

# Elementos definitorios del Periodismo Digital<sup>1</sup>

JOSE MARÍA CAMINOS MARCET

pupcamaj@lg.ehu.es

FLORA MARÍN MURILLO

floramarin@ehu.es

JOSE IGNACIO ARMENTIA VIZUETE

puparvij@lg.ehu.es

Universidad del País Vasco (UPV-EHU)

Recibido: 12 de septiembre de 2006

Aceptado: 13 de abril de 2007

## RESUMEN

A lo largo de estos diez años de existencia del periodismo digital en el Estado español, han sido ya muchos los autores que desde el campo teórico y diferentes disciplinas de corte más pragmático han ido mostrando algunas pinceladas de lo que hoy entendemos por ciberperiodismo. En este texto hemos recogido las características esenciales de esta nueva modalidad periodística partiendo de una serie de autores que son claves para el estudio del ciberperiodismo. Este artículo es una parte de un Proyecto de Investigación financiado por la Universidad del País Vasco titulado "Diez años de diarios digitales en España".

**Palabras clave:** Ciberperiodismo, periodismo digital, interactividad, multimedia, hipertexto.

## *Elements to define the online journalism*

## ABSTRACT

The cyberjournalism in Spain in the last ten years has been analyzed by several authors so much from a theoretical point of view as from more pragmatic other one. These analyses have established a series of basic characteristics of what today we understand as journalism online. We have gathered in this text the the essential characteristics of this new journalistic modality departing from a series of authors who are specially important for the study of the cyberjournalism. This article is a part of a research financed by the University of the Basque Country called "Ten years of dailys online in Spain".

**Keywords:** Cyberjournalism, Interactivity, Multimedia, hypertext.

**SUMARIO:** 1. Los perfiles del periodismo en la Red: introducción. 2. La información en la Red es continua. 3. se actualiza permanentemente. 4. Los cambios son instantáneos. 5. Es una información integral. 6. Busca la personalización. 7. Simplifica la mediación profesional. 8. La información es potencialmente ilimitada. 9. Es un medio versátil. 10. Es interactiva. 11. Es hipertextual. 12. Es multimedia. 13. Conclusiones. 14. Referencias bibliográficas

---

<sup>1</sup> Se trata de un texto basado en una investigación financiada por la UPV-EHU cuyo título es: *Diez años de diarios digitales en España: consolidación de contenidos, diseño, publicidad y estrategias comerciales específicas*. Investigador principal: José María CAMINOS MARCET. Equipo de investigación: José María CAMINOS MARCET, José Ignacio ARMENTIA VIZUETE y Flora MARÍN MURILLO. Entidad financiadora: Universidad del País Vasco (Ref.: UPV05/01). Duración: 13/12/2005 – 13/12/2006.

## **1. Los perfiles del periodismo en la Red: introducción.**

El profesor Josep María CASASÚS (2005: 168-182) se apoya en Otto GROTH, uno de los autores más importantes de la Periodística alemana, para desarrollar las funciones clásicas que han venido determinando hasta no hace muchos años al periodismo moderno. GROTH, afirma CASASÚS, formulaba cuatro elementos que servían para conformar la identidad del periódico impreso: Periodicidad, Universalidad, Actualidad y Accesibilidad.

Sin embargo, gracias al desarrollo de auténticos periódicos digitales en la red, el Periodismo Digital se ha convertido, según plantea Josep María CASASÚS, en un fenómeno emancipado de sus características anteriores. Cuatro de ellas superan en su contenido a las propuestas hechas anteriormente por GROTH y que serían las siguientes: Continuidad, Integralidad, Transtemporalidad e Interactividad. A estas añade otras dos que son nuevas y específicas del Periodismo Digital, como son la Versatilidad y la Multiplicidad. Estaríamos así antes seis elementos que, según este autor, sirven para asentar unas primeras bases para la investigación en el campo del Periodismo Digital

Desde otra perspectiva, José Luís ORIHUELA (2002) anima a reflexionar sobre los cambios que Internet ha ido produciendo en lo que hasta ahora se entendían como paradigmas de los procesos comunicativos. Según ORIHUELA estos paradigmas son: Interactividad, Personalización, Multimedialidad, Hipertextualidad, Actualización, Abundancia y Mediación.

A lo largo de este artículo analizaremos aspectos como la Continuidad, Versatilidad, Transtemporalidad e Integralidad de las que habla Josep María CASASÚS (2005:168-182); otros como la Actualización, Abundancia, Personalización y Mediación, a las que se refiere José Luís ORIHUELA (2002); otros como la Ruptura del Tiempo y el Espacio, de la que habla Guillermo LÓPEZ GARCÍA (2005:40) y otros sobre la Inmediatez, la Proximidad o la Actualización que apuntaban ARMENTIA ET ALT (2000:193-196). Asimismo, analizaremos tres aspectos en los que, dada su importancia, coinciden todos los autores: la Interactividad, la Multimedialidad y la Hipertextualidad.

## **2. La información en la red es continua**

Según explica Josep María CASASÚS (2005:173), la continuidad es un concepto que en el caso del periodismo digital sirve para definir con mayor precisión a la periodicidad, aspecto éste que, según GROTH, conformaba una de las funciones clásicas del periodismo moderno y que GROTH vinculaba a la aparición regular de la información suministrada al público “en unas horas y días concretos que determinan el contenido”. Según CASASÚS, con el periodismo digital es necesario reformular el concepto de periodicidad y sustituirlo por otro que denomina continuidad que no sólo lo sustituye, “sino que lo absorbe”. Este concepto de continuidad, que según CASASÚS sustituye a la periodicidad, “significa que el lector no necesita esperar como mínimo una jornada para conocer en

profundidad los temas sucedidos en el día anterior" (2005:173).

Hasta ahora, tanto la radio como la televisión suministraban información constante y permanentemente renovada al público mediante fórmulas como las denominadas "todo noticias", etc; sin embargo, la prensa escrita no podía competir con estas fórmulas por carecer de medios técnicos apropiados. En la actualidad, con el periodismo digital, la prensa escrita ha empezado a suministrar información de forma constante e ininterrumpida y ha hecho ya esta característica que CASASUS denomina continuidad.

El lunes 24 de abril de 2006 la edición digital de El País dio un paso muy importante en el terreno de la actualización constante de la información o como el mismo diario denomina: la inmediatez. Ese día puso en marcha "24 horas" que se ha convertido en el primer diario impreso gratuito que se va actualizando al momento. Se trata de un diario digital que puede imprimirse y que tiene como cualidad esencial una inmediatez superior a la de la radio o la televisión e incluso a la de otras versiones digitales que no se actualizan constantemente.

ELPAIS.es lanza '24 Horas', el primer diario impreso actualizado al momento

La iniciativa, pionera en el mundo, incorpora la inmediatez de Internet a los medios de papel

El País, domingo 23 de abril de 2006. El Gobierno es "incomparable" con el alto el fuego al ataque a la banda de un concejal murciano. El presidente de la Audiencia Provincial de Madrid...

IBERIA.com. El PAÍS DEL SUSCRIPTOR. Hay cosas que te gustaría que duraran más. Ahora, tu suscripción trimestral dura más: un mes más gratis.

El PAÍS DEL SUSCRIPTOR. Hay cosas que te gustaría que duraran más. Ahora, tu suscripción trimestral dura más: un mes más gratis. El PAÍS DEL SUSCRIPTOR te regala un mes\* de suscripción si te suscribes a EL PAÍS durante tres meses en la modalidad Premium (de lunes a domingo) por sólo 99 €. Suscríbete y consigue:

24 HORAS

Dimite el delegado del Gobierno en Madrid tras la condena de tres policías por el 'caso Bono'. El delegado del Gobierno en Madrid, Constantino Méndez, ha presentado esta tarde su dimisión, pocas horas después de que la Audiencia Provincial de Madrid condenase a tres policías a penas de entre tres y cinco años de cárcel...

Montilla pospone cualquier decisión sobre el anticipo electoral hasta el referendo del Estatut. El primer secretario del PSC, José Montilla, ha anunciado hoy ante el coro de voces que, incluso desde su partido, piden la convocatoria de elecciones anticipadas en esa comunidad, y ha aplazado cualquier decisión para después de la consulta pública del próximo 18 de junio sobre la reforma del Estatuto. Ex-querra Republicana pedirá su rechazo, en contra de la opinión de sus socios en el Ejecutivo, PSC e ICV.

Graves altercados en Vigo en la sexta jornada de huelga de los trabajadores del metal. La huelga de los trabajadores del metal, que hoy han vuelto a manifestarse por las calles de Vigo por sexta vez, ha generado enfrentamientos de los huelguistas con la Policía, que cargó en varias ocasiones, según la agencia EFE, en una jornada en la que decenas de contenedores han sido volcados por las calles de la ciudad. La semana pasada ya se produjeron numerosas movilizaciones que lograron colapsar la ciudad.

IBERIA.com. LOS MEJORES PRECIOS DE IBERIA. El PAÍS DEL SUSCRIPTOR. Hay cosas que te gustaría que duraran más. Ahora, tu suscripción trimestral dura más: un mes más gratis.

De entre las características de este nuevo diario hay que destacar también la capacidad de personalización de la información ya que el lector podrá descargar una edición general o una de las tres temáticas: Internacional, España y Economía. Una vez elegida la versión, el usuario podrá personalizar la información del tiempo por ciudades o comunidades autónomas. Si el lector es abonado o se ha registrado alguna vez en la web, elpais.es generará un diario personal y actualizado en PDF.

### 3. Se actualiza permanentemente

Que la información de la red sea continua, tal y como hemos explicado en el punto anterior, exige necesariamente, si se quiere aportar calidad, una permanente actualización de las tomas informativas. Los textos se van actualizando y nuevos giros informativos complementan o sustituyen a los aportados en tomas anteriores.

La actualización es tan importante que algunos autores como Xoxe LÓPEZ GARCÍA ET ALT. (2005:45) la vinculan “al concepto de dinamismo inherente a la propia definición de cibermedio”. Según estos autores, resulta operativo, determinar el nivel de dinamismo de un cibermedio a partir del “grado de adecuación” que alcanzan en él los siguientes indicadores: la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización”.

José Luís ORIHUELA (2002), en el texto anteriormente citado en el que describe lo que denomina los siete paradigmas de la comunicación, se refiere directamente como uno de ellos a la actualización. Según este autor, “el carácter periódico de la renovación de la oferta informativa es uno de los paradigmas centrales de la comunicación pública y base de las industrias informativas”. Se trata, según ORIHUELA, de una renovación tan continua “que ha provocado que el paradigma de la frecuencia periódica se vea superado por uno nuevo: el del directo permanente”.

Si bien consideramos que de momento el periodismo digital no nos conduce al directo permanente, no hay que olvidar que estamos en la actualidad ante un medio fundamentalmente escrito y que la elaboración de los textos va a precisar de una mediación profesional, por lo que consideramos que la expresión sirve para en todo caso para dejar constancia de la gran inmediatez de este medio digital.

Otros autores, desde perspectivas diferentes y con nombres distintos, se refieren también a la actualización. LÓPEZ GARCÍA (2005:42) habla de “ruptura de la periodicidad”, entendida ésta como el hecho de que en la red “los contenidos pueden ir actualizándose de forma instantánea y constantemente”. Esta constante actualización de la información en la red hace, según este autor, que los medios de comunicación que utilizan este canal puedan considerarse “aperiódicos donde las actualizaciones se

producen constantemente y/o en función de los intereses y deseos del editor”.

Esta información de *La Vanguardia* aparece publicada en la red en su primera versión el 9 de mayo de 2005 a las 11,03 horas. Posteriormente, se actualizó a las 16,23 horas. La posibilidad de la actualización es una de las grandes ventajas de las ediciones digitales en Internet

The screenshot shows the website interface for LA VANGUARDIA.es. At the top, there is a navigation bar with links for Noticias, Opinión, Temas, Clasificados, Servicios, Suscripción, and Alta gratuita. Below this is a search bar with the word 'Política' and a 'Buscar' button. The main content area features a large headline: 'LA CUESTIÓN CATALANA. Carod pide elecciones tras el referéndum y deja en manos de Maragall la ruptura del Govern'. Below the headline, there is a sub-headline: 'Dice que la "expulsión" de ERC del Ejecutivo les beneficia electoralmente y volverán a tener la llave de la Generalitat'. To the right of the main text, there is a small box with the text: 'LVD - 09/05/2006 - 11.03 horas Actualizada: 09/05/2006 16.23 horas'. Below the main text, there is a section titled 'Noticias relacionadas' with several links to related articles. At the bottom of the page, there is a small image and the text: 'En declaraciones a TV3, Carod trasladó la "sensación" de que "desde hace unos meses esto está sentenciado" y "lo mejor que puede pasar es que haya un referéndum y que haya también un cambio de escenario político y que la gente pueda hablar".'

Estos conceptos de Actualización o Ruptura de la Periodicidad nos obligan necesariamente a referirnos a un término al que Quim GIL (1999) denomina vigencia. Tal y como explica, es muy importante que en la red se especifique la fecha de vigencia de la información que se suministra ya que, según afirma, “los ‘lectores’ desean tener constancia de que la información que están consultando es vigente”. Para que quede perfectamente claro lo que este autor entiende por vigencia, GIL explica que “vigente no implica necesariamente que sea reciente”. Sea o no reciente la vigencia está relacionada con la veracidad. Una noticia vigente es veraz y si pierde vigencia pierde su veracidad, ha cambiado, se ha modificado, no es publicable sin una previa actualización.

#### 4. Los cambios son instantáneos

Los cambios informativos que los medios de comunicación van introduciendo en la red no solamente son continuos, sino que, además, son instantáneos; es decir, el tiempo que necesita este medio para poner en circulación una información es muy reducido. La instantaneidad es un valor esencial que multiplica la importancia de la actualización. Si la actualización de las informaciones en la red es tan importante es porque se puede hacer de forma instantánea, con lo que las versiones digitales de la prensa escrita se pueden convertir en las referencias necesarias para las informaciones de última hora porque pueden ser más inmediatas que la radio o la televisión, ya que no están sometidas a ciclos temporales de edición.

EN VIVO														
Deportivo	OTRAS RETRANSMISIONES	Athletic												
La jornada, en imágenes														
<b>ALINEACIÓN</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Deportivo</th> <th>Athletic</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>1</b></td> <td style="text-align: center;"><b>2</b></td> </tr> <tr> <td>Arizmendi (min. 18)</td> <td>Casas (min. 69)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Orbaiz (Min. 86, pen)</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Comentarios: Fernando Llamas</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">&gt; Abrir marcador</td> </tr> </tbody> </table>	Deportivo	Athletic	<b>1</b>	<b>2</b>	Arizmendi (min. 18)	Casas (min. 69)		Orbaiz (Min. 86, pen)	Comentarios: Fernando Llamas		> Abrir marcador		<b>ALINEACIÓN</b>
Deportivo	Athletic													
<b>1</b>	<b>2</b>													
Arizmendi (min. 18)	Casas (min. 69)													
	Orbaiz (Min. 86, pen)													
Comentarios: Fernando Llamas														
> Abrir marcador														
Molina Manuel Pablo 78' Héctor Colección Capdevila Sergio De Guzmán Arizmendi Iago 61' Munitis Tristán 66'		Lafuente Lacruz Luis Prieto Ustaritz Amorebieta 46' Iraola Murillo Orbaiz Casas Yeste 89' Urzaiz 75'												
<b>SUPLENTE</b>	<b>FINAL</b>	<b>SUPLENTE</b>												
Dani Mallo (ps) Acuña Rubén Xisco 66' Gallardo 78' Chigi Iván Carril 61'	Invaden el campo aficionados del Athletic, intentando abrazar a sus jugadores, que intentan alcanzar el level de vestuario. Pero es imposible. Esto no puede seguir así.	Aranzubia (ps) Tiko 75' Guerrero Martín Llorente 89' Etxeberria 46' Felipe												
<b>ENTRENADOR</b>	<b>Min. 90+1</b>	<b>ENTRENADOR</b>												
Joaquín Caparrós	Se acabó. La bendición del Athletic es la maldición de un Deportivo que ha realizado una campaña muy mala en Riazor, al contrario que fuera de casa.	Javier Clemente												
<b>Datos</b>	<b>Min. 90+2</b>	<b>Legenda</b>												
37ª jornada en Primera División <b>Estadio:</b> Riazor <b>Fecha:</b> 07-05-2006 <b>Hora:</b> 21:00 horas <b>Colegiado:</b> Ramirez Domínguez (comité andaluz).	Etxebe busca el centro a Llorente. No lo encuentra. El balón cruza el campo e Iraola lo protege, amparado en el condmetro. Esto se va a acabar y EL ATHLETIC SEGUIRÁ EN PRIMER LA TEMPORADA PRÓXIMA.	<b>1</b> Gol <b>2</b> Gol en flash <b>3</b> Gol otro partido <b>4</b> Cambio <b>5</b> Tarjeta amarilla <b>6</b> Tarjeta roja <b>7</b> Primera parte <b>8</b> Descanso <b>9</b> Segunda parte <b>0</b> Final												
	<b>Min. 90</b>													
	El árbitro añade TRES MINUTOS													
	<b>Min. 89</b>													
	Cambio en el Athletic: Llorente por Yeste.													
	<b>Min. 89</b>													
	Un espectador con camiseta rojiblanca salta al terreno.													
	<b>Min. 88</b>													
	Disparo de Xisco, que rozca el palo izquierdo de Lafuente. El balón va al lateral de la red.													
	<b>Min. 86</b>													
	Lanza Orbaiz el penalti, toca Molina, pero el balón va a <b>GODDDDDDDDD, GODOOL DEL ATHLETIC.</b>													

La crónica deportiva que se va escribiendo en directo, conforme suceden los acontecimientos, es un ejemplo paradigmático de instantaneidad. Los cambios se introducen instantáneamente, conforme suceden las cosas. Es una sensación cercana al directo permanente, del que habla José Luis ORIHUELA.

Guillermo LÓPEZ GARCÍA (2005:41) se refiere a la instantaneidad de la siguiente forma: “el desfase temporal en la emisión de contenidos que requiere la prensa y, en ocasiones, la televisión (no así la radio) queda reducido al mínimo en los medios digitales. Los contenidos enviados a Internet quedan publicados en el soporte digital

de inmediato”. Además, como en la red el ciclo informativo no es siempre sustitutivo, como sucede en el periodismo en formato papel, sino que el ciclo es también modificativo y acumulativo, los textos, si se considera oportuno, pueden conservarse indefinidamente y pasar a formar parte del material de contexto que servirá para complementar y ayudar a comprender mejor las informaciones que sobre ese tema vayan surgiendo en días sucesivos. Hay por lo tanto también informaciones de amplísima vigencia.

#### **4.1. La Transtemporalidad**

Joseph María CASASÚS (2005:174) define este flujo constante y permanente de información a través de ese nuevo canal como transtemporalidad y, según afirma, en el periodismo digital supera claramente al concepto tradicional de actualidad. CASASÚS se refiere al concepto de Actualidad de GROTH y afirma que “expresa la relación entre dos puntos en el tiempo”. Es decir, la relación que existe “entre el hecho y su difusión de acuerdo con las distintas fases de la tempestividad periodística”. Este enfoque clásico de la Actualidad servía hasta no hace mucho tiempo para ser aplicado a la prensa escrita, pero no para la radio y la televisión, ya que, como afirma este autor, en esos dos medios de comunicación la actualidad “ya fue potencialmente superada por la posibilidad de la Simultaneidad o de la Instantaneidad, no siempre explotadas plenamente por estos medios (2005:174)”.

En la prensa escrita, la radio y la televisión, en un ciclo informativo diario, los hechos que aparecen en una jornada desaparecen en la jornada posterior. Es decir, las nuevas noticias sustituyen a las de las jornadas precedentes. En Internet, sin embargo, esta circunstancia no tiene por qué ser necesariamente así. Siempre existe la posibilidad de reservar las noticias que van perdiendo actualidad para construir con ellas marcos contextuales que servirán para complementar las información. Por eso, como indica CASASÚS (2005:175), “la actualidad tiene en Internet una profundidad histórica documentada y consultable de forma inmediata, capacidad que no tienen los otros medios. Internet, pues, permite una ampliación, una profundización y una expansión constantes y estables de la Actualidad en permanente proceso de acumulación hasta convertirse en Transtemporalidad”.

#### **4.2. La Inmediatez**

Este concepto de Transtemporalidad propuesto por este autor nos sitúa necesariamente ante otros conceptos que orbitan alrededor de lo transtemporal como es, por ejemplo, el de inmediatez, propuesto por ARMENTIA ET ALT (2000:181) quienes afirman que la aparición del periodismo digital permite el conocimiento inmediato de las noticias de última hora por parte del lector. Unas noticias, además, que el medio va actualizando permanentemente lo que implica, según estos autores, que sea necesario profundizar y reformular el concepto de inmediatez.

### 5. Es una información integral

El profesor Josep María CASASÚS (2005:173) propone la utilización del concepto integralidad como sustitutivo de la universalidad que, según GROTH, “significa que todo lo que existe y ocurre en cualquier parte del mundo es potencialmente objeto de comunicación por parte del periódico por ser objeto de los mundos presentes humanos”. De acuerdo con este concepto de universalidad vinculado a una de las características esenciales del periodismo tradicional, cualquier acontecimiento que suceda en cualquier lugar del mundo puede interesar a alguien y por ello puede ser producto de información.

Sin embargo, según afirma CASASÚS (Ibid.), en el periódico digital el concepto clásico de universalidad queda claramente superado, ampliado y, además, “lo ramifica con la representación de realidades virtuales y con el acceso a fuentes de conocimiento contenidas en la Red”. Este concepto de integralidad como sustitutivo de la universalidad afecta también a lo que en el periodismo tradicional se entendía como proximidad. ARMENTIA EL ALT. (2000:195) afirmaban que la aparición del diario digital obligaba a replantearse obligatoriamente algunos conceptos clásicos del periodismo y citan entre ellos a la proximidad. Esto no quiere decir que la proximidad geográfica, afectiva o temática, propias del periodismo tradicional, dejarán de ser a corto plazo aspectos esenciales en el mundo de la noticia. Quiere decir, sin más, que las informaciones que se produzcan en cualquier parte del mundo serán poco a poco, periodísticamente, mucho más cercanas, más próximas, porque cualquier consumidor puede acceder a ellas sin problema.

También LÓPEZ GARCÍA (2005:42-43) afirma que el periódico digital supera claramente el concepto de universalidad ya que “los contenidos expuestos en la página de cualquier medio de comunicación del mundo pueden ser consultados desde cualquier otro lugar conectado a la red, con independencia de la distancia física entre el emisor y el receptor, aquí perfectamente prescindible dado que el espacio definido por el medio se fundamenta en un referente virtual, el de las redes interconectadas a nivel planetario”.

Cualquier persona interesada en la evolución de la nacionalizaciones de las compañías petrolíferas en Bolivia, que afecta a la empresa española Repsol y por consiguiente a accionistas españoles, puede informarse instantáneamente y sin problemas en las ediciones digitales de los diarios bolivianos. Este artículo corresponde a la edición digital del periódico *El Diario* y ha sido consultado en la dirección [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)

The screenshot shows the digital interface of 'El Diario' from May 9, 2006. The main headline reads: 'Está sujeto a decisión de compañías Acciones de nacionalizadas serían pagadas a largo plazo y en especie'. Below the headline, there are bullet points: 'Desconocen los montos que deben ser resarcidos a las petroleras privadas.' and 'Discutirán valor de acciones en cada compañía, según presidente de YPPB.' The article text discusses the nationalization of oil companies and the role of the YPPB. On the right side, there are several smaller news snippets with titles like 'Internacionales', 'Garantías a la empresa privada', 'Titulares destacadas', 'Corte Nacional Electoral', 'Los efectivos de la fuerza contra el crimen delincuentes a miembros del "Cán Taraco"', 'Incumplimiento notable de las rescaudaciones del Impuesto Complementario de la Minería', 'Tarde o temprano volveremos al mar', 'MAS quiere dar vuelta a la página del Tratado Africano GI', 'Bolivia sin sanciones de ampliar la producción de hidrocarburos', and 'México reafirma su apoyo a TLC entre Sudamérica'.

Esta superación del concepto de universalidad afecta también a la proximidad desde las perspectivas afectivas y temáticas. El receptor a través de lo que CASASÚS denomina “los mundos virtuales de la digitalidad” (2000:174), tiene acceso inmediato a informaciones que suceden en cualquier parte del mundo y que nos impactan afectiva o temáticamente. Las informaciones que nos interesan por su temática o su emotividad son ya cercanas a cualquier receptor, aunque sucedan en cualquier parte del mundo. Sin embargo, es justo decir que CASASÚS da un paso más adelante cuando afirma que “es más oportuno denominar a este nuevo fenómeno Integralidad porque integra los mundos presentes del concepto clásico de Universalidad más los mundos virtuales de la digitalidad” (Ibid.).

## 6. Busca la personalización

Otro aspecto esencial del periodismo digital está en la personalización de los contenidos. Ahora bien, si entendemos por personalización el hecho de que un usuario puede acceder de forma individualizada a cualquier contenido informativo que se encuentra en la red podemos decir con rotundidad que, claramente, existe la personalización. Sin embargo, si entendemos la personalización como el hecho de que la red puede suministrar de forma personalizada información a cualquier cliente que la solicite, algo parecido a un diario personalizado, diremos que todavía nos encontramos muy lejos de alcanzar ese grado de personalización.

Esta aclaración es necesaria ya que algunos autores cuando hablan de personalización se refieren al hecho de poder recoger de forma personalizada cualquier información, pero sin tener en cuenta esa segunda vertiente que apuntamos, que, por otra parte, y en definitiva, nos conduciría a la auténtica personalización de los contenidos en la red. De ahí que nos refiramos en este punto a la búsqueda de la personalización como uno de los retos más importantes del periodismo digital.

Según el profesor José Luís ORIHUELA (2002), “los servicios de información *online* no sólo se orientan a *targets* con perfiles demográficos, profesionales o económicos similares, sino que se orientan a individuos, ya que la Red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario en particular”. José ALVÁREZ MARCOS (2005) se refiere a las excelencias del periódico digital que desde la aparición del formato PDF está al alcance del lector que lo requiera. Para ello basta entrar en las versiones digitales de los diarios escritos (algunas son de pago) para leer la información que desee. De momento, el concepto de diario personalizado queda todavía un poco lejos y va a exigir nuevos e importantes avances tecnológicos para que sea una realidad. Un diario personalizado al estilo del explicado por David PARRA VALCARCE y José ÁLVAREZ MARCOS (2004:112). Según estos autores, Nicholas NEGROPONTE lleva años investigando la puesta en marcha de sistemas de información personalizada que desemboquen en el “periódico inteligente” o el “periódico mayordomo”.

Estos dos autores citan una metáfora de NEGROPONTE (1995:182) para comparar la futura relación hombre-ordenador que es la que llama del mayordomo inglés: “El

agente responde al teléfono, reconoce a los que llaman, nos pasa las llamadas que juzga oportunas e incluso dice mentiras inofensivas si es necesario”. Sin embargo, la idea que Nicholas NEGROPONTE tiene del *Mi-diario* está todavía muy lejos de lo que los medios de comunicación digitales pueden ofrecer en la actualidad. Para NEGROPONTE (2000:185) el *Mi-diario* debe poseer un interfaz capacitado para “grabar todos los noticiarios por cable, leer todos los periódicos y sintonizar todas las cadenas de radio y televisión del planeta para luego elaborar un sumario personalizado. Esta clase de periódico saldría en ediciones de un ejemplar único”.

Según Mónica RAMÍREZ ACEVEDO (2005:158), la personalización de los diarios digitales españoles ha estado hasta el momento orientada fundamentalmente al comercio electrónico y los servicios de pago que a suministrar al lector formas para la obtención de información personalizada.

**EL PAIS**.es | Titulares en su web

Bienvenido a la aplicación  
ELPAIS.es en su página web

A través de esta herramienta usted podrá **seleccionar y configurar** los titulares para colocarlos en su página web.

**En sólo 4 pasos:**  
 1. Elija la sección o categoría.  
 2. Elija un tipo de diario o archivo.  
 3. Obtenga su código.  
 4. Intégrele en su web.

Los titulares se actualizarán en **tiempo real**, manteniendo siempre informados a los lectores de su página.

**Datos del usuario y dirección web**

Nombre:  Apellidos:   
 País:  Correo electrónico:   
 Dirección web:  Sector:   
 Deseo recibir más información sobre temas de sindicación de contenidos.  
 Acepto las condiciones de contratación y política de privacidad.

**Otros titulares para su web**

**PAI** ELPAIS.es  AS.com  Cincodías.com  Codere.com

© Diario El País S.L. | Prisa.com S.A.

Como una forma de personalización de los contenidos informativos, *El País* ofrece la posibilidad de que los lectores de la edición digital seleccione y configure los titulares del día para colocarlos en la página web del lector. La actualización de estos titulares se va efectuando a tiempo real.

Por lo demás, según datos extraídos por RAMÍREZ ACEVEDO en su investigación (2000:158-196), la personalización varía de unos a otros diarios, pero en general se refiere a: consultas personalizadas o espacios para que las inquietudes del lector puedan ser resueltas de forma individualizada; consultas a terceros, entendidas como las que se realizan a empresas consultoras ajenas al equipo editorial; envío de contenidos a e-mail, como una de las mejores fórmulas de fidelización de los usuarios de un medio digital; envío de contenidos a móviles; entre ellos contenidos informativos básicos; envíos de contenidos a otros inalámbricos, como pueden ser agendas electrónicas; conexión a Internet, de gran importancia porque el diario se convierte también en un proveedor de servicios en la red; cuenta de correo gratuita, como prueba fehaciente de que el periódico online tiene mucha más utilidad que la de disponer sólo de contenidos informativos; buscador de contenidos internos, para facilitar la búsqueda de informaciones publicadas en fechas anteriores; buscador externo, para enviar al usuario información aunque no esté contenida en el sitio propio del diario; tiempo local, que permite conocer al instante el tiempo de cada ciudad; comercio electrónico, como una de las vías de financiación más importante del diario;

envío de ofertas comerciales, ofertas que llegan a los usuarios enviadas por el medio a través del e-mail; cobro por servicios, como puede ser desde el envío en formato PDF del diario a la dirección de correo del usuario o, por ejemplo, para realizar consultas de distinta índole a profesionales especialistas.

## 7. Simplifica la Mediación profesional

José LuíS ORIHUELA, en el texto anteriormente citado, “la Red ha puesto en cuestión el último paradigma que nos quedaba en pie: el de la mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes y a los propios medios”. ORIHUELA argumenta para ello que la búsqueda de información, los filtros, su contraste, edición y publicación eran hasta ahora facultades constitutivas del perfil profesional de los comunicadores. Un papel tradicional de unos editores, *gatekeepers*, que tenían como función clásica la construcción de la *agenda setting*. Es cierto que la red va a modificar y de hecho lo está haciendo ya el papel de mediación entre información y público, pero no es menos cierto que esto sucede y va a suceder en la relación entre audiencias y determinados tipos de información que existen en la red, pero no entre los usuarios y los medios de comunicación profesionalizados.

Este mismo criterio mantiene Ramón SALAVERRÍA (2005:138) cuando afirma que “los diarios españoles analizados potencian, en sus versiones tanto impresa como digital, la elaboración propia de la información. El 79,9% del contenido editorial online e impreso más importante de las portadas analizadas posee la rúbrica de un periodista, mientras que sólo el 16,9% de los principales items informativos tienen su origen en agencias de noticias.

María Bella PALOMO TORRES (2005:205) comparte un criterio similar cuando afirma que “el descenso del coste y de la complejidad de la fase productiva ha permitido al periodista participar de principio a fin en la configuración del cibermedio sin intermediarios, con modificaciones más inmediatas”.

Otros autores como Javier DÍAZ NOCI y Koldo MESO (2005:266), no sólo no hablan de la pérdida de importancia de los periodistas en la producción de los textos digitales, sino que plantean la necesidad de que las facultades de periodismo sean capaces de “formar profesionales versátiles, volcados en la mejoría de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades que propician los recursos digitales”. Algo alejado a esa tendencia de la pérdida de intermediación de la que habla ORIHUELA.

El papel que hasta ahora ha estado haciendo un *gatekeeper*, por ejemplo en un diario como *El País*, que ha elegido la información, ha buscado las fuentes y ha meditado acerca del enfoque más oportuno, ese papel, insistimos, seguirá y sigue haciéndose en las ediciones digitales de ese mismo diario. Si hablamos de periodismo digital profesional, la mediación seguirá ahí e, incluso, alcanzará una importancia mayor porque el mediador tendrá acceso a más información y, por lo tanto, tendrá más posibilidades para elegir y necesitará un esfuerzo superior.

La red permite el acceso inmediato a informaciones no institucionalizadas o a través de blogs a puntos de vista de periodistas, expertos o simplemente lectores que tienen algo que decir sobre los temas que son producto de información. Esto no quiere decir, sin embargo, que se pierda la intermediación profesional

Otro aspecto distinto es el de la mediación referida a la obtención de información. Hasta ahora para acceder a la información existía una dependencia casi absoluta de los grandes medios o las grandes multinacionales de la comunicación: diarios, agencias, etc. El acceso a la información no institucionalizada era difícil, lento y costoso. Ese es uno de los grandes cambios de la red. Hoy, las personas que lo deseen, pueden tener acceso a información no institucionalizada, que circula por cauces ajenos a los grandes medios y agencias de comunicación y que sí ponen claramente en entredicho el papel de la mediación. Hoy en internet la información institucionalizada funciona con la misma rapidez que la no institucionalizada.

### 8. La información es potencialmente ilimitada

Uno de los aspectos más importantes del periodismo digital es que rompe con la relación espacio temporal tan importante en los medios tradicionales. Para el periodismo digital el espacio y el tiempo no crea las servidumbres propias del periodismo convencional: prensa, radio y televisión.



Para el periodismo digital la página queda sustituida por un espacio abierto en el que no existen márgenes ni límites para la información. La facultad para informar sobre un tema de interés es potencialmente ilimitada, porque potencialmente ilimitada es también la facilidad para almacenar la información que se considera de interés.

Si el lector quiere profundizar en la información que se le ofrece tiene la posibilidad de pinchar en unos links que hay en una sección llamada Además, donde se le ofrecen textos con diferentes puntos de vista sobre el tema central

Esta esencial característica hace que ARMENTIA ET ALT (2000:181) se planteen que el periodismo digital rompe con la rigidez de la página como espacio para ubicar noticias, lo que obliga a estudiar nuevas formas para jerarquizar las noticias; y contribuye a acceder con una extrema facilidad a mucha información, mucha más de la que cabe en unas páginas del periodismo escrito convencional. De ahí que para estos autores el periodismo digital se convierte en un vehículo idóneo para el desarrollo del periodismo de profundidad porque el periodismo on line tiene una gran facilidad para mantener textos almacenados y permanentes conexiones de textos eminentemente informativos con editoriales, columnas de opinión, análisis periodísticos de expertos, valoraciones, informes periodísticos, bancos de datos, páginas web, etc. Toda una gama de textos que ayudan a comprender y contextualizar mejor los temas.

No sólo estamos ante un medio de comunicación que tiene una potencialidad casi ilimitada para almacenar información, sino que, además, su difusión es prácticamente ilimitada también. Cualquier información puede ser leída en cualquier parte del mundo. Además, es interesante destacar aquí un aspecto relacionado con estas potencialidades. Tal y como afirma José ÁLVAREZ MARCOS (2005:38) “en la Red ningún periódico se agota y no existen más barreras y distancias que las impuestas por el ancho de banda utilizable y la calidad de las conexiones”.

### **8.1. La abundancia**

José LUÍS ORIHUELA (2002: 2) se refiere también a los escasos límites que tiene la información en Internet. Según este autor los medios digitales “multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal. No hay límites a la cantidad de medios que pueden existir en la Red, no hay límites tampoco sobre el volumen de información que cada uno de ellos puede ofrecer al usuario, y además el costo de hacer pública la información en la Red es prácticamente equivalente para todos”. Esta situación es la que le lleva a afirmar que una característica esencial de la información en la red es la abundancia.

### **8.2. El almacenamiento**

También LÓPEZ GARCÍA (2005:43) se refiere al concepto de abundancia y afirma que es posible gracias a la capacidad de almacenamiento de material informativo que existe en la red. “Una capacidad –afirma este autor - en todo caso mucho mayor que la que pueden acreditar los medios convencionales y además mucho más accesible para el usuario [...]. Los medios digitales pueden ofrecer fácilmente sus archivos digitalizados para el acceso instantáneo a los mismos por parte del público, trátase de texto, sonido o imágenes, que pueden consultarse, insistimos, en cualquier momento”.

Por eso, afirma LÓPEZ GARCÍA (2005:45), los medios digitales, merced a esa capacidad de almacenamiento, tienen la “posibilidad de actualización de la información, de suministrar la información a cualquier usuario en cualquier parte del mundo y en cualquier momento y están en condiciones de ofrecer un menú informativo mucho más completo que el de cualquier medio tradicional”.

## 9. Es un medio versátil

El Periodismo Digital ha aportado algunas características propias que hasta el momento no formaban parte de la práctica y la teoría periodísticas. Josep María CASASÚS (2005:176) afirma que en esta práctica periodística “también concurren rasgos nuevos, sin antecedentes ni parangón con las anteriores formas de materialización periodística” y destaca entre ellas la versatilidad, de la que dice que es una característica “propia del Periodismo en Internet, sin equivalente en la prensa”. Este autor afirma que la versatilidad “significa que el medio no agota sus prestaciones en las funciones estrictamente comunicativas sino que es susceptible de servir a otros objetivos y usos que no son únicamente los objetivos y usos periodísticos y publicitarios propios del Periodismo Impreso” (Ibid.). Para ilustrar con un ejemplo este carácter versátil del Periodismo Digital afirma que “la versatilidad plantea una renovada concepción imaginativa de lo que hasta ahora hemos denominado Periodismo de Servicios en un sentido amplio” (Ibid.).

En esta página de *El Mundo* se ofrece toda una gama de ofertas para los lectores, cercanas todas ellas a lo que entendemos como periodismo de servicios en un sentido amplio, tal y como lo define Josep María CASASÚS

La importancia del Periodismo Digital no está exclusivamente en la posibilidad de tratar la información de forma completamente novedosa, sino también en que abre las puertas a mundos temáticos nuevos y posibilidades que no eran posibles hasta ahora. Nuevos tratamientos periodísticos porque, tal y como afirman ARMENTIA ET ALT (2000:191) “un canal tan versátil como el del periodismo online abre las puertas a nuevas formas de hacer periodismo”, que estos autores concretan en el desarrollo de un periodismo de profundidad y la ampliación casi sin límites de los servicios en el periodismo. Recogen una frase de Pilar DIEZHANDINO (1994:76) para explicar lo que significa ese periodismo de servicio que reivindican: “Cuando se habla de Periodismo de Servicio nos referimos a cómo las noticias afectarán a los lectores personalmente, a qué pueden hacer frente a un problema, cómo prevenirlo y cómo resolverlo”.

## 10. Es Interactiva

La Red ha supuesto cambios muy importantes en los sistemas de comunicación entre emisor y receptor en lo que a difusión de información se refiere. Uno de los



Periódico Digital”. El problema que hasta hace unos pocos años tenía la accesibilidad es que estaba limitada a una tecnología que no permitía un acceso abierto a la información. Sin embargo, en el periodismo digital, afirma este autor, “existe una mucho más amplia potencialidad o capacidad latente de difusión y de acceso abierto e interactivo. En este sentido puede decirse que la Accesibilidad del medio impreso se transforma en Interactividad en el medio digital” (Ibid.).

Por su parte, Guillermo LÓPEZ GARCÍA (2005:56-62) destaca la importancia de la interactividad y la observa también en una triple vertiente: “a) interactividad con el emisor; b) interactividad con la información; y c) interactividad con otros usuarios (Ibid.:57)”. Interactividad con el emisor que, como afirma LÓPEZ GARCÍA, se puede producir entre grupos de personas o también de forma privada o individual. Interactividad con la información ya que, como afirma este autor (Ibid.:58) el emisor proporciona un abanico de posibilidades para la navegación, pero “otorgando al receptor una amplia discrecionalidad para seleccionar la información que consume y el orden de la misma”. Interactividad también de los usuarios entre sí, posible gracias a toda una gama de herramientas que existen en la red. LÓPEZ GARCÍA (2005:60) cita como las más importantes las siguientes: “a) chats, tanto públicos como privados; b) foros de debate, grupos de noticias y tableros de anuncios; c) juegos en red; d) formularios; e) encuestas; f) correo electrónico y g) programas de transferencia de archivos entre usuarios”.

## 11. Es hipertextual

Cuando decimos que en la red la información puede ser hipertextual nos estamos refiriendo a que un texto se puede construir con la suma de muchos textos parciales que se intercomunican entre sí. La cantidad de textos intercomunicados dependerá, por ejemplo, de la importancia del tema; y las intercomunicaciones pueden ser más o menos simples, más o menos complejas.

Una definición para el concepto de hipertexto la podemos recoger de Lluís CODINA (1999), quien afirma que “un hipertexto es una estructura informativa que organiza en forma de red a un conjunto de elementos y permite al usuario varios itinerarios (1999:2)”. Estamos ante un texto muy singular en el que, según CODINA, en su estructura coinciden cuatro elementos: “Nodos, enlaces, anclajes y mapas de navegación”.

Estas informaciones intercomunicadas entre sí en unos casos pueden ser textos escritos, pero pueden ser también informaciones visuales, integradas fundamentalmente por fotografías, o pueden ser textos mixtos, es decir informaciones formadas por imágenes y material textual. La formación hipertextual está más relacionada con la estructura del pensamiento que con la escritura. El pensamiento es asociativo, radial y complejo, mientras que la escritura es secuencial y lineal.

Si decimos que el hipertexto está más relacionado con la estructura del pensamiento es porque los caminos que puede seguir un lector en un hipertexto son múltiples, por lo que es el receptor el que en cada caso decide qué camino seguir y qué información

recoger. Este es precisamente el valor y la esencia del hipertexto: dos lectores no tienen por qué hacer el mismo recorrido informativo, dependerá de las preferencias del lector y su interés por el tema. La información está ahí, expuesta en su complejidad, pero la recolección informativa puede ser diferente para cada uno de los lectores.

José Luís ORIHUELA (2002:2) se refiere también a la característica hipertextual de la información en la red y afirma que “frente al modo lineal o secuencial que ordena la estructura del discurso en los medios tradicionales, los soportes digitales permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces)”. ORIHUELA destaca también la ruptura de la estructura lineal y la similitud del hipertexto como modelo estructural cercano al pensamiento. “Precisamente el nacimiento del hipertexto fue motivado por la necesidad de disponer de sistemas de almacenamiento y recuperación de información que funcionaran de modo análogo al pensamiento humano”.

Para David PARRA VALCARCE y José ÁLVAREZ MARCOS (2004:105), la posibilidad de estructurar la información de acuerdo con un esquema hipertextual es lo que permite dar profundidad a la información. En Internet las informaciones se configuran por capas, que aparecen en pantalla en función de los nodos y enlaces de hipertexto activados. En algunas ocasiones se emplean hasta cinco capas o niveles de profundidad”.

En la información de esta jornada el diario recoge unas declaraciones de Ibarretxe sobre la política a seguir tras la tregua de ETA. El diario *El País*, además, ofrece la posibilidad de profundizar en la noticia a través de numerosos enlaces. Estamos ante un hipertexto, es decir, un texto que nos conduce a otros muchos para ampliar información

Para LÓPEZ GARCÍA (2005:48) la hipertextualidad hace que el consumidor de información en la Red pueda afrontar cada texto como una experiencia comunicativa nueva y abierta e insiste también en la bidireccionalidad que hace que el receptor pueda convertirse al mismo tiempo en emisor. “El usuario de Internet se diferencia del consumidor de otros medios de comunicación en un aspecto fundamental: a diferencia del público de medios de comunicación tradicionales, condenado irremisiblemente a ser mero receptor pasivo de una información previamente definida y con una estructura cerrada, el internauta cuenta con la posibilidad de salirse de ese cuadro clausurado para convertir el consumo de información en una experiencia comunicativa abierta, esto es, determinar, en cuanto receptor activo, qué contenidos desea recibir, con qué estructuración, en qué orden,... Y, en última instancia, puede constituirse incluso como emisor, es decir,

The screenshot shows the EL PAÍS website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'la portada', 'lo último', 'el índice', 'lo más...', 'mi País', and 'el archivo'. Below that, the date and time are displayed: 'Lunes, 15 de mayo de 2006, actualizado a las 18:25 h.'. The main headline reads: 'Ibarretxe dice que "hablar de política compete a los partidos" tras la entrevista de ETA'. A sidebar on the right contains the text 'es informar es innovar'. Below the main article, there's a section titled 'Noticias relacionadas de otras ediciones' with several links to related news items, such as 'ETA subraya que la clave del proceso de paz "está en el debate democrático en Euzkadi Herria"', 'El sueño del cántabro', 'Tellería niega que ETA tomara decisiones sobre el diario 'Egri'', 'Un ciclista aragonés dice que KAS y ETA "siempre han sido lo mismo"', 'El juez dóniega a Orrego y Barrera el permiso para viajar a Irlanda al existir riesgo de fuga', 'El Gobierno dice que la entrevista de ETA demuestra que no pactó un precio político', and 'El 80% de los ciudadanos considera acertada la gestión de Zapatero ante el alto el fuego de ETA'. At the bottom, there's a small section titled 'A fondo' with a sub-headline 'El terrorismo de ETA' and a brief summary: 'La banda terrorista ETA ha declarado el alto el fuego permanente, para "impulsar un proceso de normalidad" que conduzca a la Paz. 24-05-2006'.

puede establecer una bidireccionalidad en la comunicación que de ninguna manera era posible en los medios convencionales”.

## 12. Es Multimedia

Los medios digitales, merced a la gran versatilidad de las nuevas tecnologías en la Red, han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones en flash, etc., es decir, un texto que es claramente multimedia y que obliga a pensar de qué forma adecuada se pueden estructurar e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector.

José LUÍS ORIHUELA destaca también la importancia de la multimedialidad (2002:2) y afirma que “la tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la Red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en un mismo soporte, junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia”.

Para Guillermo LÓPEZ GARCÍA (2005:46) es precisamente esta capacidad para integrar en un único texto toda una gama de diversas formas comunicativas es lo que realza la importancia de esta característica de multimedialidad. ya que necesariamente da lugar a un nuevo tipo de lenguaje.

The screenshot shows the EL PAÍS website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'la portada', 'lo último', 'el índice', 'lo más...', 'mi País', and 'el archivo'. Below that, the date 'Lunes, 15 de mayo de 2006, actualizado a las 10:24 h.' is displayed. The main content area features a large headline: 'Ibarretxe dice que "hablar de política compete a los partidos" tras la entrevista de ETA'. To the right of the headline is a 'es informar' box. Below the headline, there are several multimedia elements: a 'FOTOGALERÍA' titled 'Víctimas de ETA tras la tregua (I)', another 'FOTOGALERÍA' titled 'Atentados de ETA tras la tregua (II)', and a 'FOTOGALERÍA' titled 'Pumpkin desde a los policías asesinados en Sangüesa'. There's also a video player with the title 'Animación: Los trágicos de ETA desde enero de 2002' and a 'FOTOGALERÍA' titled 'El Lehendakari Juan José Ibarretxe, en la inauguración de una exposición sobre el mundo suel' en la localidad de Algora (Álava) (ETA)'. At the bottom right, there's a '118 24 MARCA LA DIFERENCIA' logo.

En la misma información que la del ejemplo anterior, referida a las declaraciones de Ibarretxe sobre ETA, además de links textuales ofrece la posibilidad de enlazar con fotogalerías y animaciones en flash referidas al mismo tema. Aquí tenemos el paso de una información normal, a otra con enlaces textuales y a una tercera con enlaces multimedia

Josep María CASASÚS (2005:76) habla de la Multiplicidad para referirse a la característica multimedia de los textos en la red. Para este autor la Multiplicidad es otra característica propia del Periodismo Digital “que tampoco tiene parangón en Prensa, Radio y Televisión” y que para este autor “significa que el nuevo medio puede integrar productos y prestaciones propios de estos otros medios. La Multiplicidad es, en definitiva, la expresión de las posibilidades multimedia del Internet periodístico”.

PARRA VALCARCE y ÁLVAREZ MARCOS (2004:104) afirman que la multimedialidad ha traído consigo una gran dificultad para diferenciar los nuevos medios ya que hasta

el momento los medios convencionales como la prensa, radio y la televisión son “monomedias” y poseen unos perfiles claramente diferenciados”. Sin embargo, en la red -afirman estos autores- “el periódico se ha convertido en multimedia o, para ser más precisos, en un hipermedia. La escritura se mezcla con sonido e imagen en movimiento y se potencia con el hipertexto. El periódico en Internet tiene la rapidez de los medios audiovisuales y, además, puede ser leído. Las noticias se convierten en objetos informativos digitalizados, que adoptan la forma visual que el lector requiera. Además, conviven con otra serie de objetos, como botones, formularios, o cajas de búsqueda que desencadenan acciones informativas cuando son activados. Estos nuevos objetos, exclusivos de los medios cibernéticos también configuran la estructura redaccional de las informaciones y su posterior lectura”.

### **13. Conclusiones**

1. Un aspecto muy importante de la información en la Red es que permite que el flujo informativo sea continuo. Esta posibilidad exige la permanente actualización de los textos. Esta actualización hace que algunos autores como Guillermo LÓPEZ GARCÍA consideren a los medios de comunicación que utilizan la red como “aperiódicos”, porque se actualizan permanentemente según los deseos e intereses del editor.

2. Las actualizaciones en la red no sólo son continuas, sino que se realizan instantáneamente. La instantaneidad multiplica la importancia de la actualización. La instantaneidad significa que el desfase temporal que necesitan la prensa y en ocasiones la televisión, no así la radio, para la emisión de sus contenidos, en la Red quedan publicados en el soporte digital de inmediato.

3. La continuidad del flujo informativo en la red es porque en el periodismo digital la página queda sustituida por un espacio abierto en el que no existen márgenes ni límites para la información. La facultad para informar sobre un tema de interés es potencialmente ilimitada, porque potencialmente ilimitada es también la facilidad para almacenar la información que se considera de interés.

4. La información que circula en la Red es integral porque modifica claramente el concepto de proximidad en todas y cada una de estas vertientes. El receptor tiene acceso rápido, inmediato, a cualquier información que sucede en cualquier parte del mundo.

5. A pesar de que los diarios digitales buscan la personalización de sus contenidos, la idea que Nicholas NEGROPONTE tiene de personalización está muy lejos de lo que hoy por hoy pueden ofertar los medios digitales. Hasta el momento, la personalización de los diarios digitales españoles ha estado hasta el momento orientada fundamentalmente al comercio electrónico y a los servicios de pago y mucho menos a suministrar al lector formas para la obtención de información personalizada.

6. Hay autores como JoséLuís ORIHUELA que afirman que la red simplifica la mediación profesional. Consideramos esta afirmación parcialmente acertada, ya que

en el periodismo profesional la mediación será siempre importante y además la realizarán periodistas que precisarán de conocimientos superiores a los actuales, dado el carácter multimedia de los textos en la red.

7. CASASÚS destaca la versatilidad del periodismo digital y la define como una concepción renovada de lo que hasta ahora hemos denominado Periodismo de Servicios en un sentido amplio. Esta versatilidad de la que habla este autor es una característica propia del periodismo en internet, sin equivalente en la prensa convencional.

8. Otra característica de primer orden de la red es la interactividad entre emisor y receptor que permite que el flujo informativo no está exclusivamente en manos del emisor, sino que el receptor tiene en sus manos la capacidad de elegir la información e incluso difundirla. Interactividad significa que se difuminan los límites entre emisor y receptor. Es, como ilustra perfectamente José LuÍs ORIHUELA, una proyección a escala pública del paradigma de la comunicación telefónica.

9. La información que se difunde en la red puede ser, si así se desea, hipertextual. Es decir, un texto se puede construir con la suma de muchos textos parciales que se intercomunican entre sí. La cantidad de textos intercomunicados dependerá, por ejemplo, de la importancia del tema; y las intercomunicaciones pueden ser más o menos simples, si lo que interrelacionan es exclusivamente textos, o más o menos complejas si intercomunican textos con imágenes fijas o en movimiento y relatos de sonido.

10. Los medios digitales no sólo interrelacionan textos escritos, sino que, gracias a la versatilidad de las nuevas tecnologías en la Red, han permitido la creación de informaciones en las que se puede integrar texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, infográficos, animaciones en flash, etc., es decir, un texto que es claramente multimedia y que obliga a pensar de qué forma adecuada se pueden estructuran e integrar todas estas potencialidades en un único texto que además sea perfectamente inteligible para el lector.

#### 14. Referencias bibliográficas

ALVÁREZ MARCOS, José

2005: “El Periódico bajo Demanda”, publicado en *Las tecnologías Periodísticas desde el ayer al mañana*. Sevilla, Sociedad Española de Periodística.

ARMENTIA, J. I. et al.

2000: *El Diario Digital*. Barcelona, Bosch.

CASASÚS GURI, Josep Maria

2005: “Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital”, en *Las tecnologías Periodísticas desde el ayer al mañana*. Sevilla, Sociedad Española de Periodística.

CODINA, Lluís

1999: “H de *Hypertext*, o la teoría de los hipertextos revisitada”. En <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/codina.htm>

DÍAZ NOCI, Javier y MESO AYERDI, Koldo

2005: *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social.

DIEZHANDINO, Pilar

1994: *Periodismo de servicio*. Barcelona, Bosch.

GIL, Quim

1999: “Diseñando el periodista digital”. *Sala de prensa*, nº 13. Vol.2. en: [www.saladeprensa.org/art89.htm](http://www.saladeprensa.org/art89.htm)

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo

2005: *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia, Tirant lo Blanc.

LÓPEZ GARCÍA, Xoxe

2005: *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social.

NEGROPONTE, Nicholas

2000: *El Mundo Digital, un futuro que ya ha llegado*. Barcelona, Ediciones B.

ORIHUELA, José Luís

2002: “Internet, nuevos paradigmas de la comunicación”, nº 77 de *Chasqui*, Revista Latinoamericana de Comunicación.

PALOMO TORRES, María Bella

2005: *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social.

PARRA VALCARCE, David y ÁLVAREZ MARCOS, José

2004: *Ciberperiodismo*. Madrid, Síntesis.

RAMÍREZ ACEVEDO, Mónica

2005: *La relación del servicio de personalización de contenidos de las ediciones digitales de la prensa española y el Mi-Diario*. Leioa, Servicio Editorial UPV.

SALAVERRÍA, Ramón

2005: *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social.