de Documentación:** Se trata del conjunto de materias centradas en el estudio de los mecanismos de gestión, almacenamiento y clasificación de la información según sus características. Internet exige, sin duda, y tal y como ha quedado plasmado en los comentarios de los docentes, investigadores y profesionales del ciberperiodismo consultados, de una amplia formación en estos ámbitos.

- **Área de Teoría de la Comunicación:** Se centran en el estudio de Teorías de la información desde sus inicios hasta la actualidad. En el caso de la Sociedad de la Información, encontramos una serie de nuevos enfoques y planteamientos teóricos que deberían ser tratados en el marco de esta área.

- **Área de Estructura de la información:** Estudio del sistema de medios y su relación con otros sistemas. En este bloque, se tendría que hacer referencia al sistema de (nuevos) medios que introduce la Red.

- **Área de Historia de la Comunicación:** Esta área agrupa a las materias que llevan a cabo un estudio histórico de las formas sociales de

producción comunicativa. A pesar de la juventud del ciberperiodismo (las primeras iniciativas tienen lugar a principios de los años noventa), se puede comenzar a estudiar desde esta área.

- **Área de Diseño gráfico:** Estudio de las técnicas y procesos de materialización de la información en medios impresos. En este caso, se tendrían que incluir también los medios on-line. En este sentido, incluiría las materias relativas al diseño web, aspecto que quizás exigiría un replanteamiento del nombre del área. Se trataría de un área dedicada al estudio de las fórmulas de composición visual para prensa y medios on-line.
- **Área de Televisión:** En esta área se incluyen las materias relativas al estudio de las características del medio televisivo (a nivel de organización, parámetros formales de los mensajes informativos para televisión, rutinas de producción, género, etc.). Entre los contenidos que se trabajarían en las materias de esta área se deberían incluir los aspectos relativos a los nuevos modelos de TV (on-line, interactiva, etc.).
- **Área de Radio:** Se trata de un área dedicada al estudio de los mismos aspectos que se señalaban en la categoría anterior, pero centrados en el medio radiofónico. En este caso, sería oportuno hablar de las iniciativas de radio on-line.
- **Otras áreas:** En este bloque se incluirían aquellos contenidos que se imparten en materias no clasificadas en ninguno de las áreas anteriores.

PAUTAS PARA LA INCLUSIÓN TRANSVERSAL DEL CIBERPERIODISMO

Objetivos generales	Áreas
Conocer la estructura de medios propia de los medios de comunicación de la Sociedad digital.	Área de Teoría de la Comunicación Área de Estructura de la información Área de Tecnología de la Información Área de Historia de la Comunicación
Analizar los medios de información y servicios multimedia en Internet.	Área de Estructura de la información Área de Teoría de la Comunicación Área de Tecnología de la Información Área de Documentación Área de Historia de la Comunicación Área de Televisión Área de Radio
Crear contenidos informativos on-line.	Área de Redacción periodística Área de Producción periodística Área de Documentación Área de Diseño gráfico Área de Televisión Área de Radio
Conocer Internet como medio y herramienta del profesional del periodismo.	Área de Estructura de la información Área de Redacción periodística Área de Producción periodística Área de Tecnología de la Información Área de Documentación Área de Historia de la Comunicación Área de Televisión Área de Radio
Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción.	Área de Producción periodística Área de Redacción periodística Área de Tecnología de la Información Área de Documentación Área de Diseño gráfico Área de Televisión Área de Radio
Aprender programas informáticos para la elaboración de información digital.	Área de Redacción periodística Área de Producción periodística Área de Tecnología de la Información Área de Diseño gráfico Área de Televisión Área de Radio
Conocer los elementos y de las etapas propias de la concepción y desarrollo de un proyecto informativo multimedia.	Área de Producción periodística
Aprender pautas para el manejo y validación de fuentes en Internet.	Área de Documentación Área de Producción periodística Área de Redacción periodística Área de Tecnología de la Información
Otros objetivos.	

La finalidad de la tabla anterior consiste simplemente en distribuir los objetivos generales de la enseñanza del ciberperiodismo en una serie de grandes áreas temáticas que viene a sintetizar los principales ámbitos de estudio de los planes de estudio actuales de Periodismo. Básicamente, establece un punto de partida para proceder a la inclusión del ciberperiodismo en los currículos de forma transversal.

**Pautas para la creación de un
currículo de ciberperiodismo**

Apuntes para la creación de un currículo de ciberperiodismo

Los datos derivados del cuestionario enviado a docentes e investigadores indicaban que un 21% de ellos se mostraban partidarios de la existencia de una asignatura específica sobre ciberperiodismo como la vía para llevar a cabo la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio. Por su parte, el 47% consideraban que la opción más adecuada era una solución mixta que combinará la inserción transversal del ciberperiodismo a través de diferentes materias que, incluso, podían estar complementadas por otras asignaturas de temática afín al ciberperiodismo.

En este sentido, en el marco de esta investigación que ha de desembocar en un conjunto de recomendaciones relativas a la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo, se plantea como necesario presentar una serie de directrices que deberían tenerse presentes en el diseño de una (o varias) asignaturas sobre ciberperiodismo.

De este modo, a continuación, se presenta una serie de gráficas estadísticas obtenidas a partir de las opiniones de profesores, investigadores y profesionales especializados en el ámbito del ciberperiodismo. Entre los temas que se han analizado, se encuentran los siguientes:

- a) **La importancia de un enfoque teórico- práctico**
- b) **La denominación para una asignatura de ciberperiodismo**
- c) **Número**
- d) **valor académico**
- e) **Ciclo de estudios y curso**
- f) **El temario**
- g) **Las referencias bibliográficas**
- h) **La tipología de prácticas**

Denominación para una asignatura de ciberperiodismo

El periodismo en Internet se encuentra todavía sumido en su etapa “incunable”. En este estadio de su evolución, se han planteado numerosas denominaciones para hacer referencia al periodismo que inaugura la Red. En este sentido, los autores no coinciden a la hora de escoger el término (básicamente, el adjetivo) más adecuado para referirse a un periodismo que se realiza desde y a través de la Red. Se trata de un periodismo que ha digitalizado no sólo el proceso de producción y distribución, sino también el propio producto periodístico. Javier Díaz Noci, profesor de la Universidad del País Vasco y autor de numerosos libros sobre el tema, ha reflexionado sobre las palabras que se han utilizado para nombrar a esta nueva forma de hacer periodismo. A continuación, se presenta una tabla que sintetiza el estudio de Díaz Noci sobre el tema:

Nombre	Adjetivo	Comentarios
Periodismo	electrónico	Es la denominación más popular y conocida. Sin embargo, nos es muy aplicable fuera de las fronteras españolas.
Periodismo	digital	Presenta problemas ya que el calificativo de “digital” es igualmente aplicable al periodismo que se hace por televisión y radio digital.
Periodismo	en línea	Se trata de la traducción del inglés (<i>on-line journalism</i> , <i>on-line journalism</i> o <i>on line journalism</i>) que el autor considera poco apropiada.
Periodismo	en Internet	Incluye una referencia directa a la red de redes que es la red telemática más conocida, pero no la única.
Periodismo	del ciberespacio	El autor la considera como una denominación muy poco utilizada.
Ciberperiodismo		El autor considera que, de momento, es una denominación muy poco extendida.
Periodismo	telemático	El autor la tilda de “muy pedante y poco usada”.
Periodismo	electrónico multimedia interactivo	Aunque esta denominación incluye tres características que permiten definir mejor esta nueva forma de “periodismo”, resulta demasiado extensa y, por ende, muy poco funcional.

(Díaz Noci: 2001)

La confusión terminológica no existe sólo a la hora de determinar cómo denominar a este nuevo periodismo. En el caso de los diarios o periódicos que se difunden a través de Internet, los autores tampoco coinciden sobre cuál es la denominación más adecuada. En un artículo titulado “Ciberprens@: El medio de los ‘diez mil nombres’”, José Álvarez Marcos, profesor de Tecnología de la información en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, hace hincapié en la inexistencia de un consenso terminológico para denominar a los periódicos que utilizan como canal de comunicación Internet: “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”. No obstante, Álvarez Marcos defiende que nos hallamos ante un nuevo medio que debe de ser, por consiguiente, bautizado con una denominación que responda a las particulares características que lo definen. En este sentido, el autor considera como elementos destacados del nuevo “diario”: la aparición del soporte digital (en detrimento del papel), el carácter multimedia de sus mensajes (que aglutinan en una misma noticia: voz, escritura y vídeo) y la inclusión de componentes interactivos.

“¿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”²⁴⁹.

²⁴⁹ ÁLVAREZ MARCOS, José. “Ciberprens@: El medio de los diez mil nombres”. EN: ÁMBITOS- Revista Andaluza de Comunicación. Sevilla, Universidad de Sevilla, 1999. Nº 3-4. P.114.

El propio Álvarez Marcos ha realizado un análisis de los diarios que existían en Internet con el objetivo de determinar las formas que utilizaban para referirse a las versiones web. El trabajo se centró en 100 cabeceras de diarios digitales, cuarenta españolas y sesenta internacionales, de los periódicos más influyentes de los cinco continentes. La primera conclusión del informe: No existe unanimidad en las nominaciones. Veinticuatro de los diarios estudiados —nueve de ellos son españoles— presentan en la versión impresa y en la versión digital el mismo nombre. No se utiliza, en el caso del diario digital, ninguna palabra que indique al lector que está accediendo a un producto de naturaleza “diferente” al diario impreso. Por otro lado, el estudio permite afirmar que 18 de los periódicos estudiados (de ellos, 11 eran españoles) utilizan algún término para indicar que se trata de un producto diferente al papel. Entre las diferentes denominaciones que se han utilizado, destacan las siguientes:

Denominación	
1	Periódico electrónico
2	Periódico multimedia
3	Teleperiódico
4	Periódico en pantalla
5	Periódico teletinformativo
6	Periódico digital
7	Periódico on line
8	Periódico cibernético
9	Diario personal (<i>Daily me</i>)
10	Periódico telemático

(Álvarez Marcos: 1999)

En definitiva, el periodismo que se realiza para y por Internet carece en el panorama español de una denominación aceptada mayoritariamente por los investigadores, docentes y profesionales de este campo. Álvarez Marcos considera que el carácter multimediático —al que él se refiere como “mestizaje”— es uno de los principales obstáculos en la búsqueda de una

denominación que pueda ser fácilmente aceptada tanto por el sector profesional como por el académico. Sin embargo, el propio autor señala que el debate terminológico puede resultar “estéril”.

“Los diarios pueden perder su nombre o, al menos, la justificación que los 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 texto, sonido e imágenes en movimiento y se actualiza constantemente?”²⁵⁰.

La complejidad por encontrar una denominación adecuada para el nuevo “periódico” que aparece en Internet no se limita únicamente al adjetivo que debe acompañar al término periódico. El concepto de “periódico” —al igual que el de “diario”— está ligado al medio impreso, mientras que ahora nos situamos en el terreno digital. Con relación a ello, algunos autores coinciden en considerar la denominación “diario” como más adecuada, ya que está más vinculada a los medios audiovisuales. Sin embargo, este término resulta confuso ya que la posibilidad de actualizar constantemente los contenidos hace que la periodicidad ya no sea, al menos en el medio electrónico, “diaria” sino mucho más reducida.

“Si empleando los diferentes soportes antes citados [en alusión al papiro, la arcilla, la tablilla encerada, el pergamino y el papel], los libros nunca dejaron de ser libros, el periódico no dejaría de ser un periódico por servirse ahora de esa pantalla de un monitor, bien fuera de rayos catódicos (que también se han quedado rápidamente obsoletos) o bien fuera de cristal líquido. [...] Incluso habría que acuñar un

²⁵⁰ ÁLVAREZ MARCOS, José. “Ciberprens@: El medio de los diez mil nombres”. EN: ÁMBITOS- Revista Andaluza de Comunicación. Sevilla, Universidad de Sevilla, 1999. Nº 3-4. P. 116

nuevo término que sustituyera a la voz *diario*, puesto que las múltiples ediciones de cada jornada privarían a la palabra de su tradicional sentido. [...] Incluso sobraría todavía más el término *periódico*, puesto que la urgencia que impone la actualidad privaría a estas publicaciones electrónicas de todo carácter cíclico o periódico”²⁵¹.

En el formulario diseñado en el marco de la presente investigación, se ha consultado a los docentes e investigadores seleccionados cuál consideran que sería la denominación idónea para una materia sobre ciberperiodismo. En este sentido, en la tabla siguiente se presentan las propuestas de cada uno de ellos. El análisis de las propuestas permite comprobar la falta de un consenso terminológico a la hora de hacer alusión al “nuevo periodismo que inaugura Internet”. No obstante, la denominación de “ciberperiodismo” es la que posee un mayor respaldo en el ámbito académico, si bien es necesario realizar una serie de matices.

Docente / Universidad	Propuesta de denominación para una asignatura de ciberperiodismo
Manel López López Universidad Autónoma de Barcelona	Producción informativa continuada
Lorenzo Vilches Universidad Autónoma de Barcelona	----
Fernando Sabés Universidad Autónoma de Barcelona	Periodismo especializado para Internet
José María Perceval Universidad Autónoma de Barcelona	Ciberperiodismo
José Luis Valero Universidad Autónoma de Barcelona	Ciberperiodismo
Xavi Ribes Universidad Autónoma de Barcelona	Información en medios de comunicación on-line
Héctor Borrat Universidad Autónoma de Barcelona	Ciberperiodismo
Xavier Salla Universidad Autónoma de Barcelona	Periodismo digital, Ciberperiodismo, Comunicación digital, Comunicación en Internet

²⁵¹ DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Josep M. “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7. P. 159. P. 161.

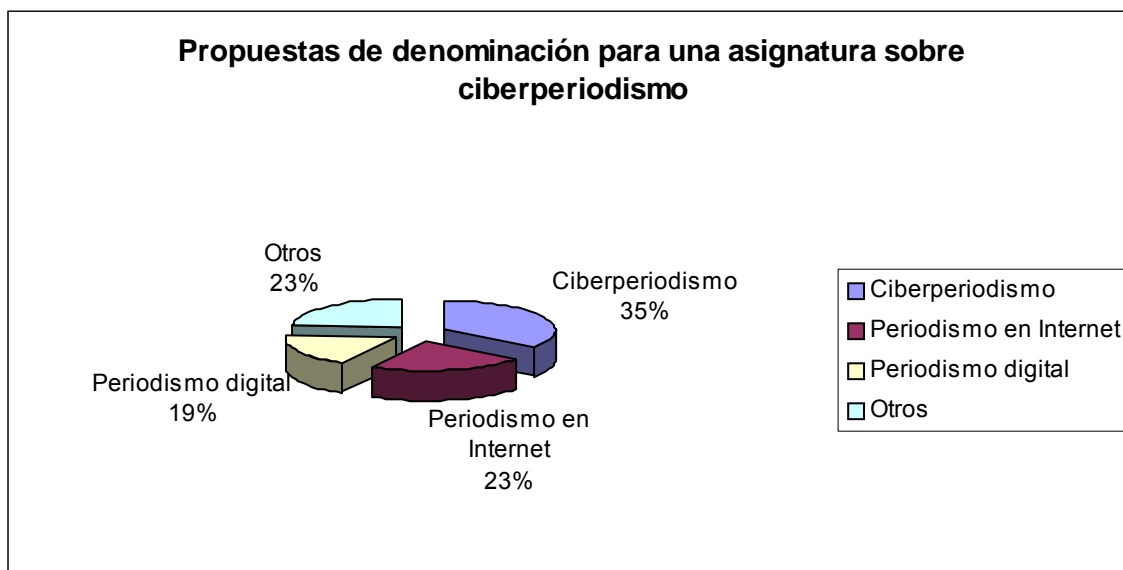
José Luis Riva Universidad Autónoma de Barcelona	----
Obdulio Martín Bernal Universidad Carlos III – Madrid	Periodismo en la Red
Miriam Redondo Universidad Carlos III – Madrid	Periodismo en Red
Pilar Diezhandino Universidad Carlos III – Madrid	Tratamiento de la información en Red
Manuel Tapia Universidad Carlos III – Madrid	Periodismo en Red
Teresa Sandoval Universidad Carlos III – Madrid	Ciberperiodismo
Jesús Flores Universidad Antonio Nebrija – Madrid	Introducción al ciberperiodismo, Periodismo en la Red
Bella Palomo Torres Universidad de Málaga	Periodismo Interactivo y creación de medios digitales
Mario Arias Oliva Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Gestión de la información en entornos digitales
David Domingo Universidad Rovira i Virgili – Tarragona	Producción informativa en entornos digitales interactivos
Javier Díaz Noci Universidad del País Vasco	Ciberperiodismo
Koldo Meso Universidad del País Vasco	Introducción al ciberperiodismo, Introducción al Periodismo en la Red
Xosé López Universidad Santiago de Compostela	Introducción al ciberperiodismo
José Pereira Universidad Santiago de Compostela	Ciberperiodismo, Lenguaje y guión multimedia, Creación de productos en la Red
Maria Luisa Otero Universidad Santiago de Compostela	Ciberperiodismo
Rafael Carrasco Centro Universitario Villanueva - Madrid	Producción periodística en Nuevas Tecnologías, Periodismo digital
Luis Gabriel David EADE – Estudios Universitarios – Málaga	Ciberperiodismo, Ciberinformación, Periodismo en Internet
Roberto Pérez SEK University - Segovia	---
David Lavilla Universidad Camilo José Cela	Periodismo digital
Elvira García de Torres Universidad Cardenal Herrera -CEU	Periodismo digital

Concha Edo Universidad Complutense de Madrid	Periodismo en Internet, Ciberperiodismo
David Parra Universidad Complutense de Madrid	Ciberperiodismo
Olga Álvarez Universidad De La Laguna – Tenerife	Periodismo digital
Lourdes Martínez Universidad de Murcia	Ciberperiodismo o Periodismo digital
Pedro Antonio Rojo Universidad de Murcia	Periodismo digital
Jaime Alonso Universidad de Murcia	Periodismo digital
Ramón Salaverría Universidad de Navarra	Ciberperiodismo
Carlos Scolari Universidad de Vic	Periodismo on-line
Josep M. Sanmartí Universidad Europea de Madrid CEES	Periodismo digital
Karma Peiró Universidad Internacional de Cataluña	Periodismo digital
Alfonso Palazón Universidad Rey Juan Carlos – Madrid	Periodismo electrónico
Guillermo López Universidad de Valencia	Ciberperiodismo, Redacción ciberperiodística
Eva Domínguez Universidad Ramon Llull	Si hablamos de formarlos para crear información en el medio online, sería algo como Periodismo Internet, igual que hay periodismo radiofónico, de prensa o televisivo. (No obstante, la formación debería ser más extensiva. Los futuros periodistas no pueden salir de la facultad sin saber manejar Internet como fuente y recurso de información, entre otros aspectos, publiquen o no después en la Red).
Joan Canovas Universidad Pompeu Fabra	Periodismo en la red, Periodismo en Internet, Internet y Periodismo

Las propuestas presentadas por los docentes e investigadores consultados en torno a la denominación más apropiada para una materia que se centrara en el estudio (desde un enfoque general) del periodismo en Internet, es la de

“Ciberperiodismo”. Este término es el que consideran como el más apropiado. El concepto de ciberespacio, entendido como el espacio virtual que genera Internet y que contiene objetos, estructura de relación, normas, leyes y protocolos que lo regulan) se une al de “periodismo”.

Este aspecto resulta llamativo en la medida en que en el grupo formado por las 17 asignaturas que en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo de España tratan de manera específica en el tema del ciberperiodismo, sólo existe una materia que presenta esta denominación (Ver: Parte VI - Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas ‘de’ periodismo on-line). Se trata de una asignatura de la Universidad del País Vasco, coordinada por los profesores Javier Díaz Noci y Koldo Meso.



(Fuente: Elaboración propia).

Junto al 35% de los partidarios de denominar “ciberperiodismo” a una materia sobre este campo, cabe destacar que un 23% se muestra partidario de optar por una denominación que gire en torno a la idea de “Periodismo en Internet”. Este grupo aglutina todas aquellas propuestas que, mediante unos términos u otros” vinculaban el sustantivo comunicación con la red de redes. En este grupo se encuentran denominaciones como: “Periodismo especializado para Internet”,

“Comunicación en Internet”, “Periodismo en Red”, “Tratamiento de la información en Red”, “Introducción al Periodismo en la Red”, “Creación de productos en la Red”, “Periodismo on-line”, “Internet y Periodismo”, entre otras propuestas. En todos estos casos, las denominaciones planteadas se caracterizan por hacer referencia al Periodismo o la Comunicación y a Internet. En este grupo, se han incluido dos propuestas que se desvían ligeramente de esta relación comunicación-periodismo/Internet. Se trata de las materias “Tratamiento de la información en Red” o “Creación de productos en Red”. En ambos casos se sobrentiende que se trata de un “tratamiento de la información” y una “creación de productos” periodísticos. Los detractores de esta denominación argumentan que el ciberperiodismo no se limita a Internet. Los servicios informativos mediante móviles, por poner un ejemplo, exigirían de una denominación más general para esta nueva forma de hacer periodismo. Internet es la red telemática más conocida, pero no la única.

Un 19% de los encuestados se muestra partidario de la denominación de “Periodismo digital”. En este caso, el problema radica en que el calificativo “digital” es aplicable al periodismo que se hace por televisión y radio. (Díaz Noci: 2001). Del mismo modo, cabe señalar que incluso la prensa tradicional (esto es, la que utiliza el soporte papel), la televisión o la radio convencional, aplican en sus procesos de producción informativa “tecnología digital”. La novedad en el caso del ciberperiodismo (tal y como se apunta en el apartado “Introducción: El periodismo que inaugura Internet”. Ver: Parte II – Introducción: El ciberperiodismo) viene dada por la “digitalización” del producto informativo. No se trata, simplemente, de un proceso de informatización de las redacciones (creación de las denominadas “redacciones electrónicas”) sino que el cambio viene marcado por la digitalización del producto que se crea, distribuye y consume a través de las redes telemáticas (siendo Internet la más conocida de ellas).

Entre las propuestas agrupadas en el ítem de “otros”, que alcanzan un 23% del total, cabe destacar las denominaciones de “Producción informativa continuada”, de Manel López de la Universidad Autónoma de Barcelona; “Gestión de la información en entornos digitales”, de Mario Arias de la Universidad Rovira i Virgili; “Producción informativa en entornos digitales interactivos”, de David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili; y “Producción periodística en Nuevas Tecnologías” de Rafael Carrasco, del Centro Universitario Villanueva de Madrid. En todos estos casos, podemos observar cómo el énfasis se realiza en el aspecto de la “producción”. Sin duda, resulta un apartado crucial en el ámbito del ciberperiodismo en particular y del periodismo en general. Sin embargo, tal denominación podría ser tildada de muy centrada en el aspecto productivo y, por tanto, poco adecuada para dar cabida a contenidos vinculados al ciberperiodismo, pero no necesariamente a la producción de los mensajes ciberperiodísticos. De este modo, y si bien se trata de propuestas muy apropiadas para materias que se centren en el estudio de la producción ciberperiodística, no responden a las exigencias de una denominación más genérica que abarque el tema del ciberperiodismo en su conjunto.

En conclusión, es posible afirmar que el concepto de “Ciberperiodismo” se ha consolidado como la denominación más apropiada para una asignatura centrada en este “nuevo” periodismo. En este sentido, es importante hacer referencia a dos monografías publicadas recientemente sobre el tema y que respondían a los siguientes títulos: *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos, y profesiones en el mundo infodigital*²⁵² (de Jesús Flores y Alberto Miguel Arruti) y *Ciberperiodismo*²⁵³ (de David Parra). A ellas se podría unir el *Manual de Redacción Ciberperiodística*²⁵⁴ (coordinado por Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría).

²⁵² FLORES VIVAR, Jesús; ARRUTI, Alberto Miguel. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid, Ediciones 2010 – Editorial Limusa, 2001.

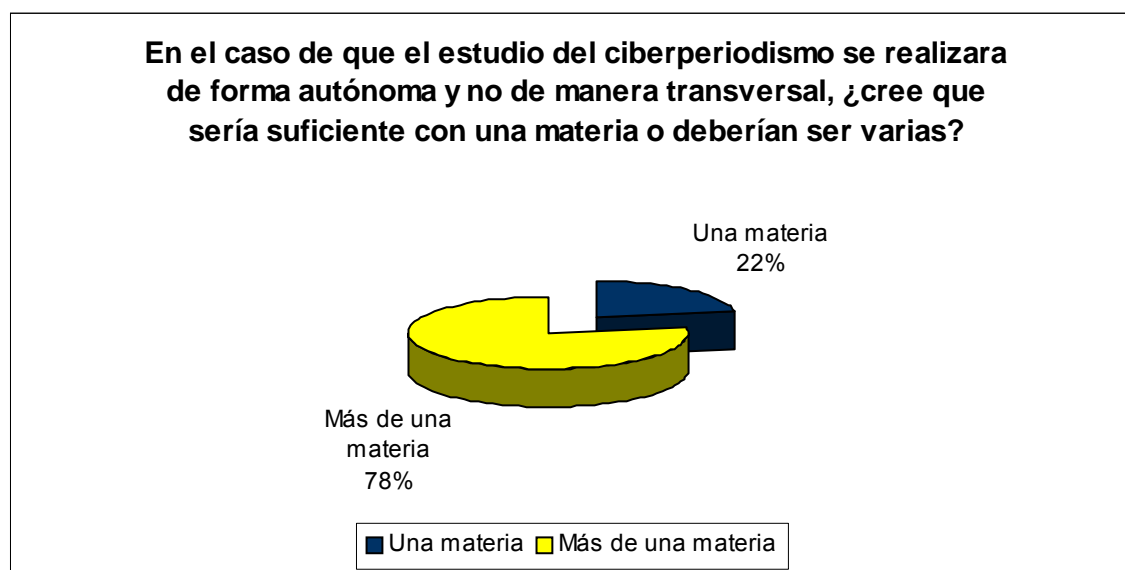
²⁵³ PARRA VALCARCE, David; ÁLVAREZ MARCOS, José. *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis, 2004.

²⁵⁴ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003.

Número, valor académico y curso para una o varias asignaturas de ciberperiodismo

Número de asignaturas de ciberperiodismo

Aunque sólo un 21% de los docentes e investigadores encuestados considere que una asignatura autónoma de ciberperiodismo sea la mejor manera de incluir el ciberperiodismo en los estudios de Periodismo, es importante señalar que un 47% se muestra partidario de una fórmula mixta y, por tanto, de la existencia de una o varias materias específicas sobre ciberperiodismo (junto a la existencia de un enfoque transversal). En este sentido, en el marco de la investigación se han incorporado en el cuestionario una serie de preguntas relativas al número de materias que considerarían adecuadas, el valor académico de las mismas y al año de la licenciatura en que creen que deberían incorporarse.



(Fuente: Elaboración propia).

A partir de los datos expuestos en el anterior gráfico, se puede señalar que un 78% de los investigadores y docentes encuestados (independientemente de si son partidarios de la existencia de una única materia sobre ciberperiodismo, de un enfoque transversal o de una alternativa mixta) consideran que lo idóneo sería que el plan de estudios de las licenciaturas de periodismo dispusiera de

más de una asignatura sobre ciberperiodismo. De este modo, este tema se podría tratar con mayor profundidad, de una manera más rica y variada; y además, en diferentes años y no únicamente en los últimos años de licenciatura. En este sentido y recuperando algunos datos derivados capítulos anteriores de esta investigación, es importante recordar que del conjunto de asignaturas dedicadas de manera exclusiva al ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo españolas un 83% del total se concentran en el segundo ciclo de la carrera (Ver apartado: “Distribución de asignaturas por ciclo y curso” de la Parte VI - Estado actual de la enseñanza de ciberperiodismo III: Asignaturas ‘de’ periodismo on-line). Este aspecto indica que, según los planes de estudio actuales, el primer contacto (y, generalmente, el último en el marco de sus estudios de licenciatura) que poseen los estudiantes con este tipo de temas se producen en los últimos años de su formación.

Con relación a este grupo de docentes que consideran más apropiado que exista más de una asignatura de ciberperiodismo, resulta interesante hacer referencia a los comentarios de José María Perceval, de la Universidad Autónoma de Barcelona, y de Guillermo López, de la Universidad de Valencia. Por un lado, Perceval justifica la necesidad de contar con varias materias en la medida en que “es fundamental que exista una formación y ejercitación previa de los estudiantes en el conocimiento y manejo de las nuevas herramientas técnicas vinculadas con el ciberperiodismo, así como de la navegación y uso de Internet”. Por su parte, Guillermo López considera que el planteamiento más completo es aquel que “junto a una asignatura específica de ciberperiodismo incorpora otras materias más genéricas dedicadas al estudio del medio”.

David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili, presenta un planteamiento que coincide con el de Perceval y señala que “convendría que además de la asignatura propiamente periodística hubiera otras más técnicas que enseñaran las herramientas de software y los lenguajes básicos de Internet”. Por su último, Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, opina que “lo ideal sería una

fórmula mixta con asignaturas específicas, pero también con una adaptación en el contenido de otras materias”.

Bella Palomo, de la Universidad de Málaga, propone dos materias: a) Una teórica (“Globalización, comunicación y sociedad”) para aproximarnos con espíritu crítico a Internet y analizar su significado para la sociedad en general, y los medios en particular, estudiando su evolución. b) Otra muy práctica (“Periodismo Interactivo y creación de medios digitales”), centrada en la elaboración de piezas informativas para ser publicadas en Internet, y el diseño de webs en general, incluyendo elementos multimedia.

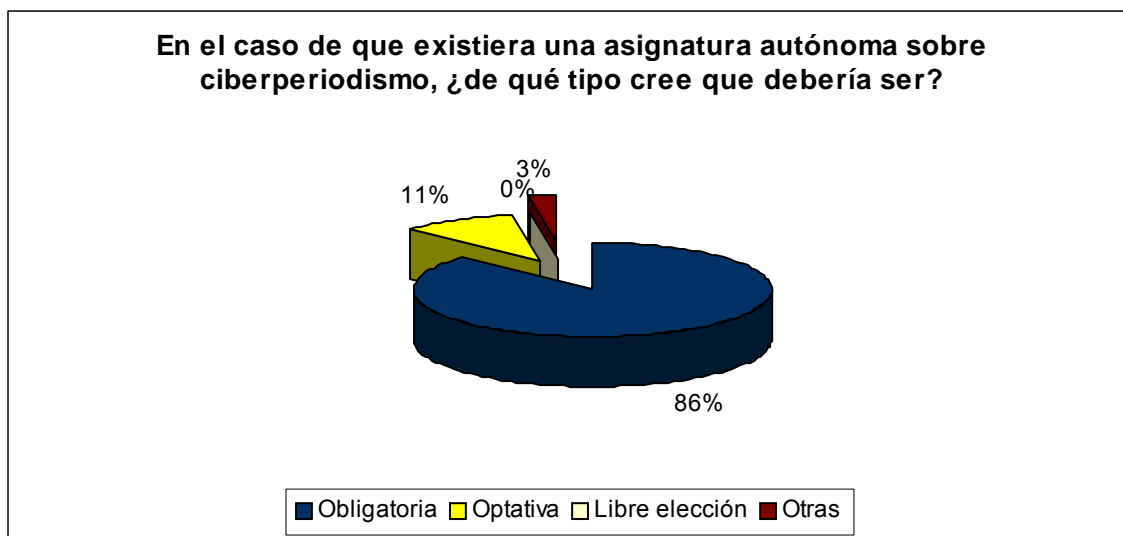
David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, introduce un interesante comentario en torno a la anterior discusión entre “una asignatura o más de una” sobre ciberperiodismo. “Sería un error considerar el ciberperiodismo como un todo. Incluso en la actualidad ya hay distintos tipos de ciberperiodismo y, a corto plazo, esta tendencia se va a consolidar. Desde mi punto de vista, las diferencias entre el modelo de negocio de la generación ciberperiodística de los pioneros y el del ciberperiodismo móvil es de tal magnitud que justifica que la asignatura se imparta desdoblada a lo largo de varios cursos”. En definitiva, la propuesta de Parra exige la existencia de más de una materia sobre las diferentes “dimensiones” del periodismo on-line distribuidas a lo largo de los diferentes cursos de la licenciatura.

Junto al 78% de encuestados que se muestran partidarios de más de una asignatura, encontramos un 22% que consideran suficiente la existencia de una única materia.

Valor académico de las asignaturas de ciberperiodismo

Con relación al valor académico que debería poseer la asignatura (o las asignaturas) de ciberperiodismo, los docentes e investigadores coinciden en señalar que debería de ser de carácter obligatorio. Un 86% de los encuestados se muestra partidario de esta opción; mientras que un 11% cree que la mejor

opción es que fuera optativa. La primera opción, es decir, el carácter obligatorio de la materia de ciberperiodismo garantizaría que, al menos, todos los estudiantes cursarían a lo largo de la carrera una materia sobre este tema.



(Fuente: Elaboración propia).

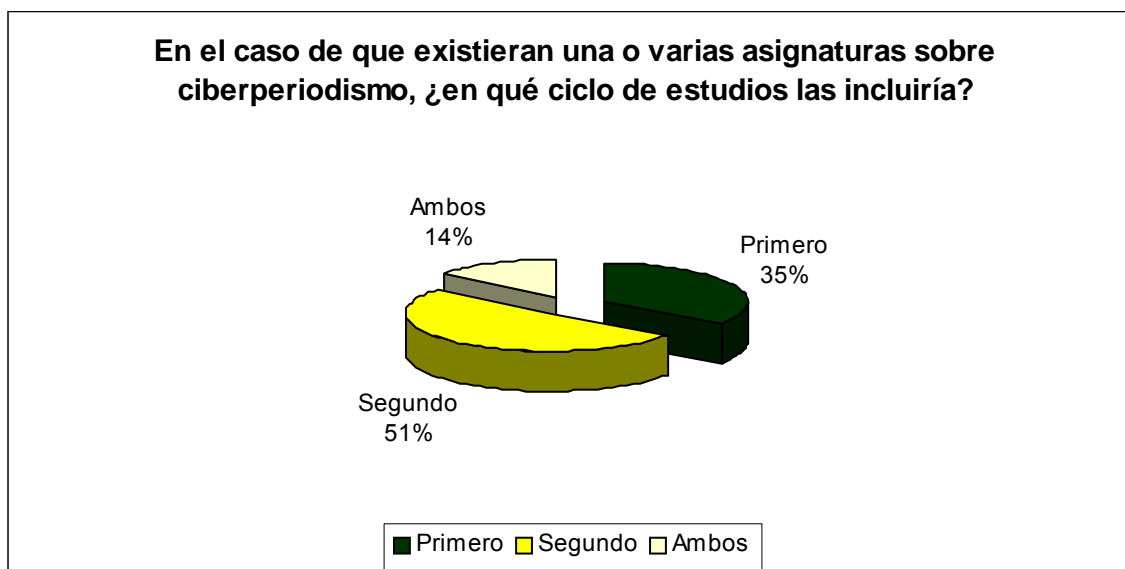
En este sentido, (Ver: Parte VI - Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas 'de' periodismo on-line, apartado: "Tipo de asignaturas: Valor académico"), se puede observar que de las materias que existen en las licenciaturas de Periodismo dedicadas exclusivamente al periodismo on-line, un 40% son optativas y un 10% del libre elección. Este dato significa que no existe ninguna garantía de que los alumnos vayan a cursar estas materias. En conclusión, podemos afirmar que, en el caso de que la inclusión de una o varias materias sobre ciberperiodismo en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo se considerase como una necesidad (independientemente, si se optará por un enfoque basado en materias autónomas o mixtos – asignaturas más tratamiento transversal), éstas deberían ser de carácter obligatorio.

Con relación al tipo de materia más apropiada para la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio en las licenciaturas de Periodismo, Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, propone la existencia de una materia de carácter obligatorio (que serviría de introducción al ciberperiodismo)

y, al mismo tiempo, diversas asignaturas optativas de carácter temático (redacción ciberperiodística, diseño ciberperiodístico, etc.) que permitieran a los estudiantes profundizar en diferentes áreas de trabajo vinculadas con el ciberperiodismo y, simultáneamente, les ofrecería la posibilidad ir especializándose en determinados campos o facetas de este campo. Guillermo López de la Universidad de Valencia presenta un planteamiento muy próximo al de Salaverría. Para Guillermo López, se debe contar con una asignatura específica, pero además esto debe complementarse con su estudio en relación con asignaturas genéricas (por ejemplo, “Teoría y Tecnología de la comunicación escrita”, “Géneros informativos e interpretativos”, etc.), así como con asignaturas que planteen una aproximación más general a la comunicación digital (López alude a dos materias existentes en la Universidad de Valencia que responden a este planteamiento: “Introducción al multimedia” e “Internet para comunicadores”).

Ciclo de estudios y curso

Junto al número de asignaturas de ciberperiodismo que tendrían que incluirse en los planes de estudio (una o más de una) y el tipo de las mismas (obligatorias, optativas o de libre elección), es necesario reflexionar sobre el ciclo de estudios y el curso de la licenciatura en que estas deberían incluirse.

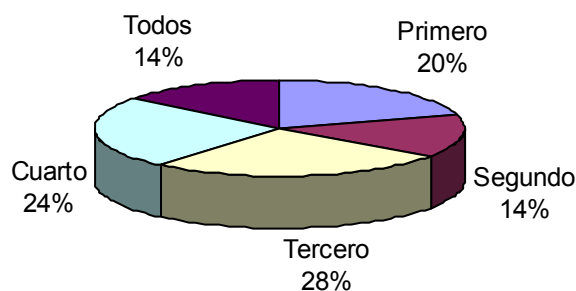


(Fuente: Elaboración propia).

Ente sentido, un 51% de los encuestados cree más oportuno que éstas se incluyan en segundo ciclo; mientras que un 35% se muestra partidario de su inclusión en los dos primeros años de licenciatura. Por su parte, un 14% considera que estas materias se tendrían que incluir tanto en el primer como en el segundo ciclo de estudios.

En el caso de los cursos, un 20% considera el primer año de estudio como el más apropiado para la inclusión de una asignatura sobre ciberperiodismo; un 14%, el segundo año; un 28%, el tercer año; y un 24% el cuarto año. Además, un 14% cree que debería de existir, al menos, una materia de este tipo en todos los cursos.

En el caso de que el estudio del ciberperiodismo se realizará a través de una materia autónoma, ¿en qué curso de la licenciatura cree que debería impartirse?



■ Primero ■ Segundo ■ Tercero ■ Cuarto ■ Todos

(Fuente: Elaboración propia).

Koldo Meso, de la Universidad del País Vasco, considera que “como planteamiento transversal, el ciberperiodismo se debería de insertar en otras asignaturas desde el primer curso de la licenciatura. Como materia autónoma, se debería incluir desde primer ciclo, pero quizás insistiendo con más fuerza en el segundo”.

José María Perceval, de la Universidad Autónoma de Barcelona, cree que el segundo año de carrera es el más apropiado para la inclusión de una asignatura de ciberperiodismo. No obstante, Perceval cree que esta materia debe de ir precedida de una asignatura (en el primer año de carrera) de introducción a las nuevas tecnologías y una serie de prácticas en el manejo de redes y de herramientas de software (como: navegación por Internet, principios básicos de selección de información, creación de sitios web, creación y gestión de weblogs, etc.).

Jaime Alonso, de la Universidad de Murcia, considera que en el caso de existir una materia sobre ciberperiodismo, ésta tendría que incluirse en el último curso de licenciatura para “cuando los alumnos hayan adquirido las destrezas y competencias del periodismo ‘tradicional’”. Por su parte, José Pereira, de la

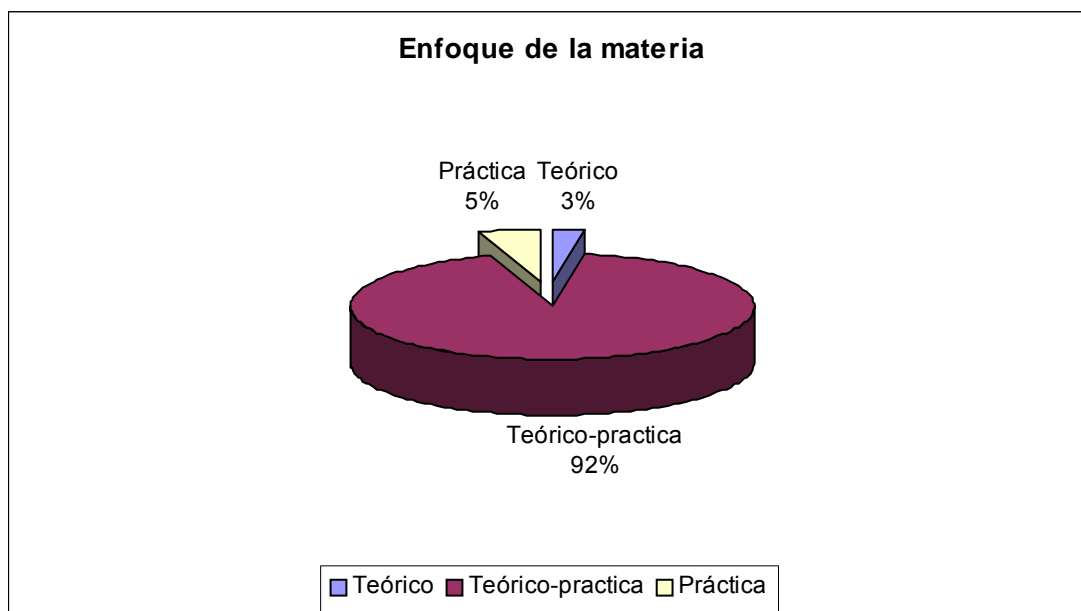
Universidad de Santiago de Compostela, apuesta por un modelo basado en una especialidad de “Ciberperiodismo” que se impartiera en el segundo ciclo de los estudios de Periodismo. Se trataría de un conjunto de materias vinculadas con el periodismo on-line que se incluirían en el tercer y cuarto año de carrera. Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, propone una línea de trabajo cercana a la planteada por Alonso, considerando el segundo ciclo como el mejor para la inclusión de una materia sobre ciberperiodismo y apuntando la posibilidad de que el estudio del mismo se realizará en el marco de cursos de postgrado.

David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, afirma que “antes de adentrarse en la realidad del ciberperiodismo un alumno debe conocer cuál ha sido la relación del binomio prensa escrita/tecnología tomando como punto de partida la innovación de Gutenberg y la evolución habida tanto en los sistemas de composición como de impresión. Creo que no se puede comprender el ciberperiodismo si antes no se ha estudiado lo que supuso el videotex; y éste difícilmente será entendible si con anterioridad no se ha reflexionado sobre fenómenos como el offset o la fotocomposición”.

Manuel López, de la Universidad Autónoma de Barcelona, considera que en todos los cursos de la licenciatura debe de estar presente el ciberperiodismo en el marco de alguna asignatura. Concha Edo, de la Universidad Complutense de Madrid, coincide con el planteamiento de López de incluir en más de un curso las materias sobre ciberperiodismo y apunta, por otro lado, la necesidad de establecer un plan de prácticas interrelacionadas entre las diferentes materias de manera que se puedan cubrir con mayores garantías las habilidades prácticas que demanda el ciberperiodismo.

La importancia de un enfoque teórico-práctico

Los investigadores y docentes consultados en el marco de la presente investigación coinciden en señalar que un enfoque teórico-práctico es el más apropiado para una materia sobre ciberperiodismo. Tan sólo un 3% juzga oportuno un planteamiento basado exclusivamente en el estudio de contenidos teóricos; mientras que un 5% opina que el planteamiento debería de ser meramente práctico. En este sentido, parece evidente que el diseño de una materia dedicada exclusivamente al estudio del ciberperiodismo debe aglutinar tanto aspectos teóricos como habilidades de índole práctica.



(Fuente: Elaboración propia).

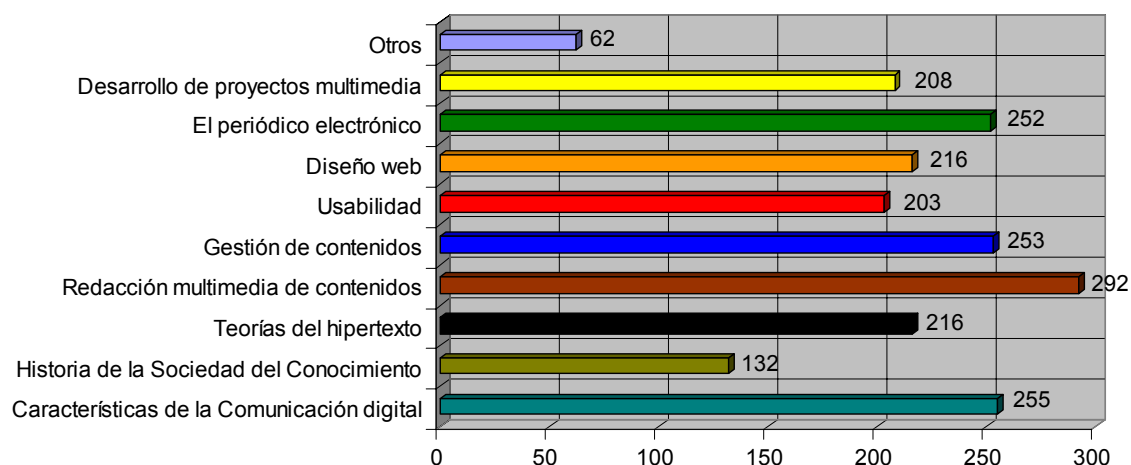
Temario: Definiendo un programa de estudios

La definición del temario para una materia de ciberperiodismo es, junto a los puntos anteriores, uno de los aspectos fundamentales. No obstante, el contenido del mismo dependerá de diferentes aspectos, como: si se trata de una o varias asignaturas o si se decide optar por un enfoque mixto (transversalidad junto a materias de ciberperiodismo). En el primer caso, se podría, por ejemplo, diferenciar entre una asignatura de “Introducción al ciberperiodismo” y otras que profundizarán en otros temas relacionados. En el segundo caso, la existencia de un enfoque mixto permitiría hacer especial énfasis en algunos aspectos (temas) dejando que otros fueron cubiertos de manera transversal en otras materias del plan de estudios.

A continuación, se presenta un gráfico que muestra una propuesta de 10 grandes temas (derivados del estudio de las asignaturas “de” ciberperiodismo existentes en España) jerarquizados según la importancia que los docentes e investigadores le han otorgado. Estos han ordenado del 1 al 10 los temas, del más al menos importante. Los temas propuestos son los siguientes:

- **Características de la Comunicación digital**
- **Historia de la Sociedad del conocimiento**
- **Teorías del hipertexto**
- **Redacción multimedia de contenidos**
- **Gestión de contenidos**
- **Usabilidad**
- **Diseño web**
- **El periódico electrónico: características y modelos**
- **Desarrollo de proyectos multimedia**
- **Otros**

Temario para una asignatura de ciberperiodismo



(Fuente: Elaboración propia).

A partir del análisis de los datos, se puede afirmar que los docentes e investigadores consultados consideran que los temas relacionados, por este orden, con la “Redacción multimedia de contenidos”, las “Características de la Comunicación digital” y la “Gestión contenidos”, son los más importantes en el marco de una materia sobre ciberperiodismo. Seguidamente, “El Periódico electrónico: características y modelos”, el “Diseño web” y las “Teorías del hipertexto” son las áreas temáticas que han sido consideradas de mayor importancia. Por último, el “Desarrollo de proyectos multimedia”, la “Usabilidad”, la “Historia de la Sociedad del conocimiento” y, por último, “Otros temas”, son, por este orden, las que cerrarían el listado de grandes temas dentro de una materia de ciberperiodismo. Según la valoración de los docentes e investigadores, el temario de la asignatura sería el siguiente:

PROPUESTA DE TEMARIO
Jerarquización de las grandes área temáticas
Redacción multimedia de contenidos
Características de la Comunicación digital
Gestión contenidos
El periódico electrónico: características y modelos
Teorías del hipertexto
Diseño web
Desarrollo de proyectos multimedia
Usabilidad
Historia de la Sociedad del Conocimiento
Otros temas

En el apartado de “Otros temas”, Myriam Redondo, de la Universidad Carlos III de Madrid, incluye las “Fuentes digitales”. David Lavilla, de la Universidad Camilo José Cela de Madrid, propone como otros temas: “Empresa informativa virtual”, “Comercio electrónico”, “E-marketing” y “Publicidad on-line”. Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, señala como otros posibles temas el “Marketing interactivo”, “Investigación comercial” y los “CRM”. Por último, entre las propuestas de otros temas, Javier Díaz Noci hace referencia a la “Gestión de los derechos de autor” y a la “Ética en las redes”.

David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona, considera que las temas relativos a “Características de la Comunicación digital”, “Historia de la Sociedad del conocimiento”, “Teorías del hipertexto”, “Usabilidad” y “Diseño web”, deberían haberse explicado previamente en otras materias del plan de estudio. En este sentido, Domingo añade que, en el caso de una materia de ciberperiodismo, se tendrían que tratar, pero aplicados al periodismo y no desde un enfoque general. Por otro lado, este mismo docente plantea que en lugar de “El periódico electrónico”, este apartado se denominara “Los medios digitales”.

La propuesta resulta de gran interés en la medida en que permite el estudio de “todos” los medios on-line, superando la tendencia a concebir el “periódico electrónico” como el único o principal “representante” del ciberperiodismo. Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, coincide en cierto modo con el planteamiento de David Domingo y opina que los temas “Desarrollo de proyectos multimedia”, “Historia de la Sociedad del Conocimiento” y “Características de la Comunicación digital” tendrían que ser objeto de estudio en otras asignaturas y no en el marco de una materia de ciberperiodismo. Si bien Scolari los califica de “temas importantes”, considera que su ubicación en otras materias permitiría llevar a cabo un tratamiento más profundo de los mismos, por un lado; y diseñar un temario para la asignatura más centrado en las cuestiones específicas del ciberperiodismo, por otro. Guillermo López, de la Universidad de Valencia, se mantiene también en esta línea y considera que los temas “Características de la Comunicación digital”, “Teorías del hipertexto” y “Historia de la Sociedad del conocimiento”, podrían tratarse en el marco de otras materias.

Jaime Alonso, de la Universidad de Murcia, considera que entre los aspectos que ha de aprender el ciberperiodista se encuentran los siguientes: a) Disposición de los contenidos en la página: texto, imagen y sonido. Más que saber construir páginas, lo idóneo es que los futuros profesionales adquieran las destrezas necesarias para saber dilucidar cómo y por qué la colocación de unos elementos puede conllevar la mejora de la comprensión y sentido del mensaje periodístico. b) Implementación de los modos de interactividad: cómo desarrollan los diarios digitales las potencialidades de interacción con los usuarios y entre estos: charlas con personajes invitados mediante foros, chat entre usuarios, comunicación de los usuarios con los profesionales del medio, etcétera. En definitiva, Alonso considera que ha de reforzar el análisis de sitios web periodísticos, más que la construcción de los mismos. Se trataría de dotar al alumno de un conocimiento “técnico” basado en el análisis de los diarios digitales, no en la construcción de los mismos.

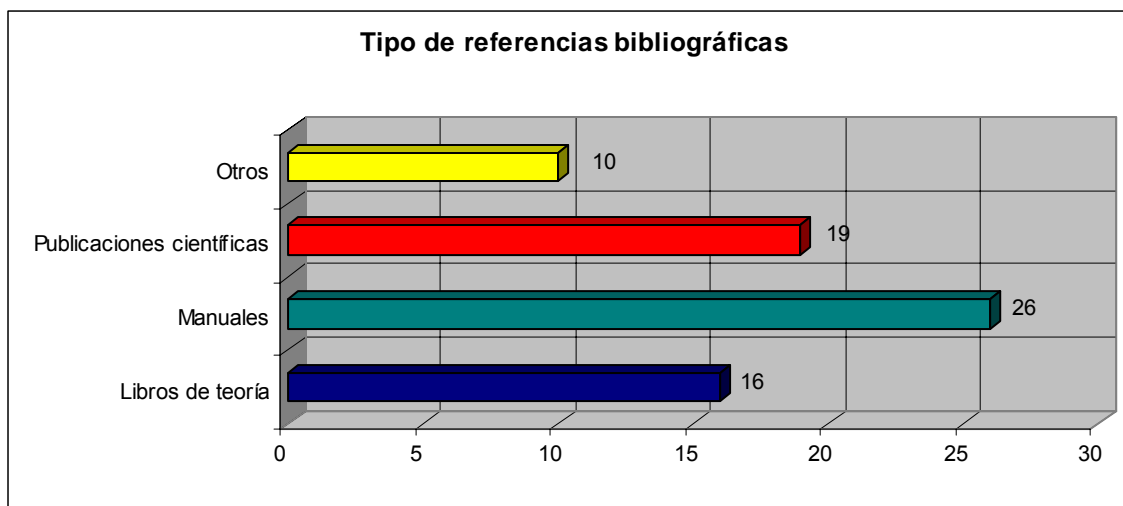
Referencias bibliográficas: Del papel a la WWW

Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría critican, en su *Manual de Redacción Ciberperiodística*, la falta de materiales de estudio adaptados a las necesidades de la enseñanza del ciberperiodismo. “El urgente desarrollo universitario de las asignaturas relacionadas con el ciberperiodismo necesita contar con materiales bibliográficos que las respalden. Y, hoy por hoy, esos materiales apenas existen; no ya sólo en la Universidad hispana, sino en cualquier parte del mundo”²⁵⁵. Junto a la escasez de este tipo de recursos, es necesario reflexionar en torno al tipo de referencias bibliográficas que predominan en el conjunto de materias que actualmente trabajan el tema del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo españolas.

El estudio del conjunto de materias dedicadas exclusivamente al ciberperiodismo que existen actualmente en las licenciaturas de Periodismo de España (Ver: “Análisis de contenido: Título de la asignatura” en la Parte VI - Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas ‘de’ periodismo on-line) permite constatar que un 64% de ellas únicamente incorporan en sus respectivos programas referencias a libros en soporte papel. Este aspecto revela un dato preocupante en el panorama actual de la enseñanza del ciberperiodismo en España: Apenas se han incorporado referencias a materiales multimedia (disponibles en Internet o en algún soporte físico, como: Cd-Rom, DVD, etc.) y a artículos on-line. El acelerado ritmo de transformación y el hecho de que se encuentre en su etapa inicial de desarrollo hacen que este tipo de materiales sean de gran importancia en la medida que recogen los últimos cambios, aportes y reflexiones sobre el tema. El proceso de redacción, edición, publicación y distribución de un libro impreso hace que, en el momento, de su consulta, muchas ideas o planteamientos hayan quedado obsoletos. Por ejemplo, Bella Palomo, de la Universidad de Murcia, resalta este

²⁵⁵ DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003. P. 18.

aspecto y destaca la importancia de las referencias a materiales on-line “por reflejar la realidad actual y saltarse el lento proceso de editarlo en papel”.



(Fuente: Elaboración propia).

Desde el punto de vista de los investigadores y docentes consultados, el tipo de material bibliográfico que consideran más importante en una materia sobre ciberperiodismo son los manuales. Posteriormente, las referencias a publicaciones científicas son las más valoradas. Seguidamente, los libros de teoría se consideran de utilidad. Por último, los docentes e investigadores destacan la importancia de “otro” tipo de materiales.

David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili, considera que la teoría general sobre ciberperiodismo tendría que impartirse en el marco de otra materia. Para este docente, una asignatura sobre ciberperiodismo ha de presentar una “teoría aplicada, basada en la experiencia real de los profesionales”.

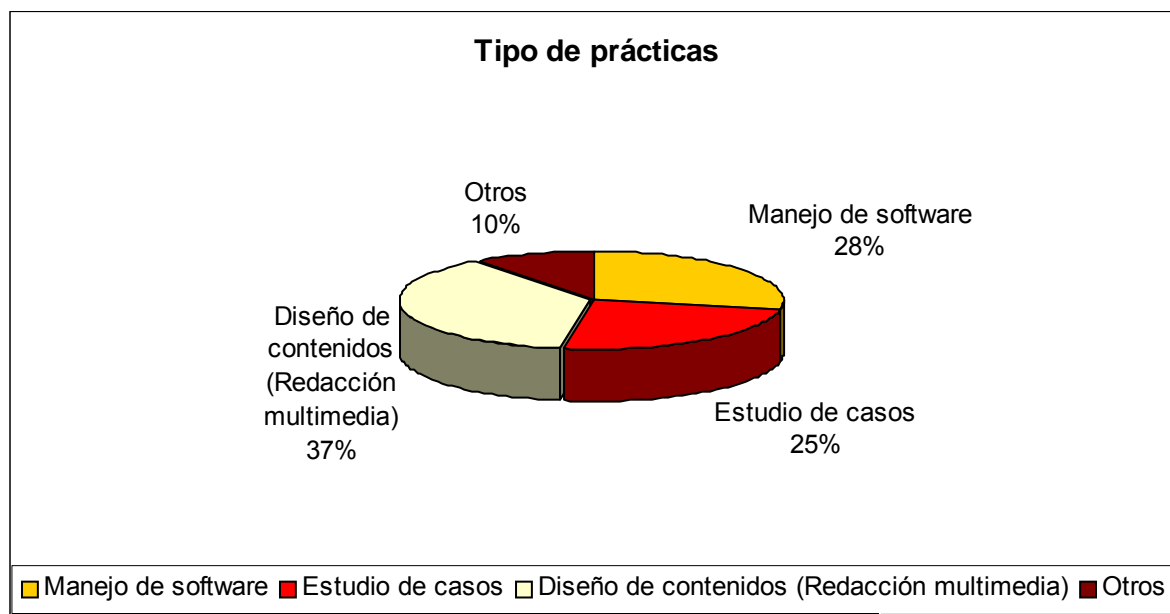
Por su parte, y con relación a los “otros” tipos de referencias y/o materiales considerados por los docentes como de interés, David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, destaca la importancia de los “ciberperiódicos” y weblogs como productos informativos que podrían ser concebidos como material de consulta por los estudiantes. Lourdes Martínez, de la Universidad de Murcia, coincide con David Parra y hace hincapié en la valía que poseen los “propios

recursos de la Red, como páginas personales de expertos, páginas de organismos e instituciones que se dedican al estudio del periodismo en la Red, blogs específicos de la materia, etc.". En esta misma línea, Pedro A. Rojo, de la Universidad de Murcia, hace referencia al uso de "casos prácticos", es decir, referencias a iniciativas de ciberperiodismo de diferente índole que se encuentren disponibles en la Red.

Tipología de prácticas

A partir del estudio de los programas correspondientes a las 17 asignaturas que en España se dedican de manera exclusiva al estudio del ciberperiodismo, es posible afirmar que existe una tipología de prácticas muy variadas con relación al ciberperiodismo (Ver: “Enfoque de las asignaturas: Teoría/ Práctica”, en la Parte VI - Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas ‘de’ periodismo on-line). Concretamente, del análisis de estos programas se desprende que las prácticas relacionadas con la búsqueda de fuentes y recursos informativos en la Red son las más numerosas (con un 25% de presencia respecto al total de prácticas planteadas). Seguidamente, se encuentran las prácticas basadas en el estudio de casos, es decir, aquellas que se dedican al análisis detallado de iniciativas y proyectos reales relacionados con el área de estudio. Las prácticas dedicadas a la creación de materiales multimedia informativos ocupan la tercera posición. Con un 17% se sitúan las ejercitaciones consistentes en la ideación, conceptualización y desarrollo de un proyecto multimedia interactivo. La creación de weblogs supone un 7% entre el conjunto de prácticas que se llevan a término en el marco de estas asignaturas. Por último, con un 3% se encuentran las prácticas centradas en el uso de software para diseño web y los ejercicios consistentes en participar en chats o foros.

Partiendo de los porcentajes anteriores, que esbozan el panorama actual de las materias dedicadas específicamente al estudio del ciberperiodismo, resulta necesario conocer cuáles son para los docentes e investigadores consultados el tipo de prácticas más apropiadas para el aprendizaje del ciberperiodismo. Este aspecto permitirá comparar el estado actual de la enseñanza del periodismo on-line con las demandas que se realizan desde el ámbito académico.



(Fuente: Elaboración propia).

Según los docentes e investigadores, las prácticas centradas en el diseño de contenidos, esto es, aquellas que tiene como finalidad que el estudiante elabore mensajes periodísticos aprovechando las posibilidades de Internet, son las que poseen mayor importancia (con un 37%). Al hablar de “diseño” se alude a un amplio proceso que abarca desde la concepción del mensaje hasta su materialización en textos, imágenes, sonidos, etc. En definitiva, se trata de un proceso que va más allá de la escritura con palabras para pasar a una escritura con palabras, sonidos, imágenes, etc. Del mismo modo, el diseño de contenidos abarca la tarea de diseñar la “arquitectura” de los documentos informativos, que encuentran en el hipertexto una nueva estructura organizacional de los contenidos. En este sentido, Roberto Pérez, de la Universidad SEK de Segovia, propone prácticas que trabajen en torno a la arquitectura de la información y el guión multimedia. Se trata de un aspecto crucial en la planificación de los mensajes ciberperiodísticos. Por tanto, estaría dentro de las prácticas de diseño de contenidos (redacción multimedia).

Xavier Ribes, de la Universidad Autónoma de Barcelona, propone como practica el diseño de contenidos a partir del estudio de casos. De este modo,

los estudiantes desarrollan contenidos adaptados a las posibilidades de la red de redes, pero partiendo del estudio de iniciativas reales de medios on-line.

El 28% considera que las prácticas basadas en el manejo de software son las más importantes; mientras que un 25% valora los estudios de casos como el tipo de práctica ideal en el marco de una asignatura de ciberperiodismo. Por último, un 10% apuesta por otro tipo de prácticas.

Respecto al manejo de software, David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, considera que el estudiante debe de adquirir conocimientos a nivel de usuario de los programas y nunca pretender que adquiera el nivel de un técnico informático. Por su parte, David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili, señala que la definición de proyectos informativos destinados al ámbito multimedia constituye un tipo de práctica de gran provecho en la formación de los estudiantes.

A partir de los anteriores datos, a continuación, se presenta una tabla comparativa entre las prácticas que predominan en las asignaturas que actualmente existen en España dedicadas exclusivamente al ciberperiodismo y las prácticas que, desde el ámbito académico, se consideran como más útiles y provechosas en la formación de los estudiantes.

En las siguientes columnas aparecen los objetivos ordenados, según su % de presencia en los programas de las 17 materias de periodismo (columna de la izquierda), y en función de la importancia que le han concedido los docentes e investigadores encuestados (columna de la derecha).

TIPOLOGÍA DE PRÁCTICAS	
Asignaturas actuales de ciberperiodismo	Punto de vista de docentes e investigadores sobre las prácticas más apropiadas
Documentación	Diseño de contenidos (Redacción multimedia)
Estudio de casos	Manejo de software
Creación de materiales multimedia informativos	Estudio de casos
Proyectos multimedia informativos	Otras

Prácticamente, la tipología de prácticas que predominan en los programas de las 17 materias sobre ciberperiodismo que se imparten en España coinciden con aquellas que los docentes e investigadores consideran más importante. El principal punto de discrepancia vendría dado por la falta de prácticas sobre manejo de software que apenas se trabaja en las materias que se imparten actualmente.

Conclusiones

La investigación “La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España” partía de la siguiente hipótesis: “En el campo del periodismo electrónico español no se ha alcanzado, por el momento, un consenso entre periodistas, investigadores y docentes en torno a las directrices (en cuanto a contenidos, objetivos y metodologías didácticas) que han de regir la inclusión curricular del ciberperiodismo”.

En este sentido y con relación a ella, es posible afirmar que el estudio de los programas de las materias seleccionadas, las consultas a profesionales, docentes e investigadores, y la lectura de las principales referencias bibliográficas sobre ciberperiodismo, permiten constatar que la hipótesis se cumple, esto es, que la enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo españolas carece de unas líneas directrices claras y consensuadas que respondan a un temario, unos objetivos y una metodología, entre otros aspectos, diseñados para formar a los futuros profesionales de la Comunicación en el ámbito del ciberperiodismo.

Los resultados a alcanzar por la presente tesis se pueden sintetizar en tres grandes puntos:

- Elaborar un diagnóstico del estado actual de los estudios de ciberperiodismo a nivel de las licenciaturas de Periodismo de España.
- Elaborar un perfil del profesional del ciberperiodismo: competencias, habilidades, etc.
- Elaborar un conjunto de recomendaciones y sugerencias orientadas a actualizar los estudios sobre periodismo en Internet para responder a las exigencias del siglo XXI.

A continuación, se presentan, clasificadas por bloques o apartados temáticos, las conclusiones generales derivadas de la presente investigación. Se trata de inferencias, resultados y recomendaciones relacionados con el estado actual de

la enseñanza del ciberperiodismo y con su inclusión curricular que se han obtenido a partir del análisis detallado de la bibliografía consultada; de los programas de las materias seleccionadas; de las entrevistas y los cuestionarios a los periodistas y los docentes y los investigadores consultados. Del mismo modo, se presenta un perfil del profesional del ciberperiodismo. La inclusión de este contenido se ha realizado tras considerar pertinente recuperar las conclusiones derivadas de cada uno de los capítulos del estudio para ofrecer, de manera clara y sintética, los resultados obtenidos en cada uno de ellos.

Por último, es necesario señalar que la investigación “La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España” ha de concebirse como un humilde aporte en el campo de las investigaciones sobre ciberperiodismo. Por ello, si bien el desarrollo de la investigación ha permitido cubrir los tres grandes objetivos planteados inicialmente, durante el desarrollo de la misma se han detectado posibles vías para la ampliación del estudio que, sin duda, podrían ser objeto de futuras investigaciones.

El ciberperiodismo: Un campo nuevo y en continuo cambio

El ciberperiodismo, que en el marco de la investigación se ha definido como “el uso del medio digital (Internet u otras redes telemáticas) y de las posibilidades del mismo en la creación, distribución y almacenamiento de mensajes periodísticos”, se encuentra todavía sumido en una fase inicial, que algunos autores han denominado como la etapa “incunable” de esta nueva manera de hacer periodismo. (Ver: Parte II: Introducción: El ciberperiodismo). Este aspecto viene a justificar la ausencia de iniciativas innovadoras en el terreno ciberperiodístico que exploten las posibilidades del medio on-line, al tiempo que explica otras carencias vinculadas con este ámbito profesional. Del mismo modo, la “juventud” del periodismo on-line y las consecuencias que se derivan de este estadio de evolución del ciberperiodismo constituyen uno de los principales óbices a superar en la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.

Más allá del estado evolución en que se sitúa el ciberperiodismo, los autores coinciden en reconocer las amplias posibilidades de esta nueva forma de hacer periodismo, que vienen dadas básicamente por las características del medio on-line. Se trata, en definitiva, de siete grandes atributos del ciberperiodismo:

Inmediatez (y ubicuidad)
Multimedia
Personalización
Interactividad
Narrativa hipertextual
Gran capacidad documental
Virtualidad

La convergencia de todas estas posibilidades en solo medio inaugura una serie de posibilidades informativas no presentes (al menos, de manera conjunta) en ningún otro de los medios de comunicación actuales. Este aspecto ha contribuido a cubrir al ciberperiodismo de grandes expectativas, al tiempo que ha puesto de manifiesto la incapacidad o el desinterés por aunar todas estas posibilidades de manera eficiente desde el punto de vista comunicativo. En definitiva, el ciberperiodismo plantea una serie de retos —entendidos como interrogantes a resolver en aras de articular un periodismo on-line dotado de una identidad propia en el escenario comunicativo actual. En el marco de la presente investigación, estos retos se han concretado en 10 grandes hitos:

<u>Reto 01. Etapa actual:</u> Superar un periodo de transición, experimentación y exploración
<u>Reto 02. Nuevas rutinas productivas:</u> Definir y aplicar nuevos modelos de producción de los mensajes periodísticos
<u>Reto 03. Redacción ciberperiodística:</u> Determinar las características de una escritura periodística adaptada a la Red
<u>Reto 04. Prestigio y credibilidad:</u> Necesidad de crear informaciones on-line de calidad
<u>Reto 05. Nuevos productos periodísticos on-line:</u> Crear nuevos servicios informativos adaptados a la Red
<u>Reto 06. Ciberperiodismo y mercado:</u> La exigencia de establecer las bases de un modelo de negocio rentable
<u>Reto 07. Periodista digital:</u> La necesidad de definir el perfil del profesional del ciberperiodismo
<u>Reto 08. La figura del lecto-autor:</u> Definir estrategias para un nuevo tipo de usuario
<u>Reto 09. El ciberperiodismo en la universidad:</u> Diseñar una serie de recomendaciones para introducir la enseñanza del ciberperiodismo en la Universidad
<u>Reto 10. Aspectos jurídicos:</u> Importancia de solucionar los interrogantes legales que introduce el ciberperiodismo

El ciberperiodista: El perfil del profesional del periodismo on-line

En el capítulo de la Tesis dedicado al estudio del ciberperiodista (Ver Parte III: El ciberperiodista: El perfil del profesional del periodismo on-line) se reflexiona en torno al perfil del profesional del periodismo on-line. En este sentido, se presenta un recorrido por las definiciones que, desde 1996 hasta el 2005, diferentes investigadores, docentes y profesionales han realizado sobre el ciberperiodista.

El estudio comparativo permite afirmar que la concepción del ciberperiodista ha evolucionado desde un periodista “orquesta” (dotado de amplios conocimientos informáticos y capaz de producir mensajes informativos de diferente naturaleza: textual, audiovisual, sonora, etc.) a un periodista ducho en la gestión de ingentes cantidades de información de todo tipo y, al mismo tiempo, capaz de extraer el máximo provecho de Internet como fuente informativa. El perfil del profesional del ciberperiodismo se aproxima a la figura de un orientador o filtro que ya no sólo produce mensajes informativos sino que también participa en la selección y filtro de los mismos. Partiendo de la anterior reflexión y a partir de los comentarios de los docentes e investigadores que han participado con sus aportes en la investigación, se esbozó la siguiente definición del profesional del periodismo on-line:

El ciberperiodista es un profesional de la información periodística que:

- a) Trabaja en los cibermedios.
- b) Conoce las características de la cultura-red.
- c) Produce información (especialmente, en tiempo real).
- d) Utiliza los recursos informativos existentes en las redes telemáticas.
- e) Conoce y utiliza herramientas técnicas en la producción de mensajes informativos.
- f) Elabora mensajes adaptados a las características y posibilidades del medio on-line.
- g) Gestiona grandes cantidades de información.

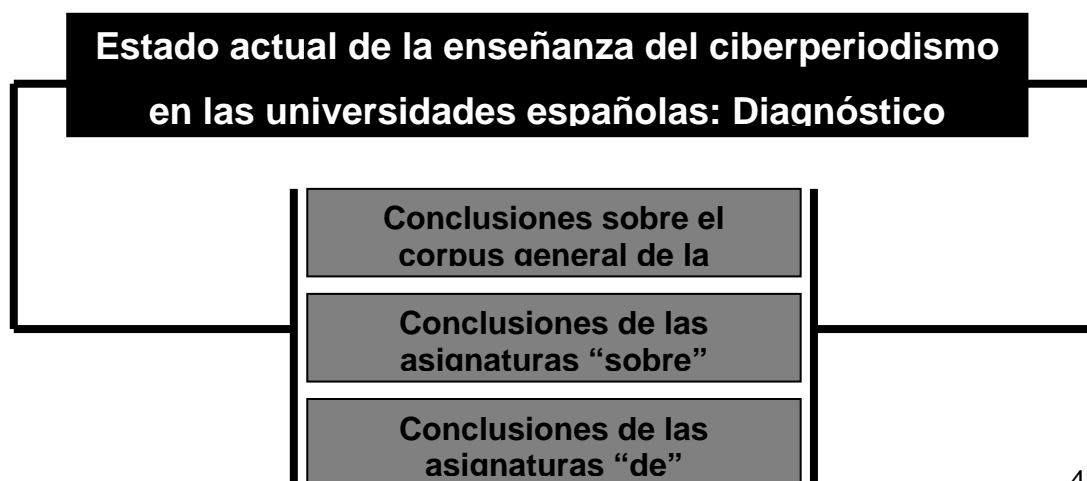
- h) Posee capacidad creativa y de innovación.
- i) Conoce como interactuar con otros periodistas, usuarios, fuentes, etc. a través de las redes telemáticas.

Esta definición resulta de gran utilidad para el estudio del estado actual del ciberperiodismo y, al mismo tiempo, para el diseño de las líneas directrices que han de marcar la inclusión curricular del periodismo on-line.

Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo en las universidades españolas: Diagnóstico general

En este apartado se recogen las conclusiones derivadas del análisis de los 109 programas estudiados en el marco del trabajo, así como de la información obtenida de la consulta de las referencias bibliográficas seleccionadas.

El objetivo de este capítulo de la Tesis doctoral es el de presentar un panorama general del estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo en las universidades españolas. Con el objetivo de facilitar la presentación de las conclusiones, éstas se han clasificado en cuatro grandes bloques o apartados. En primer lugar, se presentan las conclusiones derivadas del análisis de los 109 programas seleccionados, es decir, del conjunto de asignaturas que tienen algún tipo de relación (directa o indirecta) con el estudio del ciberperiodismo. En segundo lugar, se presentan el conjunto de conclusiones correspondientes al grupo de materias que dedican algunos de los apartados de sus temarios al estudio del ciberperiodismo. A continuación, se recogen las conclusiones correspondientes a las 17 materias que se centran de forma exclusiva en la enseñanza del periodismo on-line. Por último, se han reunido las reflexiones “generales”, esto es, aquellas aplicables al conjunto de los programas que conforman el corpus de la investigación. Se trata también de recomendaciones sobre la incorporación del periodismo en Internet en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.



Conclusiones sobre el corpus general de la investigación

A continuación, se presentan las conclusiones derivadas del análisis de los 109 programas seleccionados, es decir, del conjunto de asignaturas que tienen algún tipo de relación (directa o indirecta) con el estudio del periodismo en Internet. Este conjunto de conclusiones se presentan agrupadas por áreas temáticas o items clasificatorios que ayudan a clarificar la presentación de estos datos. Se trata, en todos los casos, de afirmaciones derivadas del estudio que se presenta detallado en la Parte IV de la presente Tesis doctoral (Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo I: Universidades y Asignaturas).

TIPOLOGÍA DE MATERIAS SOBRE CIBERPERIODISMO

- **La enseñanza del ciberperiodismo: escasa y dispersa.** Se puede afirmar, como primera conclusión, que el estudio del ciberperiodismo es escaso. La investigación permite afirmar que el porcentaje de materias que componen actualmente los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo de las universidades españolas constituyen un 7% del total de asignaturas ofertadas. Este 7%, que corresponde a las 109 materias seleccionadas como corpus de análisis de esta investigación, está formado por materias con marcadas diferencias con relación al estudio del periodismo digital.
- **Tres grandes grupos de materias relacionadas con el ciberperiodismo.** De las 109 asignaturas seleccionadas, un 40% tratan el tema del periodismo electrónico. Sin embargo, el enfoque y el grado de presencia del ciberperiodismo en los temarios de tales materias varía, pudiéndose definir tres grandes grupos de asignaturas: Las que se dedican de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico, las que dedican algún apartado de su temario a este tema y, por último, aquellas que, sin hacer referencia en ningún momento al periodismo digital, tratan temas estrechamente

vinculados con el ciberperiodismo o con la formación del llamado periodista digital.

- **Materias cercanas o afines al ciberperiodismo: El grupo más numeroso:** Un 60% de las asignaturas estudiadas tratan temas que se podrían considerar “cercanos” o “afines” al área del ciberperiodismo, pero que no se centran en este ámbito. Sin embargo, los contenidos trabajados en estas materias se pueden considerar de gran utilidad para la formación de los futuros periodistas digitales.

- **Materias que dedican algún apartado al ciberperiodismo: El periodismo on-line como un apartado más del programa:** Un 25% de las materias seleccionadas dedica sólo algún apartado (tema, capítulo, etc.) de su programa al estudio del periodismo electrónico. Se trata de asignaturas de diferentes áreas temáticas que han incluido el estudio del periodismo digital en sus temarios. En este sentido, la presencia del ciberperiodismo en los programas de estas asignaturas es reducida y, en muchos casos, se limita a un capítulo o tema del mismo.

- **Materias “de” ciberperiodismo: Dedicación exclusiva al estudio del periodismo on-line.** El número de materias que se insertan en cada uno de estos grupos presenta cifras muy diferentes. Un 21% de las materias se dedica al estudio del periodismo electrónico. Se trata de asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del ciberperiodismo. En este sentido, son materias que incluyen entre sus objetivos aspectos tales como: lograr que el estudiante comprenda las características y el alcance del fenómeno conocido como periodismo digital, estudiar los orígenes y evolución de esta forma de periodismo, desarrollar ejercitaciones en torno a la creación de mensajes adaptados a las posibilidades del medio digital, practicar con las rutinas de producción que introduce el periodismo en Internet, etc. En total, en el conjunto de las 26 universidades españolas analizadas, sólo se han

detectado 17 materias dedicadas exclusivamente al tema del ciberperiodismo.

ÁREAS TEMÁTICAS

- **Cuatro grandes grupos: Periodismo electrónico, Redacción, Tecnología de la Información y Desarrollo de Proyectos Multimedia.** La clasificación por áreas temáticas de las diferentes materias estudiadas revela que existen cuatro grupos en los que la inclusión del periodismo electrónico como parte del temario es mayor. No obstante, cabe señalar que no se trata de asignaturas dedicadas de forma exclusiva al estudio del periodismo electrónico sino que, en muchos casos, sólo se estudia este tema de forma transversal. Estos grupos son los correspondientes a las materias de Periodismo electrónico, Redacción, Tecnología de la Información y Desarrollo de Proyectos Multimedia. De las 109 asignaturas analizadas y con relación a estas cuatro grandes áreas temáticas, se pueden extraer los siguientes porcentajes:

- Las asignaturas dedicadas al Periodismo electrónico constituyen un 14% del total.
- De las materias de Redacción, un 13% de ellas están vinculadas con el estudio del periodismo digital.
- En el área de Tecnología de la información se sitúa un 13% de asignaturas que trabajan este tema.
- Entre los cuatro grupos con mayor número de materias vinculadas al ciberperiodismo, se encuentran las relativas al Desarrollo de proyectos multimedia que constituyen un 10% del total.

- **Asignaturas de Redacción: El diario electrónico como objeto de estudio.** Las asignaturas del área que se ha definido como Redacción

suelen dedicar solamente alguno de sus apartados al periodismo electrónico. Básicamente, el temario de estas materias, en los que al estudio del ciberperiodismo se refiere, se caracterizan otorgar un papel protagonista al estudio del diario electrónico (sus características, evolución, distribución de elementos en la página, tipo de servicios, etc.). Aunque son materias en las que predomina el componente práctico, apenas incluyen ejercitaciones vinculadas con la denominada redacción “ciberperiodística”.

- **Asignaturas de Tecnologías de la información: El estudio del componente tecnológico.** Las asignaturas de Tecnología de la Información se centran, desde un punto de vista técnico, en el tema de Internet y su funcionamiento. No obstante, apenas trabajan los aspectos vinculados con el periodismo digital. Son, en definitiva, materias centradas en el estudio de las nuevas herramientas tecnológicas y sus posibles aplicaciones en el terreno de la comunicación.

- **Asignaturas de Desarrollo de proyectos multimedia: Fases para la creación de un proyecto multimedia (comunicativo o no).** El grupo de materias relacionadas con el Desarrollo de proyectos multimedia se centran en la explicación de las diferentes fases que preceden a la creación de un producto multimedia. Del mismo modo, dedican alguno de sus apartados al estudio de las características de este tipo de productos. Sin embargo, no siempre se analizan sus posibilidades dentro del terreno de la comunicación, es decir, no existe un esfuerzo por adaptar este tipo de contenidos a las demandas y necesidades de los profesionales de la comunicación.

- **Asignaturas de Producción Periodística: Una dedicación escasa al estudio del ciberperiodismo.** Aunque no forman parte de los cuatro grupos anteriores, es necesario hacer alusión a las materias de Producción Periodística (que constituyen un 7% del total de las 109 materias estudiadas). Esta área, que se centran en el estudio de las técnicas y los

procesos de materialización de los productos informativos en diferentes soportes y medios de comunicación, debería tener un papel destacado en la incorporación de las nuevas rutinas de producción que inaugura la Red en el trabajo del periodista digital. Sin embargo, a partir del presente estudio se ha constatado que apenas han incorporado a sus temarios aspectos ligados a la producción de los contenidos periodísticos en los medios electrónicos.

- **Asignaturas de documentación: El uso (correcto) de Internet como fuente de información.** El estudio ha permitido constatar la importancia de las materias del área de Documentación (que constituyen un 6% del total de las 109 materias estudiadas) en la formación del periodista digital. Este grupo de materias dedican gran parte de sus temarios al estudio de las posibilidades de Internet como fuente de información (soportes de información digital, el ciclo de la información electrónica, características y estructura de bases de datos on-line, herramientas para la búsqueda de información en Internet, evaluación de recursos informativos electrónicos, etc.) y, por ello, juegan un papel decisivo en la formación de los periodistas digitales.

TEORÍA – PRÁCTICA

- **Enfoque de la materia: Predominio del planteamiento teórico-práctico.** Del análisis de las 109 asignaturas que componen el corpus de análisis de la investigación, el número de materias que combinan la teoría con la práctica supera ampliamente a aquellas que presentan únicamente un planteamiento teórico. En total, un 86% de las materias analizadas presenta una parte teórica y otra de índole práctica. Únicamente, un 14% del conjunto de las asignaturas posee un planteamiento exclusivamente teórico. Ninguna materia de la muestra seleccionada presenta un enfoque exclusivamente práctico.

TIPO DE ASIGNATURAS: VALOR ACADÉMICO Y CICLO DE ESTUDIOS

Tipología de las materias: Presencia destacada de las asignaturas troncales. Del conjunto de 109 materias que conforman el corpus de la investigación, un 63% son asignaturas que con total seguridad cursarán los futuros periodistas (ya que se trata de materias obligatorias o troncales). De ellas, un 48% son asignaturas troncales y un 15% son materias obligatorias. De las 109 materias, un 37% son materias que el estudiante deberá escoger y, por tanto, dependerá de su elección que curse unas u otras asignaturas. Se trata de las materias de libre elección y de optativas. En este caso, no es posible garantizar que el estudiante vaya a seguir unas en concreto. No obstante, es importante tener presente que este conjunto de conclusiones están relacionadas con el corpus general de las asignaturas analizadas y, por tanto, se trata de datos derivados del estudio de materias dedicadas exclusivamente al ciberperiodismo, pero también de aquellas que sólo le dedican un apartado o que tratan temas afines.

- **El estudio del ciberperiodismo: Un asunto de segundo ciclo.** Un 61% de las 109 materias seleccionadas se imparten en el segundo ciclo de las licenciaturas de Periodismo. Este dato revela que el grueso de asignaturas vinculadas con el periodismo electrónico se sitúan en los dos últimos años de la Licenciatura de Periodismo y, por tanto, cuando el estudiante llega a ellas ya posee una base de conocimientos sobre temas como: Redacción, Estructura de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Teorías de la Comunicación o Tecnología de la Comunicación. Del mismo modo, de este dato se deriva una segunda conclusión y es que los estudiantes no tienen un contacto amplio con los aspectos ligados al periodismo electrónico hasta los últimos años de carrera.

REFERENCIA AL CIBERPERIODISMO EN LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO

- **Presencia del ciberperiodismo en los programas: Más de la mitad (un 62%) de las asignaturas analizadas no hace ninguna referencia directa.**

La mayor o menor importancia que el periodismo digital posee en los programas de las 109 asignaturas seleccionadas se observa también en la inclusión o no de referencias a este tema en el apartado de síntesis o resumen del contenido que aparece en los programas de las materias. De las 109 asignaturas, en un 62% de los casos no se realiza ninguna alusión al periodismo electrónico en este apartado. Por su parte, este tipo de referencias sí que aparecen en el 38% de las materias analizadas, en las que el ciberperiodismo aparece de forma directa como uno de los temas de interés dentro del programa de la asignatura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Bibliografía en ‘soporte papel’: Sólo un 20% de referencias a recursos digitales.** Respecto a las referencias bibliográficas de las 109 asignaturas seleccionadas, tanto de la bibliografía básica como de la complementaria, el análisis demuestra que el 80% de ellas solo se incluyen libros en soporte papel. Aunque todas las materias poseen algún tipo de vínculo temático con la denominada “digitalización”, sólo un 20% de éstas incorpora recursos digitales (Cd-Rom, sitios web, etc.) como material de estudio.

Conclusiones de las asignaturas “sobre” ciberperiodismo

A continuación, se presentan las conclusiones derivadas del análisis de las materias del corpus de análisis que dedican algún apartado al ciberperiodismo. Este conjunto de conclusiones se presentan agrupadas por áreas temáticas que ayudan a clarificar la presentación de los datos. Se trata, en todos los casos, de afirmaciones derivadas del estudio que se presenta detallado en la Parte V de la presente Tesis doctoral (Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo II: Asignaturas que tratan parcialmente el tema del ciberperiodismo”.

ÁREAS TEMÁTICAS

- **Cuatro grandes áreas temáticas: Redacción, Tecnología de la información, Producción Periodística, Diseño web y Desarrollo de Proyectos multimedia.** Del total de la muestra de 109 asignaturas analizada, un 25% se pueden definir como asignaturas que dedican parte de su temario al ciberperiodismo. Se trata de asignaturas que, si bien no se centran de forma exclusiva en el estudio del periodismo digital, sí que dedican alguno de sus capítulos a este tema. En este grupo es posible diferenciar cuatro áreas temáticas como las que más protagonismo otorgan al estudio del periodismo electrónico. Se trata, por este orden, de las materias de:
 - Redacción (36%).
 - Tecnología de la información (19%).
 - Producción periodística (15%).
 - Diseño web (11%).
 - Desarrollo de proyectos multimedia (7%).

- **Asignaturas de Redacción: Materias que más tratan el tema del ciberperiodismo.** En el caso de las materias que se han incluido en el grupo de “asignaturas que tratan parcialmente el tema del periodismo digital”, las materias del área de Redacción, esto es, aquellas que se

dedican al estudio de los géneros periodísticos informativos e interpretativos (noticia, entrevista, crónica y reportaje), son las que han incorporado en mayor medida el tema del ciberperiodismo en sus temarios. Los temas, relacionados con el ciberperiodismo, que predominan en las materias de esta área son los siguientes: Nuevas tecnologías y comunicación, Redacción on-line, El periódico electrónico, Géneros periodísticos en la Red, Hipertexto y mensajes periodísticos, Organización de una redacción electrónica y El perfil del periodista digital.

- **Asignaturas de Tecnología de la información: El estudio del ciberperiodismo desde un planteamiento teórico.** Las materias enmarcadas en el ámbito de Tecnología de la información se caracterizan por centrarse en el estudio de las posibilidades técnicas de las nuevas herramientas tecnológicas que aparecen en el campo de la comunicación. En general, este grupo de materias dedican apartados de su temario al estudio del periodismo electrónico desde un planteamiento teórico. Los temas, relacionados con el ciberperiodismo, que predominan en las materias de esta área son los siguientes: Organización de una redacción electrónica, Internet y comunicación, nuevas tecnologías y aspectos legales, el periódico electrónico, la radio y la televisión digital, y el perfil del periodista digital.

- **Análisis comparativo de temarios: Repetición y solapamiento de los contenidos tratados.** La investigación permite constatar que entre las materias del área de Redacción y las de Tecnología de la información, se solapan algunos temas. Además, en estos casos, no se observa ninguna variación en el enfoque de las asignaturas. Los temas que aparecen repetidos con mayor frecuencia en los temarios de las asignaturas de ambas áreas son los siguientes:

- d) Redacción electrónica: Estudio de la organización propia de una redacción de un diario electrónico, así como de las rutinas de producción que se aplican en ella.
- e) Periódico electrónico: Análisis de los antecedentes, modelos y posibilidades que introduce el periódico digital.
- f) Periodista electrónico: Estudio del perfil profesional, así como de las nuevas funciones que deberá asumir el profesional del ciberperiodismo.

El estudio permite concluir, entre otros aspectos, que todavía no existe un consenso a la hora de decidir qué tipos de materias de los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo deben encargarse de tratar el conjunto de temas vinculados con el periodismo digital. En el caso de que se considerase que debieran trabajarse en materias de ambas áreas, no se aprecia una diferenciación en el tipo de contenidos expuestos, ya que son exactamente los mismos (especialmente, al referirse a los tres grandes temas señalados anteriormente).

- **Asignaturas de Producción periodística: Escasa dedicación al estudio del ciberperiodismo.** Las asignaturas de este bloque correspondientes al área de Producción periodística, que son un 15% del conjunto de materias que dedican algún apartado al estudio del periodismo electrónico, apenas han empezado a incorporar el estudio del ciberperiodismo en sus respectivos temarios. Estas asignaturas, que se centran en el estudio de las técnicas, las estrategias y las rutinas de producción de los mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación, deberían dar cabida en sus programas al conjunto de cambios que afectan a los procesos de producción de la información. Además, su papel es crucial en la medida en que se trata de una materia que está presente en la mayoría de planes de estudio de Periodismo. Los temas más trabajados en el apartado dedicado al periodismo electrónico dentro del conjunto de materias de Producción periodística son los siguientes: Internet y comunicación, organización de una

redacción electrónica, nuevos productos informativos y prensa escrita versus prensa electrónica. Faltaría, pues, incidir en las rutinas de producción de los mensajes ciberperiodísticos.

- **Asignaturas de Diseño web: Aprendizaje de manejo software aplicado al periodismo.** Del análisis de las materias de este grupo, es decir, aquellas que dedican algún apartado al estudio del ciberperiodismo, se deriva también que un 11% de las mismas, que se enmarcan en el área temática definida como Diseño web, complementan el aprendizaje de nuevas herramientas de software con aspectos periodísticos. Por ejemplo, la mayoría de estas materias encargan a sus estudiantes como trabajo de curso la elaboración de sitios web informativos. Son materias que si bien incluyen en sus programas el estudio de programas e instrumentos informáticos, lo hacen siempre desde un enfoque periodístico. Los temas predominantes en este conjunto de asignaturas son los siguientes: Prensa escrita versus prensa electrónica, Teoría del hipertexto, Arquitecturas de la información y Creación de sitios web. En definitiva, es posible afirmar que el diseño web posee un gran protagonismo en los programas de estas materias. Sin embargo, con relación al estudio del periodismo electrónico, no es suficiente con aprender desde un punto de vista técnico diferentes herramientas de software. En este sentido, se presenta también como necesario dotar los estudiantes de una formación que relacione los aspectos derivados del diseño web con la comunicación, es decir, con el ámbito del ciberperiodismo.
- **Asignaturas de Desarrollo de proyectos multimedia: Pautas para la elaboración de proyectos de índole informativa.** Las materias centradas en el Desarrollo de proyectos multimedia suponen un 7% del total de las asignaturas estudiadas. Al igual que sucede con las materias del anterior grupo (Diseño web), éstas presentan un enfoque en el que se prima el

aspecto comunicativo. Además, cabe señalar que este conjunto de asignaturas están vinculadas con las de Diseño web. No obstante, no se limitan a la creación de sitios web sino que el interés se centra en el estudio de todos los aspectos ligados a la ideación, la conceptualización, la especificación, el desarrollo y la evaluación de un proyecto multimedia interactivo con finalidad informativa. En este sentido, no se pretende únicamente que el alumno adquiera conocimientos de índole instrumental sino que se tiende a priorizar la capacidad del mismo para concebir y supervisar el desarrollo global de un proyecto multimedia comunicativo.

TEORÍA – PRÁCTICA

- **Predominio del enfoque teórico – práctico: Un 83% de las materias combinan la teoría y la práctica.** Dentro del grupo de materias que dedican alguno de sus apartados al estudio del periodismo electrónico, se observa un incremento de las asignaturas que poseen un enfoque teórico- práctico. Concretamente, un 83% de las asignaturas que conforman este grupo combinan teoría y práctica; mientras que un 17% son teóricas.
- **Pocas prácticas de ciberperiodismo: Amplia variedad de ejercicios, pero poco adaptados al periodismo on-line.** Las prácticas que se realizan en estas materias destacan por la variedad de ejercicios planteados. Sin embargo, las prácticas relacionadas con el periodismo electrónico son muy pocas. Básicamente, los ejercicios que se plantean son los siguientes: Búsqueda de información en Internet, Redacción de mensajes periodísticos para un diario electrónico, Participación en foros de discusión, Creación y mantenimiento de weblogs, Búsqueda de información en Internet, Creación y diseño de un sitio web informativo y concepción de proyectos multimedia de índole informativa. Existen prácticas que se repiten en diferentes áreas, como, por ejemplo, la creación y mantenimiento de weblogs o la búsqueda de recursos on-line. En ambos casos, es posible defender su aplicación e

una u otra área, ya que no se trata de ejercicios exclusivos de una de ellas y, en función del enfoque, pueden adaptarse a los objetivos del programa de varias de éstas. Las materias de Producción periodística de este grupo apenas presentan prácticas vinculadas con el ciberperiodismo. Este aspecto resulta llamativo ya que la producción periodística debería otorgar un especial énfasis a la ejercitación de los estudiantes en las nuevas pautas de trabajo y rutinas de producción que introduce el multimedia.

TIPO DE ASIGNATURAS: VALOR ACADÉMICO Y CICLO DE ESTUDIO

- **Tipología de materias: Predominio de las materias troncales.** De las 109 asignaturas analizadas, las materias que tratan parcialmente el tema del periodismo electrónico son, en un 62% de los casos, asignaturas troncales y, en el 19%, se trata de optativas. En este sentido, el hecho de que el mayor porcentaje de estas materias, que dedican alguno de sus apartados al estudio del periodismo electrónico, sean troncales garantiza que los estudiantes las cursaran a lo largo de la carrera.
- **El estudio del ciberperiodismo: Un asunto de segundo ciclo.** Con relación a la distribución de las materias por ciclos, es posible afirmar que en el segundo ciclo se concentra un 70% de las materias correspondientes a este apartado de la investigación. De ellas, un 30% corresponden a tercer año de carrera; mientras que un 40% son del cuarto año. De estas cifras se deriva que el tratamiento del periodismo electrónico está centrado básicamente en materias de los dos últimos años de la licenciatura, es decir, en el segundo ciclo de los estudios.

REFERENCIA AL CIBERPERIODISMO EN LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO

- **Más de la mitad hacen referencia al ciberperiodismo: Un 58% de las materias aluden en sus programas al periodismo on-line.** En el caso de

las materias que dedican algún capítulo o tema de su programa al periodismo electrónico, más de la mitad (58%) hacen referencia en su presentación al ciberperiodismo. En este sentido, se constata un incremento de la atención prestada a este campo si comparamos este porcentaje con el porcentaje de materias (un 38%) del capítulo anterior, es decir, del total de las 109 asignaturas que componen el corpus de análisis.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Bibliografía en 'soporte papel': Sólo un 15% de referencias a recursos digitales.** El análisis del material bibliográfico que se incluye en los programas de este conjunto de asignaturas evidencia que el uso y/o recomendación de materiales multimedia o las referencias a sitios web es, por el momento, muy reducido. Únicamente, un 15% de estas materias incluyen en sus respectivos programas este tipo de materiales; mientras que el 85% restante no lo hace. Además, en la mayoría de casos suelen limitarse a sitios web y no incorporan ningún producto multimedia entre las referencias recomendadas a los estudiantes.

Conclusiones de las asignaturas “de” ciberperiodismo

A continuación, se presentan las conclusiones derivadas del análisis de las materias del corpus de análisis que se dedican de manera exclusiva al estudio del ciberperiodismo. Este conjunto de conclusiones se presentan agrupadas por áreas temáticas o clasificatorias que ayudan a clarificar la presentación de estos datos. Se trata, en todos los casos, de afirmaciones derivadas del estudio que se presenta detallado en la Parte VI de la presente Tesis doctoral (Estado actual de la enseñanza del ciberperiodismo III: Asignaturas ‘de’ periodismo on-line).

TIPOLOGÍA DE MATERIAS SOBRE CIBERPERIODISMO

- **Asignaturas “de” ciberperiodismo: En España sólo existen 17 materias dedicadas al estudio del periodismo on-line.** En las licenciaturas de Periodismo de las universidades españolas, existen un total de 17 materias dedicadas de manera exclusiva al estudio del periodismo digital. Teniendo en cuenta que se han estudiado las asignaturas de 26 universidades, se aprecia que la incorporación del ciberperiodismo a los planes de estudio de Periodismo se encuentra, por el momento, en una fase inicial. En conjunto esta cifra supone un 15% del total de las 109 materias analizadas (que, a su vez, sólo constituyen un 7% del total de asignaturas ofertadas en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo de las 26 universidades seleccionadas para la investigación).

OBJETIVOS DE LAS MATERIAS DE CIBERPERIODISMO

- **Principales objetivos: Analizar la estructura de medios digitales, crear mensajes informativos on-line y aprender rutinas de producción adaptadas a la Red.** Del estudio de las 17 asignaturas que se dedican de forma exclusiva al estudio del ciberperiodismo en España, se desprende que existen tres grandes objetivos: “Analizar los medios de información y servicios multimedia en Internet”, “Crear contenidos informativos on-line” y

“Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción”. El análisis de los medios de información y servicios multimedia en Internet, es decir, el estudio de la estructura de medios digitales, es un objetivo que aparece en el 48% de las materias estudiadas. La creación de contenidos informativos on-line, que se centra básicamente en lograr que el estudiante conozca las posibilidades del medio digital y que las aplique en la creación de mensajes periodísticos, aparece en un 13% de las 17 materias. El aprendizaje de nuevos hábitos informativos y rutinas de producción es otro de los objetivos más frecuentes de las materias de periodismo digital. Este objetivo aparece en un 13% del total de asignaturas.

TEORÍA – PRÁCTICA

- **Enfoque teórico-práctico: Todas las materias combinan la teoría y la práctica.** Las 17 asignaturas que conforman el grupo de materias que se dedican de manera exclusiva al estudio del periodismo electrónico presentan un planteamiento teórico-práctico. En todos los casos, junto al temario teórico, existe un apartado (que constituye un porcentaje elevado de la evaluación final del alumno) dedicado al desarrollo de actividades de diversa índole relacionadas con diferentes aspectos del periodismo electrónico. En este sentido, es posible afirmar que existe un consenso en torno a la idoneidad de combinar teoría y práctica en el marco de este tipo de materias. Este aspecto viene, por tanto, a revelar la importancia del componente práctico dentro de las asignaturas de periodismo digital. No obstante, el análisis del tipo de prácticas realizadas demuestra que existen un amplio abanico de ejercitaciones con un enfoque y una finalidad muy diferente.

- **Predominio de prácticas del ámbito de la Documentación: La importancia de encontrar información válida en la Red.** Las prácticas que predominan, entre las materias que se dedican de forma exclusiva al estudio del ciberperiodismo con un 25% del total, son aquellas centradas en la búsqueda de fuentes y recursos informativos en Internet. Se trataría, por tanto, de ejercicios muy vinculados con el área de documentación y que, entre sus objetivos, realzan la necesidad de dotar a los estudiantes de habilidades en el manejo de la red de redes como fuente informativa.

- **Análisis de experiencias reales: Amplio protagonismo de los estudios de casos.** Los estudios de casos son otro tipo de práctica muy aplicada en las asignaturas de periodismo digital con un 24% del total. Se trata de estudios de casos descriptivos, en los que la atención se centra en descubrir los hechos claves de una situación en su estado o en su desarrollo, y descubrir las relaciones significativas de todos los hechos entre sí. Básicamente, se realizan estudios de casos de sitios web informativos, periódicos electrónicos, weblogs de periodistas, etc.

- **Elaboración de mensajes periodísticos: Presencia destacada de los ejercicios dedicados a la creación de materiales multimedia informativos.** Los ejercicios dedicados a la creación de materiales multimedia informativos ocupan la tercera posición con un 21% del total. Se trata de prácticas en las que los estudiantes deben elaborar mensajes periodísticos adaptando su estructura y contenido al conjunto de posibilidades que introduce Internet (multimedia, interactividad, estructura hipertextual, inclusión de enlaces –internos y externos–, etc.).

- **Presencia reducida de las prácticas sobre la creación de proyectos multimedia informativos: Sólo un 17% de los ejercicios.** Con un 17% del total, se encuentran los ejercicios centrados en la ideación,

conceptualización y desarrollo de proyectos multimedia interactivo con finalidad informativa.

TIPO DE ASIGNATURAS: VALOR ACADÉMICO Y CICLO DE ESTUDIOS

- **Un 40% de las asignaturas de ciberperiodismo son optativas: El alumno decide estudiar o no materias de periodismo on-line.** Entre las 17 materias seleccionadas predominan las asignaturas optativas (un 40% del total) y las troncales (un 30% del total). Este aspecto permite afirmar que, al tratarse de materias opcionales, no existe ninguna garantía de que todos los estudiantes vayan a cursarlas.
- **El periodismo on-line, un asunto de segundo ciclo: Las materias de ciberperiodismo se concentran en los últimos años de la licenciatura.** Las asignaturas de periodismo electrónico se concentran en el segundo ciclo de los estudios de Periodismo. Concretamente, un 83% de ellas se imparten en el tercer o cuarto curso de carrera. En la línea de la reflexión anterior, se puede señalar que los años en que se imparten estas materias son, por orden de importancia: tercer curso (con un 46% de los casos) y cuarto y quinto curso (con un 18% de los casos, respectivamente). De nuevo, por tanto, se confirma el hecho de que los estudiantes contactan en profundidad con el periodismo electrónico, es decir, en el marco de una materia dedicada de forma exclusiva a este tipo de periodismo, en los últimos años de sus estudios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Bibliografía en 'soporte papel': Sólo un 36% de referencias a recursos digitales.** El estudio de las referencias bibliográficas de las materias de periodismo electrónico confirma un dato que a lo largo de la investigación se ha ido constatando: Los programas de las asignaturas de la licenciaturas de Periodismo apenas incluyen materiales multimedia en sus referencias

bibliográficas. En el caso de las 17 asignaturas de periodismo electrónico estudiadas, se observa que un 64% de ellas sólo presentan referencias a libros y/o artículos en soporte papel. Sólo un 36% de este bloque de materias incluyen en sus programas referencias a recursos digitales.

- **Pocas obras del año 2004: Predominio de referencias bibliográficas del 2001.** Con relación a los años, la mayoría de obras incluidas en la bibliografía básica de las asignaturas pertenece a los siguientes años: 2001 (23% del total), 1999 (13% del total), 2000 (12% del total), 2002 (12% del total) y 2003 (11% del total). En general, resulta llamativo que el número de referencias bibliográficas correspondientes a los años 2004 y 2005 sea tan reducido, ya que debido a sus características (objeto de estudio en continua renovación), la cifra de referencias de los últimos años (artículos, actas de congresos, etc.) tendría que ser mayor. Este aspecto puede evidenciar la falta de materiales de calidad o adaptados a la enseñanza en el marco de una licenciatura universitaria.

Principales obstáculos para la inclusión curricular del ciberperiodismo

Tal y como se concluía en el apartado anterior, la presencia del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo españolas es, por el momento, muy reducida. Por señalar un dato, únicamente se han encontrado 17 asignaturas dedicadas de manera exclusiva al estudio del periodismo on-line en el conjunto de las 26 universidades seleccionadas. Si a este dato se añade que un 97% de los docentes e investigadores encuestados considera necesario incorporar el estudio del ciberperiodismo en los planes de estudio en las licenciaturas de Periodismo, es posible afirmar que la inclusión curricular del ciberperiodismo es un importante hito a alcanzar. En este escenario, es necesario plantearse cuáles son las barreras que impiden una mayor presencia del periodismo digital en los estudios de Periodismo. En este sentido, y a modo de conclusión, el análisis de las referencias bibliográficas seleccionadas y el estudio de las reflexiones de los profesionales del mundo académico que han participado en el estudio permiten señalar ocho grandes dificultades (Ver: Parte VII - La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico):

La 'juventud' del ciberperiodismo
Barreras burocráticas
Necesidad de modificar el plan de estudios actual
Rechazo de los docentes
Necesidad de formar docentes
Dificultad de un 'temario' sobre ciberperiodismo
Falta de coordinación entre docentes y asignaturas
Falta de infraestructura técnica

En cada caso, los problemas a superar se concretan en los siguientes aspectos:

- **La 'juventud' del ciberperiodismo:** La concepción de la "revolución digital" que encabeza Internet como un fenómeno excepcional y la juventud de la

red de redes han hecho, según apuntan profesionales, docentes e investigadores, que el ciberperiodismo no haya recibido el reconocimiento que merece en los planes de estudios de las licenciaturas de Periodismo. El carácter “novedoso” que se atribuye a la Red y, por ende, a los medios de comunicación on-line; y la falta de consolidación de estos medios han contribuido a la escasa presencia del periodismo on-line en los currículos. Si bien se trata de un serio problema, es prudente reconocer que realmente nos hayamos ante unos medios sumidos en su etapa inicial de desarrollo y, en muchos aspectos, de una personalidad propia. Como señala Ramón Salaverría: “Las publicaciones de Internet acaban de cumplir su primera década de vida”.

- **Barreras burocráticas:** Las trabas burocráticas, es decir, el conjunto de trámites y gestiones de índole administrativa que se han de cursar para poder materializar alguna transformación en los planes de estudio de cualquier licenciatura constituyen otro de los grandes problemas en el proceso de inclusión curricular del ciberperiodismo. Además, este aspecto sitúa en un plano más favorable a las universidades más pequeñas y, en muchos casos, a los centros privados, ya que en ellas el número y tiempo de las gestiones burocráticas son menores que en las universidades públicas.

- **Necesidad de modificar el plan de estudios actual:** Los docentes e investigadores consideran que la inclusión curricular del ciberperiodismo únicamente puede llevarse a cabo mediante la modificación de los actuales planes de estudio. Esta exigencia choca, por un lado, con el problema de las trabas burocráticas señalado anteriormente y, al mismo tiempo, con la necesidad de diseñar un enfoque de los estudios de ciberperiodismo que vaya más allá de la mera creación de materias aisladas sobre ciberperiodismo. Como se apuntará y tratará más detalladamente en las siguientes páginas del apartado de Conclusiones, la inclusión curricular de los estudios de ciberperiodismo debe realizarse mediante un planteamiento

mixto que combine la aplicación de un enfoque transversal con la creación de materias específicas centradas en el estudio del periodismo on-line. Se trata, por tanto, de un singular y ambicioso reto: rediseñar en su conjunto los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo.

- **Rechazo de los docentes:** La enseñanza del ciberperiodismo requiere de docentes que dominen estos temas. En este sentido del estudio del panorama actual en España y, especialmente, de los comentarios de los profesores e investigadores encuestados, se desprenden un aspecto positivo y otro negativo. El primero alude al incremento del número de docentes e investigadores especializados en ciberperiodismo. El segundo, que constituye uno de los obstáculos a superar, hace referencia a la negativa de muchos docentes de reciclar sus conocimientos y/o ampliarlos a partir de las novedades que introduce el periodismo on-line. En numerosas ocasiones, este aspecto ha desembocado en un rechazo y un menosprecio hacia las nuevas tecnologías de la información.

- **Necesidad de formar docentes:** Relacionado con el punto anterior, se encuentra el reto de preparar profesores en las competencias propias del ciberperiodismo como garantía de una docencia de calidad. Este hito se ha de desarrollar desde una doble perspectiva: Por un lado, es necesaria la incorporación de nuevos docentes y, por otro, resulta crucial “actualizar” los conocimientos de los profesores menos familiarizados con el uso de las nuevas tecnologías de la información. Como apunta Carlos Scolari, de la Universidad de Vic, el primer reto dependerá de la capacidad de las universidades para formar a sus propios investigadores; mientras que la consecución del segundo vendrá dada por la voluntad de los docentes.

- **Dificultad de un ‘temario’ sobre ciberperiodismo:** La tarea de definir un “temario” sobre ciberperiodismo resulta tan necesaria como complicada. David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, señala claramente

las dos grandes dificultades que acompañan a esta tarea: un temario sobre ciberperiodismo se ha de renovar cada año aproximadamente en un 50% y no existe un corpus doctrinal claramente definido en el terreno del periodismo on-line.

- **Falta de coordinación entre docentes y asignaturas:** Los docentes e investigadores coinciden en la pertinencia de aplicar un enfoque mixto (que combine un enfoque transversal con la creación de materias sobre ciberperiodismo). Para lograrlo, se plantea la necesidad de articular un diálogo e intercambio fluido entre docentes de diferentes asignaturas. Este aspecto constituye la mejor garantía para evitar los solapamientos entre las diferentes materias y para asegurar la existencia de una continuidad en la formación de los estudiantes.
- **Falta de infraestructura técnica:** La adquisición de equipos informáticos (tanto de software como hardware) es un requisito imprescindible en la enseñanza del ciberperiodismo. Más allá de la inclusión del estudio de herramientas de software en los planes de estudio, es necesario facilitar, ante todo, el acceso de los estudiantes a la Red, bien para conocer sus características y funcionamiento; bien para acceder a las iniciativas de periodismo on-line que existen actualmente.

En definitiva, se trata de ocho grandes problemas que se han extraído a partir del diálogo con los profesionales, docentes e investigadores. La resolución de los mismos determinará ampliamente el mayor o menor éxito de la inclusión curricular del ciberperiodismo.

Principales cambios en la formación que exige el ciberperiodismo

A partir de los comentarios de los docentes, investigadores y profesionales se han sintetizado en la siguiente tabla los principales cambios que, desde el punto de vista formativo, exige el ciberperiodismo (Ver: Parte VII - La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico):

Cambios en la formación	Desde el ámbito académico
Cambio de mentalidad	Los estudiantes deben de tomar conciencia del alcance de la red de redes desde el punto de vista informativo: las novedades que introduce, los cambios que inaugura respecto a los anteriores sistemas de medios, etc.
Conocimiento de la estructura mediática	Los estudiantes deben conocer las características que definen la estructura de medios que introduce la red: tipología de medios on-line, relaciones entre ellos, etc.
Conocimiento de las posibilidades del nuevo medio	Los estudiantes deben de ser conscientes de las posibilidades informativas que introduce Internet (hipertextualidad, multimedia, interactividad, gran capacidad documental, virtualidad, etc.).
Conocimiento y dominio de Internet	Los estudiantes han de conocer la Red y saber como utilizarla en aras de enriquecer su trabajo periodístico: las posibilidades que ofrece, los servicios que presta a los internautas, etc.
Conocimiento y dominio de las nuevas rutinas de producción	Los estudiantes deben familiarizarse con las nuevas rutinas productivas que inaugura la red de redes, conociendo sus diferentes etapas y ejercitándose en la aplicación de las mismas.
Manejo de las principales herramientas telemáticas	Los estudiantes deben conocer y manejar las principales herramientas vinculadas con su trabajo periodístico. Los docentes e investigadores aluden a software de diseño web, gestión de contenidos, bases de datos, tratamiento de vídeo y audio, de retoque de imágenes, etc. Con relación a este punto, algunos expertos subrayan que,

	<p>en ningún caso, el periodista digital ha de convertirse en un experto en el manejo de estos instrumentos. Según ellos, únicamente debe poseer un conocimiento de las principales herramientas y tener nociones básicas sobre su uso.</p>
<p>Dominio del manejo de fuentes en Internet</p>	<p>Los estudiantes deben conocer las estrategias de búsqueda y consulta de fuentes on-line más eficaces y seguras. En este punto, los expertos hacen especial hincapié en la importancia de que conozcan mecanismos de contraste y verificación de los datos que hallen en la Red.</p>
<p>Capacidad de crear mensajes adaptados a la Red</p>	<p>Los estudiantes, que han de conocer las posibilidades de los diferentes atributos informativos (imagen estática o en movimiento, audio y texto), tendrán que ser capaces de idear mensajes adaptados a las posibilidades de Internet y, especialmente, adaptarse, en muchos casos, a las particularidades del público receptor.</p>
<p>Capacidad de trabajo en equipo</p>	<p>Los estudiantes tendrán que saber organizarse y trabajar en equipo en el desempeño de las diferentes tareas que introducen las rutinas de producción propias del ciberperiodismo.</p>
<p>Capacidad de reciclaje formativo constante</p>	<p>Los estudiantes tendrán que mentalizarse de la importancia de una actualización constante de sus conocimientos debido al acelerado ritmo de cambios que experimenta la Red y, por ende, los instrumentos y servicios vinculados a la misma.</p>

La inserción curricular del ciberperiodismo: Enfoque

Un 97% de los docentes e investigadores consultados en el marco de la presente investigación consideran necesaria la incorporación del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo. Si bien existe un claro consenso en torno a este tema, es necesario determinar la forma de llevar a cabo la inclusión curricular del periodismo on-line (Ver: Parte VII - La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico).

La elección de un planteamiento transversal o de un enfoque basado en asignaturas autónomas sobre ciberperiodismo era una de las principales incógnitas a desvelar en el marco de la presente investigación. En este sentido, un 47% de los académicos consultados considera que un enfoque mixto (asignaturas específicas sobre ciberperiodismo y temas afines más un planteamiento transversal en todo el plan de estudios) constituye la mejor manera de incluir el periodismo on-line en las licenciaturas de Periodismo. Por su parte un 32% apuesta por la transversalidad; mientras que un 21% cree que la creación de asignaturas específicas es la mejor vía.

Principales habilidades y destrezas del ciberperiodista

A partir de las propuestas realizadas por los académicos consultados, las habilidades y destrezas del ciberperiodistas se han dividido en tres grandes áreas (Ver: Parte VII - La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico):

- **Formación intelectual:** El ciberperiodista debe de poseer una sólida formación teórica sobre el periodismo (desde el estudio de la historia de la comunicación a las teorías, estructuras y políticas de comunicación). Concretamente, ha de conocer al detalle los aspectos vinculados con la Sociedad de la Información y, por tanto, con los medios digitales.
- **Formación técnica:** El ciberperiodista debe manejar las principales herramientas técnicas. No se trata únicamente de instrumentos específicos de software. El dominio de la Red (navegación, búsqueda de datos, etc.) es una habilidad muy importante en la formación del futuro periodista digital. En este terreno, y junto a la formación intelectual que se señalaba en el punto anterior, el ciberperiodista deberá de ser capaz de crear mensajes que exploten las posibilidades informativas del soporte on-line. Los expertos inciden en la necesidad de que estos profesionales sepan elaborar contenidos informativos adaptados a la Red.
- **Formación ética:** Los ciberperiodistas, al igual que cualquier otro profesional de la información, tendrán que aplicar en su quehacer diario una serie de criterios éticos y deontológicos. En el caso del ciberperiodismo, aparecen nuevos “riesgos” (como la veracidad de las fuentes on-line, la autoría de las informaciones, entre otros) que exigen de una mayor atención desde el punto de vista de la ética periodística.

Principales objetivos de la enseñanza del ciberperiodismo

El análisis de los objetivos que los docentes e investigadores plantean como prioritarios en la enseñanza del ciberperiodismo permite señalar cinco hitos como los de mayor importancia. Por su proximidad, se han unido dos de estos objetivos en uno solo, bajo el ítem de “Conocer la estructura general de medios digitales”. (Ver: Parte VII - La enseñanza del ciberperiodismo: Propuestas del mundo profesional y académico). Este dato resulta de gran relevancia en el proceso de remodelación de los planes de estudio. Los objetivos señalados como más importantes son los siguientes:

□ **Conocer la estructura general de medios digitales (30%).**

Este objetivo se ha dividido en dos hitos: a) **Conocer la estructura de medios propia de los medios de comunicación de la Sociedad digital (16%)** y b) **Conocer los medios de información y servicios multimedia en Internet (14%)**. En definitiva, se pretende que el estudiante conozca las características de los medios digitales, así como las diferentes relaciones que existen entre ellos en el marco de la estructura general de medios en que se insertan.

□ **Aprender a crear contenidos informativos on-line (24%).**

El alumno ha de ser capaz de aplicar las posibilidades que ofrece el medio on-line en la creación de mensajes informativos. Se trata de diseñar mensajes que exploten las fortalezas de Internet (multimedia, hipertexto, interactividad, etc.) y, al mismo tiempo, adaptar su uso a la lectura en pantalla de los contenidos.

□ **Aprender nuevos hábitos informativos y rutinas de producción (15%).**

La enseñanza del ciberperiodismo debe garantizar que los licenciados conocen y saben aplicar los hábitos y rutinas de producción propias de un medio digital.

□ **Aprender pautas para el manejo y validación de fuentes en Internet (8%).**

El estudiante ha de conocer las características y servicios de la Red y, especialmente, cómo utilizar la red de redes para obtener información de manera rápida y de calidad.

Con relación al aprendizaje de herramientas de software como parte de la enseñanza del ciberperiodismo, un 47% de los docentes e investigadores consultados considera que el grado de conocimiento ha de ser “alto”; mientras que un 24% creen que el nivel de dominio en este campo tiene que ser “muy alto”. Por su parte, un 24% opina que sería suficiente con disponer de un nivel “medio” y un 5% cree que bastaría con que fuese “bajo”.

Sobre el tipo de software, un 42% de los profesores y docentes consultados considera que el ciberperiodista debe conocer y manejar especialmente el software relativo a la gestión de contenidos. El 38% opina que el ciberperiodista tendría que conocer el manejo de software para el diseño y creación de sitios web. Por otro lado, un 14% cree que el aprendizaje de las herramientas de ofimática es más adecuado en una materia sobre ciberperiodismo. Por último, un 6% destaca la importancia de otro tipo de herramientas, como software para el diseño de animaciones interactivas o el tratamiento de vídeo y audio para Internet.

Sin embargo, tanto los académicos como los profesionales insisten en sus reflexiones en que el ciberperiodista no ha de ser un experto en el manejo de herramientas técnicas al mismo nivel que un diseñador web o un informático, por ejemplo. El conocimiento del profesional del ciberperiodismo le ha de permitir conocer los programas, sus posibilidades y sus aplicaciones. De este modo, y en el marco de equipo interdisciplinarios, el ciberperiodista podrá mantener un diálogo más fluido con los especialistas (diseñadores, programadores, etc.) que participen en un mismo proyecto. De la misma manera, el ciberperiodista, que tendrá que velar por la aplicación de un criterio periodístico en este tipo de creaciones informáticas, sabrá hasta dónde puede exigir al resto de profesionales.

Pautas para la creación de una asignatura de ciberperiodismo

Como se señaló anteriormente, un 47% de los académicos se muestra partidario de un enfoque mixto (asignaturas específicas sobre ciberperiodismo y temas afines más un planteamiento transversal en todo el plan de estudios) y un 32% apuesta por la transversalidad en la enseñanza del periodismo on-line. Por su parte, un 21% cree que la creación de asignaturas específicas es la mejor vía para la inclusión curricular del ciberperiodismo. Con relación a estos datos, cabe señalar que, en total, un 68% (47% más el 21%) consideran necesario la existencia de materias sobre ciberperiodismo. Partiendo de este dato, se ha consultado a los docentes e investigadores sobre las características que tendría que presentar una asignatura de ciberperiodismo. A continuación, a modo de conclusión, se presenta los resultados de sus reflexiones²⁵⁶:

PAUTAS PARA LA CREACIÓN DE UNA MATERIA DE CIBERPERIODISMO	
CONCEPTO	RESULTADOS
Número de materias	El 78% se muestra partidario de la existencia de más de una materia; mientras que el 22% cree que sería suficiente con una.
Valor académico	Un 86% cree que el valor académico de la (o las) materia (-s) tendría que ser obligatorio. Un 11% opina que debería de ser optativa. Un 3% se muestra partidario de otras opciones.
Ciclo de estudio	Un 51% cree que, en el caso de que existieran una o varias materias de ciberperiodismo, tendría que insertarse en el segundo ciclo. Un 35% cree que su inclusión se debería realizar en el primer ciclo. Un 14% opina que tendrían que estar presentes en ambos.
Curso	Un 28% situaría la materia de ciberperiodismo en el tercer curso de la licenciatura. Un 24%, en el cuarto curso. Un 20% la colocaría en primer curso. Un 14% la ubicaría en segundo año. Un 14% apuesta por la presencia de una materia en todos los cursos.
Denominación	Un 35% apuesta por la denominación de "Ciberperiodismo". Un 23% cree que la mejor manera de denominar a una materia sobre este

²⁵⁶ Las preguntas sobre las características que debería presentar una materia de ciberperiodismo se han planteado a todos los docentes e investigadores encuestados.

	tema sería “Periodismo en Internet”. Un 23% prefiere otras denominaciones de naturaleza variada y, por tanto, que no se pueden sintetizar bajo un nombre de carácter genérico. Un 19% se decanta por “Periodismo digital”.
Enfoque	Un 92% cree que el mejor enfoque es el teórico-práctico. Un 5% apuesta por un enfoque exclusivamente práctico, y un 3% se decanta por un planteamiento basada únicamente en la teoría.
Material bibliográfico	El material más valorado son los “Manuales”. Posteriormente, los académicos priorizan las “Publicaciones científicas”. A continuación, se sitúan, los “Libros de teoría”. En último lugar, se sitúan otros materiales, como diarios on-line, weblogs, etc.
Tipología de prácticas	Un 37% destaca el “Diseño de contenidos (Redacción multimedia)” como la tipología más importante. Un 28% se decanta por el “Manejo de software”. Un 25% prefiere el “Estudio de casos”. Un 10% destaca la importancia de “Otro tipo de prácticas”, como búsqueda de información, desarrollo de proyectos multimedia, etc.
Áreas temáticas²⁵⁷	Según los académicos consultados, la importancia de los temas de una materia de ciberperiodismo seguiría el siguiente orden: “Redacción multimedia de contenidos”, “Características de la Comunicación digital”, “Gestión contenidos”, “El Periódico electrónico: características y modelos”, “Diseño web”, “Teorías del hipertexto”, “Desarrollo de proyectos multimedia”, “Usabilidad”, “Historia de la Sociedad del conocimiento” y “Otros temas”.

²⁵⁷ Con relación a las áreas temáticas, en el marco de la presente investigación, se ha solicitado a los docentes e investigadores que ordenaran del más al menos importante un total de diez posibles temas (extraídos del estudio de los programas de las materias de ciberperiodismo que conforman el corpus de análisis). En la medida que podrían considerar oportuno la inclusión de alguno que no se encontrara en este listado, se ha incorporado la opción de “Otros temas”.

Recomendaciones para la inclusión curricular del ciberperiodismo

El perfil del profesional del ciberperiodismo

El ciberperiodismo se encuentra en una etapa de transición, cambio o experimentación en la que todavía no es posible establecer con precisión cuáles serán sus características y aplicaciones. Este aspecto justifica, por ejemplo, la dependencia o proximidad con los medios convencionales (analógicos). A ello, se suma el hecho de que la inclusión del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo españolas se encuentra también en su fase inicial de desarrollo. La “juventud” del ciberperiodismo y la falta de un marco teórico de referencia consensuado contribuyen a ello. En este sentido, y partir de la revisión del conjunto de materias seleccionadas (las 109 que componen el corpus general del trabajo y, especialmente, las 17 asignaturas que existen en España dedicadas exclusivamente al estudio del periodismo electrónico) se puede afirmar que entre las diferentes universidades españolas que ofertan la carrera de Periodismo existen importantes diferencias respecto a la enseñanza del ciberperiodismo. Desde universidades que no poseen ninguna materia que aborde este tema hasta centros en los que hay varias asignaturas.

En este contexto, el ciberperiodismo exige, como se ha constatado a lo largo de la presente investigación, una serie de modificaciones que actualicen los planes de estudios con el objetivo de incorporar las demandas formativas de esta nueva forma de hacer periodismo. En primer lugar, cabe señalar que el ciberperiodista es, ante todo, un periodista. Por lo tanto, en su formación (y también en su quehacer profesional) necesita instruirse en otras disciplinas como son la Historia, la Estructura de Comunicación, el Derecho, la Redacción, etc. Aún así, es posible establecer, de forma general, cuál es el perfil del profesional del ciberperiodismo y, por ende, cuáles son las habilidades que debe adquirir.

El ciberperiodista es un profesional de la Comunicación que realiza su trabajo en algún medi on-line y que, por tanto, tiene que conocer las características de este tipo de medios. Por tanto, el licenciado poseerá conocimientos básicos para trabajar en el medio televisivo, el radiofónico, el de la prensa escrita y también en el del ciberperiodismo (Si bien cada estudiante mediante la selección de materias optativas y de libre elección que realice podrá optar por un perfil profesional más específico y centrado en aquellos ámbitos temáticos que le interesen).

Las Facultades de Periodismo han de formar a un profesional que se caracteriza porque:

- Es un profesional que conoce características de la estructura de medios digitales.
- Es un periodista capacitado para producir información en tiempo real (aspecto que introduce amplias diferencias respecto a medios como la prensa escrita o la televisión). En este sentido, presentaría un perfil cercano al periodista radiofónico, capaz de reaccionar de manera rápida en la cobertura informativa de eventos de última hora.
- Es un periodista que no sólo actúa como emisor de mensajes informativos sino que adquiere también los roles de filtro de información y de orientador de los usuarios.
- Es un experto en el manejo de las redes telemáticas, especialmente, Internet. Es capaz de utilizar la Red con fuente de información y como fuente de noticias. Conoce como encontrar, verificar, contrastar, etc, informaciones a través de Internet.

- Es un gestor de información dotado de amplias capacidades para la clasificación, almacenamiento, distribución, etc. de ingentes cantidades de información de diferente naturaleza.
- Es un profesional capaz de generar mensajes informativos adaptados a las características de la red y según las rutinas de producción de los medios on-line.

- Es un profesional familiarizado con las características, aplicaciones y uso de herramientas de software relacionadas con el ciberperiodismo, pero no es un especialista y/o experto en ellas.

- Es un periodista con gran capacidad creativa.

- Es un profesional que conoce y aplica con éxito dinámicas de trabajo en equipo.

- Es un periodista que aplica, de manera constante, en su quehacer diario las posibilidades interactivas del medio on-line.

- Es un profesional abierto a una renovación o reciclaje continuo de conocimientos.

Objetivos de la enseñanza del ciberperiodismo

La inclusión curricular del ciberperiodismo ha de perseguir, entre otros objetivos, el de fomentar el interés de los estudiantes sobre ciberperiodismo y concienciarles sobre el alcance del mismo. Si bien los estudiantes están muy vinculados con el uso de las nuevas tecnologías (son usuarios de Internet, de teléfonos móviles de última generación, de videojuegos, etc.), existen estudios que revelan su desconfianza y sus pocas expectativas en torno a los medios on-line. En este sentido, otra de los hitos a alcanzar en la enseñanza del ciberperiodismo es el de dotar al periodismo on-line de prestigio y credibilidad entre los estudiantes.

Los objetivos que ha de cubrir la formación del ciberperiodista se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

- Que el estudiante conozca la estructura de medios digitales: El alumno ha de conocer el sistema de medios propios de la digitalización, esto es, sus características, sus relaciones, etc. Se trataría estudiar, de la misma manera que se realiza con televisiones, emisoras de radio y diarios, los medios on-line, sus vínculos con medios analógicos o con otros digitales, etc. El estudiante tiene que conocer el entramado de medios que introduce el ciberperiodismo.
- Que el estudiante conozca las características y alcance del ciberperiodismo: Es fundamental una aproximación conceptual al ciberperiodismo y a sus posibilidades. El estudiante debe profundizar en el estudio de los orígenes, la evolución, las iniciativas o proyectos que existen, etc. Del mismo modo, es crucial que conozca las particularidades del ciberperiodismo, especialmente con relación al desarrollo de tareas informativas.
- Que el estudiante adquiera capacidades para la creación de contenidos informativos adaptados al medio on-line: El estudiante tiene que conocer las

pautas a seguir en la creación de mensajes ciberperiodísticos. Del mismo modo que estas cuestiones se trabajan para la televisión, la prensa o la radio, también se han de cubrir en el terreno del periodismo on-line.

- Que el estudiante domine las rutinas de producción de un medio on-line: El estudiante tiene que conocer las diferentes etapas y ritmos de producción propios del proceso de elaboración de mensajes informativos para un medio on-line.

- Que el estudiante posea habilidades en el desarrollo de tareas de documentación centradas en Internet: El estudiante ha de poseer habilidades para el análisis, la recuperación y la difusión de grandes cantidades de información.

- Que el estudiante conozca la tecnología relacionada con el ciberperiodismo: El estudiante ha de conocer los principales instrumentos tecnológicos vinculados con el ámbito del ciberperiodismo. No se trata de que adquiera el nivel de un experto en el uso de estas herramientas sino que conozca sus características y que se familiarice con ellas.

Planteamiento y enfoque de los estudios

La inclusión curricular del ciberperiodismo en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo ha de realizarse desde un planteamiento mixto que combine el enfoque transversal con la existencia de materias autónomas sobre ciberperiodismo.

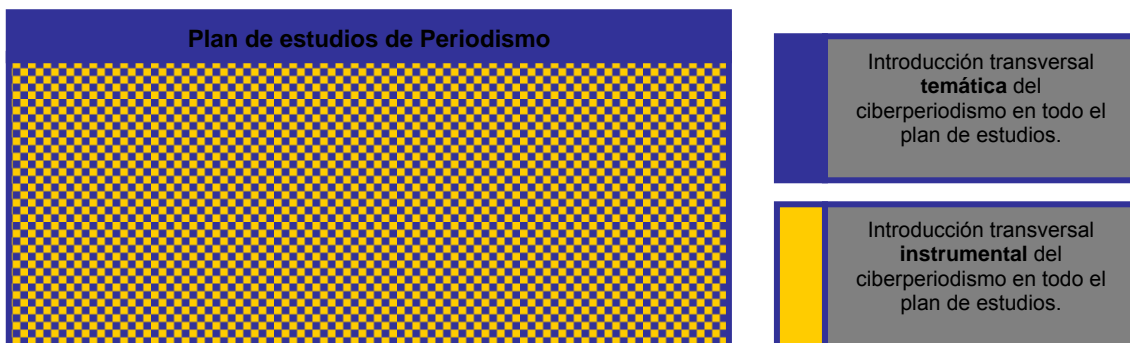
Enfoque transversal

La transversalidad garantiza una formación más integra de los estudiantes al enriquecer la formación recibida en el marco de materias autónomas sobre ciberperiodismo con enfoques desde áreas como la Historia, la Estructura de comunicación, las Políticas de comunicación, el Derecho, el Diseño, etc. Desde este modo, se consigue también otorgar un mayor prestigio y reconocimiento al ciberperiodismo, aspecto que representa, sin duda, uno de los grandes problemas a solucionar en aras de un fortalecimiento del ciberperiodismo en los planes de estudio.

La transversalidad ha de desarrollarse desde dos puntos de vista:

- **Temático:** Tratamiento de temas relacionados con el ciberperiodismo en el conjunto de materias que conforman el plan de estudios de la licenciatura de Periodismo.
- **Instrumental:** Uso de instrumentos, especialmente Internet, vinculados con las tecnologías de la información y la comunicación. Por ejemplo, en el marco de una materia de Historia de la Comunicación, se puede planificar una actividad que consista en la creación y gestión de un weblog sobre un tema del programa de la asignatura de Historia de la Comunicación. De este modo, los estudiantes se familiarizando indirectamente con aspectos propios de las rutinas productivas que caracterizan a los medios on-line (inmediatez, multimedia, etc.). Además, profundizan en el aprendizaje de instrumentos propios de Internet que poseen amplias aplicaciones

informativas. La búsqueda de recursos on-line es otra de las posibles ejercitaciones a desarrollar.



Por un lado, la inclusión transversal temática del ciberperiodismo debe realizarse en todos los cursos de la licenciatura con el objetivo de:

- a) Concienciar a los estudiantes del alcance e importancia del ciberperiodismo.
- b) Conceder u mayor prestigio y credibilidad a los medios on-line.
- c) Facilitar una formación más completa sobre el ciberperiodismo.

Por otro lado, la inclusión transversal de índole instrumental debe realizarse también desde el primer curso de la licenciatura y en el marco del conjunto de asignaturas que conforman el plan de estudios. Básicamente, la introducción de actividades basadas en el uso de herramientas de búsqueda, gestión y publicación de materiales informativos, entre otras posibilidades, se ha de concentrar en el apartado práctico de las materias. Por ejemplo, las asignaturas de producción periodística apenas han incluido el estudio del ciberperiodismo en sus respectivos temarios y, por extensión, no dedican ninguna de las actividades de su parte práctica a la ejercitación de las rutinas de producción de contenidos informativos que introduce Internet en el ejercicio periodístico. Este conjunto de materias deberían otorgar un papel protagonista a los procesos de producción

de los mensajes ciberperiodísticos, familiarizando así a los estudiantes con las rutinas propias del medio on-line.

Los grandes objetivos que persigue la transversalidad desde el punto de vista instrumental son los siguientes:

- a) Contribuir a un fortalecimiento de la alfabetización digital de los estudiantes²⁵⁸.
- b) Facilitar el contacto con herramientas y servicios on-line novedosos, facilitando la actualización de los estudiantes en este campo.

Materias autónomas de ciberperiodismo

La inclusión transversal del ciberperiodismo en los planes de estudio tendría que ir acompañada de la existencia de materias específicas sobre ciberperiodismo. En cierto modo, la inserción curricular del periodismo on-line debería regirse por las mismas pautas que se han aplicado en el enfoque de las materias sobre Televisión, Radio o Prensa, que actualmente existen en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo. En este sentido, debería de existir, al menos, una materia de ciberperiodismo por cada curso de la licenciatura y además el conjunto de asignaturas distribuidas por los diferentes cursos tendría que ser el resultado de un detallado diseño que garantizase la cobertura gradual de un programa completo y que evitara solapamientos. Se trataría de materias obligatorias y/o troncales. Estas materias cubrirían los aspectos generales del ciberperiodismo y, por tanto, garantizarían que el licenciado en Periodismo poseería unos conocimientos básicos en torno al periodismo on-line.

²⁵⁸ La alfabetización digital se entiende como el proceso de utilizar herramientas de tecnología y comunicación digital y redes para acceder, manejar, integrar, crear, evaluar información para poder funcionar en una Sociedad del Conocimiento (Pérez Tornero: 2004).

Del mismo modo, en los cursos de segundo ciclo (tercero y cuarto) se debería ofertar un amplio abanico de materias (optativas o de libre elección) que permitieran al estudiantes profundizar en algún aspecto concreto relacionado con el ciberperiodismo.

Plan de estudios de Periodismo			
Primer curso		Materia de ciberperiodismo (Primer curso)	Primer ciclo
Segundo curso		Materia de ciberperiodismo (Segundo curso)	
Tercer curso	Materias Optativas (Segundo ciclo)	Materia de ciberperiodismo (Segundo curso)	Segundo ciclo
Cuarto curso	Materias de Libre elección (Segundo ciclo)	Materia de ciberperiodismo (Segundo curso)	

Las propuestas de contenidos para las materias obligatorias a incluir por curso son las siguientes²⁵⁹:

CURSO	CONTENIDO DE LA MATERIA
Primer curso	Introducción a las posibilidades de la comunicación digital desde un enfoque múltiple. Estudio del panorama tecnológico de los medios on-line. Aproximación conceptual al ciberperiodismo
Segundo curso	Profundización en el ciberperiodismo: Concepto, alcance, iniciativas y posibilidades. Estructura de medios. Estudio detallado de la creación de mensajes ciberperiodísticos.

²⁵⁹ Las propuestas de la tabla anterior presentan las grandes líneas que, desde el punto de vista de los contenidos, se deberían trabajar en cada materia. En este sentido, es necesario señalar que se trata de los aspectos temáticos que poseerían un mayor protagonismo en el marco de la materia en la que se insertan. Aún así, cabe señalar que, el enfoque mixto planteado no impide que el estudio desde otro punto de vista de los temas mencionados.

Tercer curso	Estudio de la gestión y localización de recursos informativos en las redes telemáticas para la creación de mensajes y/o el desarrollo de otras tareas ligadas al ciberperiodismo.
Cuarto curso	Profundización en las rutinas de producción de mensajes ciberperiodísticos.

Las propuestas de contenidos para las materias optativas y de libre elección a incluir son las siguientes:

Optativas	Contenidos centrados en los aspectos que se aglutinan bajo el epígrafe de "Otros temas" en el apartado de Grandes ejes temáticos.
Libre elección	

En todos los casos se trataría de materias semestrales que combinarían teoría y práctica.

El contenido de las materias estaría basado en las grandes áreas temáticas que se indican en el apartado "Grandes ejes temáticos).

Grandes ejes temáticos

La definición de los grandes ejes temáticos de un currículo de ciberperiodismo debe de ser el resultado de un estrecho diálogo entre los docentes, investigadores y profesionales de la comunicación que trabajan actualmente en este campo. De este modo, se podrán hacer converger los avances derivados de los proyectos y las investigaciones existentes en el ámbito del periodismo en Internet, la experiencia derivada de la aplicación de los programas actuales en las aulas y las demandas y las necesidades existentes en las empresas del ámbito del ciberperiodismo.

El análisis del contenido de los 109 programas seleccionados, así como su estudio comparativo permite afirmar que no existe un consenso terminológico en la enseñanza del ciberperiodismo. Este problema se percibe en la manera de denominar a las diferentes asignaturas y, al mismo tiempo, en las referencias a algunos conceptos o tareas concretas: textos periodísticos, hipertextos-hipermedias, redacción o elaboración de mensajes periodísticos, etc. En este sentido, es posible hacer hincapié en la necesidad de establecer un consenso terminológico que tendería a facilitar el intercambio de reflexiones sobre el ciberperiodismo y, al mismo tiempo, contribuiría a incrementar la eficacia en el desarrollo de actividades académicas, investigaciones y otro tipo de proyectos interuniversitarios.

Por otro lado, el estudio de los programas de las asignaturas que se ofertan actualmente en las licenciaturas de Periodismo de universidades españolas revela que, en algunos casos, se entiende y presenta el ciberperiodismo como una especialidad temática. Esto es, se sitúa el periodismo on-line en el mismo nivel que el periodismo económico, político, cultural, etc. Es, sin duda, un error. El ciberperiodismo no es una especialidad sino otro “modo” de hacer periodismo o, si se prefiere, un tipo de periodismo que se desarrolla (como el televisivo, el radiofónico o el de prensa escrita) en un medio que posee unas características determinadas. De este modo, puede existir ciberperiodismo de economía,

política o cultura. Situarlos al mismo nivel, significaría confundir el medio con el mensaje.

Otro aspecto a tener presente en la definición de los grandes ejes temáticos de la enseñanza del ciberperiodismo es el relativo a la importancia que ha de poseer Internet en la formación de los ciberperiodistas. Los docentes y profesionales hacen especial hincapié en la necesidad de que los estudiantes dominen la red de redes. Los alumnos tienen que estar familiarizados al máximo con esta herramienta y conocer las estrategias más adecuadas para la búsqueda de información, verificación de datos, etc. No se concibe un periodista (de un medio on-line o un medio tradicional) que no posea unas habilidades mínimas en este ámbito y, por tanto, la red de redes ha de estar presente como uno de los grandes temas en la enseñanza del ciberperiodismo.

El estudio de las características, modelos y servicios del diario electrónico es uno de los temas recurrentes en la mayoría de programas de las asignaturas que se dedican de manera exclusiva al ciberperiodismo y también en aquellas que únicamente dedican uno de sus apartados a este tema. Este aspecto va ligado al hecho de que, en muchas ocasiones, el temario no incluye ningún tipo de alusión a otras iniciativas de medios on-line (radio digital, televisión digital, etc.) por lo que se tiende a considerar únicamente como “periodismo digital” aquello que está vinculado con la prensa electrónica. Con relación a ello, sería necesario que la enseñanza del ciberperiodismo abarcara la totalidad de medios que existen en el medio on-line, desde iniciativas de radio y televisión on-line hasta el estudio de los diarios electrónicos, los portales informativos y otras iniciativas existentes en la red de redes.

El diseño web posee una gran presencia en muchos de los programas de las 109 materias seleccionadas. Con relación a ello, cabe señalar que la mayoría de asignaturas se limitan a la enseñanza de determinadas herramientas de software sin acompañar estas explicaciones de las orientaciones y

recomendaciones necesarias para aplicar esos conocimientos a la creación de productos y/o mensajes periodísticos. El aprendizaje de software, tanto de diseño web como de otra tipología, nunca ha de realizarse con el objetivo de que el estudiante se convierta en un experto en el manejo de estas herramientas. Del mismo modo, en el caso de que se incorpore alguna referencia a este tipo de instrumentos se ha de relacionar con sus aplicaciones y usos en el ámbito periodístico.

Una de las exigencias de la enseñanza del ciberperiodismo será la de renovar anualmente el contenido de los programas de estudio debido al acelerado ritmo de cambios en que se encuentra sumido el periodismo on-line. David Parra, de la Universidad Complutense de Madrid, afirma que esta renovación afecta anualmente al 50% del programa. La asignatura ciberperiodismo de la Universidad de Santiago de Compostela (“Xornalismo electrónico”) soluciona este problema incorporando en su programa dos apartados (los últimos del temario) centrados en el estudio de las líneas de investigación existentes sobre ciberperiodismo y en el análisis de las tendencias en el campo del periodismo on-line. La “juventud” del ciberperiodismo hace que el desarrollo de investigaciones sobre el periodismo on-line (desde cualquier enfoque) resulte de gran utilidad. En este sentido, hay que destacar la importancia (y también la urgente necesidad) de promover investigación (a ser posibles interuniversitarias) sobre ciberperiodismo.

La rapidez de los cambios en el ámbito ciberperiodístico hace que la organización de ciclos de conferencias, seminarios y/o talleres constituya una interesante vía para conocer las últimas tendencias, problemáticas y otros aspectos estrechamente vinculados con la actualidad del ciberperiodismo. Del mismo modo, este tipo de eventos permitiría fomentar el diálogo entre universidad e industria. El mantenimiento de un estrecho contacto entre los profesionales del ciberperiodismo y las facultades de Ciencias de la Comunicación resulta de gran importancia para enriquecer la formación de los

estudiantes en este ámbito. Se trataría del desarrollo de convenios de prácticas, visitas, etc.

La proliferación de sitios web en lengua inglesa, así como el carácter “global” de muchos de los intercambios comunicativos de la red de redes hace que el dominio de una segunda lengua (básicamente, la inglesa) sea un requisito en la formación del ciberperiodismo. Más allá de si esta responsabilidad compete directamente a las facultades de Ciencias de la Comunicación y a sus planes de estudio, es importante que los docentes conciencien a los estudiantes de la importancia del dominio de idiomas.

Partiendo de las anteriores consideraciones, se pueden definir una serie de **grandes ejes temáticos** en la enseñanza del ciberperiodismo. Se trata de una propuesta que aglutina las áreas temáticas generales a considerar en la construcción de un currículo de ciberperiodismo. A partir de estos grandes ejes temáticos se distribuye el contenido que aglutinan, bien transversalmente, bien en materias autónomas, en el plan de estudios de la licenciatura de Periodismo.

Los 10 grandes ejes temáticos que se proponen son los siguientes:

GRANDES EJES TEMÁTICOS				
Historia de la Sociedad del Conocimiento	Teoría y Estructura de los medios on-line	Características de la comunicación digital	Fundamentos tecnológicos	Ciberperiodismo: Aproximación conceptual
Producción informativa on-line	Redacción para los medios ciberperiodísticos	Gestión y metodología de los contenidos	Diseño y desarrollo de proyectos informativos on-line	Otros temas

A continuación, se detallan los contenidos que abarcaría cada uno de los ejes propuestos:

GRANDES EJES TEMÁTICOS	
Historia de la Sociedad del Conocimiento	Teorías y Estructura de los medios on-line
<p>Perspectiva histórica de la Sociedad del Conocimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informatización y robotización de las acciones humanas: de Pascal a la tercera revolución industrial. - La codificación de los mensajes: De la teoría de sistemas de Ludwig von Bertalanffy a la cibernética de Norbert Wiener. - La gestión de los mensajes: Del hipertexto de Ted Nelson (Proyecto Xanadú a la búsqueda automática de Google). - De la comunicación en redes de la sociedad industrial a las redes de comunicación de la sociedad post industrial. 	<p>Teorías de la comunicación y estructura mediática de la sociedad digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aportaciones de la semiología al estudio de los códigos de circulación por las redes del conocimiento. - Aportes al ciberperiodismo de las diversas Teorías de la Comunicación (Autores, corrientes, etc.). - ¿Qué es la sociedad del conocimiento? Relaciones con la mundialización e inmediatez de la comunicación. - Principales medios de comunicación on-line tanto del ámbito español como internacional (diarios on-line, agencias de noticias on-line, televisiones on-line, radio digital, portales informativos, etc.). - Políticas de comunicación en el ámbito de los medios digitales. - Análisis, resultados y audiencias en los cibermedios. - Marco jurídico de las nuevas tecnologías.
Características de la comunicación digital	Fundamentos tecnológicos
<p>Posibilidades de la comunicación digital y aplicaciones informativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Multimedia. - Hipertextualidad. - Interactividad. - Inmediatez. - Capacidad documental. - Virtualidad. 	<p>Fundamentos tecnológicos de los medios digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hardware: principales herramientas y capacidades vinculadas con el ámbito del ciberperiodismo. - Software: principales programas que pueden ayudar al cibernauta. - Características de Internet y posibilidades

<ul style="list-style-type: none"> - Personalización. - Convergencia tecnológica de los medios. - Del medio al Multimedia. - De la unidireccionalidad a la Interactividad. - De la distribución retardada a la inmediatez. - De la búsqueda de fuentes a la capacidad documental. - De la imitación de la realidad a la virtualidad. - De la palabra dirigida (mediación) a la personalización del periodismo ciudadano (bloggerización). - De la dispersión a la convergencia tecnológica de los medios. - Iniciativas, proyectos y experiencias comunicativas desarrolladas en el medio on-line. - Los nuevos lenguajes de la narrativa multimedia. 	<p>técnicas (especialmente, aplicadas al ámbito comunicativo).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tendencias en tecnología aplicada a la comunicación y perspectivas de futuro en la vía ancha de Internet. - Estudio de los diferentes canales y medios de las redes de Internet (de los anillos o grupos de interés a las comunidades de usuarios).
<p>Ciberperiodismo: Aproximación conceptual</p>	<p>Producción informativa on-line</p>
<p>Estudio teórico – práctico del Ciberperiodismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios analógicos versus medios digitales. - Retos, debates y problemas del ciberperiodismo. - El ciberperiodista: competencias y habilidades. - Fuentes informativas on-line. - Géneros ciberperiodísticos: hacia la unificación de los géneros o a la explosión 	<p>Estudio de las rutinas de producción de mensajes periodísticos en los medios on-line:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organización de un cibermedio. - Tareas y funciones en la producción de mensajes ciberperiodísticos. - Etapas para la producción de mensajes periodísticos en diferentes cibermedios (prensa on-line, TV on-line, radio on-line, weblogs, etc.). - Fuentes informativas on-line: la necesidad de mecanismos de jerarquización.

<p>por sensibilidades e intereses.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nuevos productos informativos on-line: capacidades y posibilidades. - Modelos de negocio de los medios digitales. - Publicidad y marketing en Internet. - Ética y deontología en el ciberperiodismo. - Tendencias del ciberperiodismo. 	
Redacción para los medios ciberperiodísticos	Gestión y metodología de los contenidos
<p>Parámetros para el diseño, la elaboración y la edición de mensajes informativos on-line:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fases para el diseño y producción de mensajes ciberperiodísticos. - Teorías del hipertexto. - Arquitecturas de información en mensajes ciberperiodísticos. - Jerarquización de la información en los mensajes ciberperiodísticos. - Creación de materiales multimedia. - Componentes interactivos. - Diseño y composición de mensajes ciberperiodísticos. - Ergonomía, usabilidad y accesabilidad en la creación de contenidos multimedia interactivos con finalidad informativa. 	<p>Sistemas de documentación para los medios digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de búsqueda en Internet. - Técnicas para la identificación, la localización y la recuperación de información en el entorno digital. - Jerarquización, categorización, sistematización e indexación de las fuentes. - Pautas para la validación de fuentes on-line. - Estrategias para la clasificación de contenidos on-line: las fuentes ocasionales y las periódicas.
Diseño y desarrollo de proyectos informativos on-line	Otros temas
<p>Pautas para el diseño y desarrollo de proyectos ciberperiodísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etapas para la ideación, conceptualización, desarrollo y mantenimiento de un proyecto informativo para el medio on-line. - Aspectos legales vinculados con el desarrollo de proyectos on-line de 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño web y software para producción y/o edición de imagen, sonido, etc. - Las variaciones del guión multimedia en los nuevos formatos. - Diseño y elaboración de infografías y/o otros recursos gráficos. - Fotografía digital y ciberperiodismo. - Creación de superficies hipermedia

<p>comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none">- Pautas para evaluación de proyectos multimedia informativos.	<p>informativa con realidad virtual.</p> <ul style="list-style-type: none">- Ficción y narración interactiva.- Entornos colaborativos de trabajo (<i>Basic Support Collaborative Work</i>).- Especialidades temáticas aplicadas al ciberperiodismo (Economía, Política, etc.).- E-learning.- Videojuegos.
---	---

Tipología de prácticas

La formación de los futuros profesionales del ciberperiodismo debe otorgar un especial protagonismo al componente práctico que, en todo momento, debe ir unido a un estudio y reflexión de índole teórica. Las prácticas que se desarrollen en las facultades deberían reproducir algunas de las tareas propias de un cibermedio y, por otro lado, fomentar la experimentación por parte de los estudiantes. De este modo, los alumnos se familiarizarían con las posibilidades informativas del medio on-line creando mensajes de muy variada tipología. Al mismo tiempo, este tipo de ejercitaciones estimularía la ideación de nuevos productos informativos adaptados al medio on-line.

El predominio de equipos multidisciplinares en los medios on-line y el hecho de que un mensaje ciberperiodístico (especialmente, los de carácter multimedia) puedan ser el resultado del trabajo de diferentes profesionales exige que los licenciados en Periodismo sean capaces de articular y desarrollar dinámicas de trabajo en equipo. Por ello, es importante que las prácticas que se planteen en el marco de las asignaturas potencien este aspecto. Con relación a las prácticas, es necesario desarrollarlas en pequeños grupos de alumnos (entre 10 y 15) para garantizar un adecuado seguimiento del trabajo realizado por los estudiantes.

Existe una infinidad de posibles prácticas a desarrollar. No obstante, es posible señalar una serie de grandes tipologías generales:

- **Prácticas de creación de mensajes ciberperiodísticos:** El estudiante ha de elaborar un mensaje informativo que explote las posibilidades del medio on-line. En este sentido, se pone a prueba su capacidad de generar un mensaje adaptado a la lectura en pantalla que resulte claro, usable, con tiempos de descarga reducidos, etc. El alumno ha de confeccionar mensajes que presenten componentes multimedia, interactivos, hipertextuales, etc. Para hacerlo las prácticas deber rigar en torno a dos grandes líneas:

- a) Adaptación a los principales géneros ciberperiodísticos: Prácticas de creación de mensajes ciberperiodísticos que sigan las pautas y modelos existentes actualmente en los medios on-line. Básicamente: cibernoticias, cibercrónicas, ciberreportajes y ciberentrevistas, entre otros.

 - b) Innovación y ideación de nuevos formatos: Prácticas en las que se permita al estudiante ir más allá de las directrices formales de los mensajes predominantes en los medios on-line para potenciar su creatividad. Se trata de ejercitaciones en las que el alumno puede innovar a partir de los conocimientos teóricos que ha recibido en diferentes campos (redacción ciberperiodística, arquitecturas de la información, narrativa on-line, etc) creando mensajes informativos con características formales diferentes a las de los que aparecen actualmente en Internet. Los ejercicios puede girar en torno a diferentes programas y formatos (Powerpoint, Dreamweaver, Moviemaker, etc. / textuales, icónicos, sonoros, audiovisuales, etc.).
- **Prácticas de búsqueda de información en la Red**: El estudiante debe ser capaz de identificar, localizar y recuperar información de Internet. Se trata de que el alumno adquiera destreza en el uso de la red de redes como fuente de información y como fuente de noticias. Básicamente, se han de diseñar prácticas que permitan al estudiante:
- a) Detectar con rapidez recursos informativos en Internet.
 - b) Contrastar fuentes de información (sean o no de naturaleza on-line).
 - c) Validar fuentes de información (sean o no de naturaleza on-line).
 - d) Evaluar sitios y recursos de la Red.
- **Prácticas de gestión de contenidos**: El estudiante ha de gestionar la publicación y clasificación, entre otras tareas, de los contenidos de un

cibermedio. Se trata de una práctica destinada a lograr que el alumno se familiarice con las rutinas de producción de un cibermedio. La práctica se puede realizar utilizando un sitio web o a través de un weblog.

- **Prácticas de estudios de casos:** El estudiante analiza un cibermedio identificando sus principales fortalezas y debilidades. La práctica permite que el alumno conozca la oferta actual de medios al tiempo que hace que éste aplique los conocimientos teóricos en el terreno práctico. Del mismo modo, el estudiante tiene la posibilidad de innovar proponiendo cambios o mejoras con relación al cibermedio analizado.
- **Prácticas de diseño y desarrollo de un cibermedio:** El estudiante participa en la ideación, diseño y desarrollo de un cibermedio. Se trata de una práctica cuyo desarrollo puede realizarse por etapas. Por ejemplo, el ejercicio puede finalizar con una propuesta de conceptualización sin que sea necesario el desarrollo completo del proyecto.
- **Prácticas de manejo de software:** El estudiante se ejercita en el uso de determinadas herramientas de software vinculadas con el ejercicio del ciberperiodismo.

Se trata, en definitiva, de grandes líneas de trabajo que pueden combinarse, generando ejercicios que exijan al estudiante la creación de un mensaje ciberperiodístico a partir de la búsqueda de material informativo en Internet, por ejemplo.

PARTE X

Bibliografía

Bibliografía

AAVV. *Bits o paper. Les conclusions del 1º Congrés de la publicació electrònica*. Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, 2000. Nº 2. Col.lecció ones i bits.

AEDE. "De periodistas a proveedores de información". EN: *Libro Blanco de la Prensa Diaria. Estudios sobre los medios de prensa escrita desde las ópticas empresariales, tecnológicas, legales, éticas y de contenidos*. Asociación de Diarios Españoles, s.l., 2004.

ALBARRACÍN, Santiago. "Mitos y realidad del periodismo digital. Los desafíos para el investigador". EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000.

ÁLVAREZ MARCOS, José; LÓPEZ HIDALGO, Antonio. *El periodismo que viene*. Sevilla, Ediciones Fundación Cruzcampo, 1997. Col. Serie Comunicación. Vol. 1.

ÁLVAREZ MARCOS, José. "Ciberprens@: El medio de los diez mil nombres". EN: *ÁMBITOS- Revista Andaluza de Comunicación*. Sevilla, Universidad de Sevilla, 1999. Nº 3-4.

ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona, Editorial Ariel, 1996.

ARMENTIA, José Ignacio. *Las Nuevas Tendencias en el Diseño de la Prensa*. Univ. País Vasco, Bilbao, 1993.

ARMENTIA, José Ignacio; ELEXGARAY, Jon; PÉREZ Juan Carlos. *Diseño y periodismo electrónico*. Univ. País vasco, Bilbao, 1999.

AA.VV. *Libro de estilo de El País*. Madrid, El País, 1990.

BECERRA, Ana Belén. “El periodista digital: Perfil de un nuevo comunicador”. Comunicación presentada en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

BOCZKOWSKI, Pablo J. *Digitizing the news. Innovation in on-line newspapers*. Cambridge (USA). MIT Press, 2004.

BULLÓN, Piedad. “Algo está cambiando”. EN: Revista electrónica *Sala de Prensa*. 1999. Nº 5. Abril. <http://www.saladeprensa.org>

CABERO ALMENARA, Juilo; GISBERT CERVERA, Mercè. *Materiales formativos multimedia en la Red. Guía práctica para su diseño*. Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas tecnologías, 2002.

CABRERA, M^a Ángeles. *La prensa on-line. Los periódicos en la www*. Editorial CIMS, Barcelona, 2000.

CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. “Retos en el diseño de periódicos en Internet”. EN: Revista *Latina*. 2000. Nº 25. Enero. <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles. “Convivencia de la prensa escrita y la prensa on-line”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

CANDEIRA, Javier. "La Web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la Red". EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. Nº 239. Marzo 2001.

CANGA, Jesús, et al: "¿Quién le teme al periódico digital?". EN: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 17, de mayo de 1999, La Laguna (Tenerife) (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999hmy/89pvasco.htm>). 23 de noviembre de 2004.

CANGA, Jesús *et al*. *Diarios digitales. Apuntes sobre un Nuevo Medio*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2000.

CANGA, Jesús. "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

CASASÚS, Josep María. "Perspectiva ética del periodismo electrónico". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

CHARTIER, Roger. "¿Muerte o transfiguración del lector?". EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. Nº 239. Marzo 2001.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Medios de comunicación en Internet*. Madrid, Anaya Multimedia, 1997.

DÍAZ NOCI, Javier. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Zarrautz (Guipúzcoa), Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2001.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo. *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999.

DÍAZ NOCI, Javier. “¿Hacia donde va el periodismo en Internet?”. EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1.

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003.

DOMINGO, David. *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, 2004. Nº 5. Col.lecció ones i bits.

ECHEVARRÍA, Mirta. “Periodismo electrónico: proceso de producción y estrategia discursiva”. EN: *Latina de Comunicación Social*. 1999. Septiembre. Nº 21. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/41mirta.htm>

EDO, Concha. *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2002.

EDO, Concha. “El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

ESTÉVEZ, Jaime. *El Periodismo en la Red*. Anaya Multimedia, Madrid, 2002.

FLORES VIVAR, Jesús; ARRUTI, Alberto Miguel. *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid, Ediciones 2010 – Editorial Limusa, 2001.

GIFREU, Josep. *Estructura General de la Comunicació Pública*. Barcelona, Editorial Pòrtic, 1991.

GIL, Quim. "Diseñando el periodista digital". EN: Revista electrónica *Sala de Prensa*. 1999. Noviembre. Nº 13. <http://www.saladeprensa.org>

GÓMEZ MÉNDEZ, José Manuel; GIL, Eva Leal. "Delimitación del vocablo Cibernética y otras voces tecnológicas en Periodismo". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

HALL, Jim. *On line Journalism*. Londres, Pluto Press, 2001.

KERCKHOVE, Derrick de. *Inteligencias en conexión. Hacia la sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa, 1999.

KERCKHOVE, D. *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. ED. Gedisa: Barcelona, 1999.

LATORRE, Antonio *et al.* *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona, Hurtado, 1996.

LANDOW, G.P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós: Barcelona, 1995.

LEAL GIL, Eva. "Las Nuevas Tecnologías en la formación del periodista". EN: GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (Ed.) *Las tecnologías periodísticas: Desde el ayer al mañana*. Sociedad Española de Ciberperiodística, s.l., 2005.

LÉVY, P. *La cibercultura, el segon diluvi?* Proa: barcelona, 1998.

LOGAN, R. *The fifth language*. Toronto, Stodart, 1995.

LÓPEZ, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Barcelona, Paidós, 1995. Paidós Papeles de Comunicación 9.

LÓPEZ, Manuel. *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*. Barcelona, Paidós, 2004. Paidós Papeles de Comunicación.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé; NEIRA CRUZ, A. “Los medios locales ante los desafíos de la red”. EN: *ÁMBITOS- Revista Andaluza de Comunicación*. Sevilla, Universidad de Sevilla, 1999. Nº 3-4.

LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. “¿Llegó la hora del lector-periodista?”. EN: *Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

LÓPEZ, Xosé et al. “La innovación periodística en clave interactiva: el caso de Gaceta de Galicia”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000.

LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, José; GAGO, Manuel. *Nuevas tendencias del periodismo electrónico*. Santiago de Compostela, Laverde Ediciones, 2003. Col. Textos/Media.

LÓPEZ, Xosé. “La formación de los ciberperiodistas: punto de partida”. Comunicación presentada en el IV Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: *Actas del IV Congreso Nacional de Periodismo Digital*. 16-17 de enero de 2003, Huesca.

LÓPEZ, Xosé; OTERO, Marita. “La formación de los Ciberperiodistas: Punto de partida”. Comunicación presentada en el IV Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 16 al 17 de enero de 2003. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

LÓPEZ, Debora Cristina. “Las dificultades de la enseñanza de periodismo digital en Brasil”. Comunicación presentada en el III Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 17-18 de enero de 2002, Huesca.

LUZÓN, Virginia. “Periodista digital: de Maculan a Negro ponte”. EN: *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Univ. Santiago de Compostela, 2001. 23 y 23 de marzo de 2000.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. “El mensaje periodístico en la prensa digital”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

MESO, Koldo. “El desafío profesional del periodista digital ante las posibilidades de Internet”. Comunicación presentada en el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

MORALES CASTILLO, Fabiola. “Al rescate de la ciber-comunidad regional”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

MORENO HERNÁNDEZ, Carlos. "Ortega, el ensayo y el hipertexto". EN: *Revista de Occidente*. Fundación José Ortega y Gasset, Madrid. Nº 205. Mayo 1998.

MURRAY, Janet H. *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona, 1999. Col. Multimedia 12.

NÚÑEZ ALDASORO, Antonio J. "Los retos del periodismo digital". EN: Revista electrónica *Sala de Prensa*. 1999. Octubre. Nº 12. <http://www.saladeprensa.org>

NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital*. Barcelona, Ediciones B, 1995.

ONU-ITU (2004) "Report on the Geneva phase of the World Summit on the Information Society Geneva-Palexpo.10-12 December 2003. "World Summit on the information Society". Geneva 2003 -Tunis 2005.

DE PABLOS COELLO, José Manuel. "Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. Nº 7.

PALAZÓN MESEGUER, Alfonso. "Sobre hipertexto: fragmentos de textos dispersos". EN: SPHERA PÚBLICA. Revista de ciencias Sociales y de la Comunicación. UCAM, Murcia, 2001. Nº 1.

PALOMO, M^a Bella. *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Comunicación Social, Sevilla, 2004.

PAREJA PÉREZ, V. M. *Guía de Internet para periodistas*. EN: Centro de Información y Documentación Científica, CINDOC. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 2003.

PARRA VALCARCE, David; ÁLVAREZ MARCOS, José. *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis, 2004.

PAVLIK, John V. *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 2005. Col. Paidós Comunicación 160.

PERCEVAL, José María. *¿Qué es la televisión educativa?* Apuntes Máster en Comunicación y educación de la UAB, 2001.

PEIRÓ, Carme. "Els idaris electrònics inventen el periodisme digital". EN: *Capçalera*. Nº 89. Col.legui de Periodistes de Catalunya, Barcelona, 1998.

PEREZ-LUQUE, María José; PEREA, Maiden. "El reto de crear noticias on-line. Análisis de la comunicación on-line actual y perspectivas de futuro". *Cuadernos de Documentación Multimedia*. Universidad complutense de Madrid, Madrid, 1999. <http://www.ucm.es/info/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>

PEREZ-LUQUE, María José; PEREA, Maiden. "El actual periodismo on-line". Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra, Navarra, 1999. <http://www.hottopos.com/MirLibro/index.htm>

PÉREZ TORNERO, José Manuel. *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Paidós, Barcelona, 2000. Col. Papeles de Comunicación 27.

PÉREZ TORNERO, José Manuel. "Del Texto al hipermedia". EN: <http://www.revistadecomunicación.com>. 7 de junio del 2000.

PÉREZ TORNERO, José Manuel. *Promoting Digital Literacy*. eLearning Action Plan 2004-2006. European Commission eLearning Programme, 2004.

PINTO LOBO, M^a Rosa. "Periodismo alfabético y alfanumérico: una relación de simbiosis digital". EN: Actas del Congreso "Vigencia del Periodismo escrito en el

entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7.

PISAN, Francis. “Como lee el internauta en los sitios informativos”. En: El País digital (www.elpais.es). 16-10-2004.

PISANJ, F. “Los nuevos medios”. EN: Ciberp@ís. 1999. 29 de julio. P. 2

PUJOL, Xavier. “Hipertext? Hipermèdia? Hiperespai!” EN: PUJOL, Xavier. *La nova dimensió*. Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, 1999. N° 1. Col.lecció ones i bits.

POU AMERIGO, María José. “Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7.

DE QUADROS, Claudia Irene. “Una discusión sobre la ética en los periódicos electrónicos”. EN: ÁMBITOS- Revista Andaluza de Comunicación. Sevilla, Universidad de Sevilla, 1999. N° 3-4.

RAMÍREZ CORTÉS, Juan Pablo: “¿Quién necesita un periodista digital?”. En *Sala de Prensa*, Año V, Vol. 2 de enero de 2004 (<http://www.saladeprensa.org/art519.htm>). 23 de noviembre de 2004.

DE RAMÓN, Manuel; PANIAGUA, Pedro; SANMARTÍ, Joseph M. “Las noticias de última hora en los periódicos digitales”. EN: Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7.

ROJO VILLADA, Pedro Antonio. *Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de la Prensa ante la convergencia mediática*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2003.

SALAVERRÍA, Ramón. “De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para los periódicos digitales”. EN: *Novática*, 1999. Nº 141.

SANDOVAL, María Teresa. “Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia”. EN: *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2 de noviembre de 2000 (<http://www.saladeprensa.org/art168.htm>). 23 de noviembre de 2004.

SCOLARI, Carlos. *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona, Gedisa, 2004.

SECO, José Alonso; DEL HOYO HURTADO, Mercedes. “Los periodistas del año que viene”. Comunicación presentada en el V Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca. Del 15 al 16 de enero de 2004. EN: Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. 20-21 de enero de 2005, Huesca.

SENSOR. *Cuadernos del Congreso de Periodismo digital*. VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. Huesca. 20 y 21 de enero de 2005. Nº 1.

TERCEIRO, José B. “El texto impreso en la nueva cultura digital”. EN: TERCEIRO, José. *La revolución digital. Individuo y colectividad en el ciberespacio*. Revista de Occidente. Madrid, Fundación José Ortega y Gasset, 1998. Junio. Nº 206.

VILAMOR, José R. *Cómo escribir en Internet*. Universitas, Madrid, 2001.

VILCHES, Lorenzo. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona, Paidós, 1993.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Paidós, Barcelona, 1995.

VOUILLAMOZ, Nuria. *Literatura e hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona, Paidós, 2000. Col. Paidós Papeles de Comunicación 30.

ZALCBERG, Ana. *El ciberperiodismo. Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia*". Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001. N° 7.

Entrevistas:

- Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*. 25 de noviembre de 2005. Elaboración propia.
- Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.
- Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitario*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.
- Entrevista a Jorge Mestre, director de *Panorama Actual*. 30 de diciembre de 2005. Elaboración propia.
- Entrevista a David Rojo, editor y socio fundador *Periodista Digital*. 28 de diciembre de 2005. Elaboración propia.
- Entrevista a David Sancha, editor de *El Periódico.com*. 25 de diciembre de 2005. Elaboración propia.