

Galería de Papel. Fotografía: Nicolás Pineda.



# MEDIOS DIGITALES

*Los medios digitales tienen algunas características similares a las de los medios clásicos o tradicionales, es decir, prensa, radio, y televisión; sin embargo, también tienen sus rasgos distintivos, a saber: 1) Mensajes elaborados con Hipertexto o Hipermedia; 2) Actualización continua de la información; 3) Acceso a un volumen mayor de información; 4) Interactividad peculiar; y 5) Posibilidad de ofrecer un producto personalizado. De acuerdo con el criterio de diversos especialistas, algunas de las características antes mencionadas suponen una nueva forma de presentar y estructurar los mensajes periodísticos. El presente trabajo determina y analiza el criterio de un grupo de comunicadores on line de los principales diarios digitales venezolanos sobre las diferencias existentes entre un medio impreso y uno digital.*

■ **Carlos Abreu Sojo**

## Y CAMBIOS EN EL PERIODISMO

### La óptica de nuestros comunicadores on line

Pareciera haber consenso entre los especialistas en que, con Internet, estamos ante un nuevo medio de comunicación. Aun cuando la Red tiene algunas características similares a las de los medios “clásicos”, vale decir, prensa, radio y televisión, también posee sus rasgos distintivos.

Una de esas características es el *hipertexto*, suerte de entramado electrónico, compuesto por palabras, algunas de las cuales están vinculadas con otros textos o documentos, y que se materializa en hipervínculos o hiperenlaces. De modo que es una escritura no secuencial que se contrapone a formas de expresión tradicionales como la escritura convencional y el discurso hablado (Landow, 1995: 91).

El hipertexto tiene su máxima expresión en el *hipermedia*, que permite enlaces no solamente a otros fragmentos de texto, sino además a otras formas de media tales como sonido, imágenes y anima-

ciones. En otras palabras, combina hipertexto con multimedia (Joyanes, 1998: 70).

Otro rasgo distintivo de Internet, y su manifestación más vinculada al periodismo, es decir, la Web, es la posibilidad que tienen los diarios electrónicos de *actualizar continuamente la información* según se va generando la noticia. Por ejemplo, *The Washington Post* y *The New York Times* renuevan constantemente sus textos e imágenes (Abreu, 2003: 83).

Ergo, en el llamado periodismo electrónico, en línea, en red, en la Web o digital -estas denominaciones suelen utilizarse como sinónimo-, es factible actualizar casi instantáneamente las informaciones, como en la buena radio o televisión, y ha dado nacimiento al término información en “tiempo real”.

No sin razón, alguien pudiera señalar que el “tiempo real” no es una novedad de Internet, ya que la radio y la televisión vienen difundiendo información en “vivo y di-

recto” -su equivalente- desde hace algunas décadas.

En este sentido, resulta oportuno citar el pensamiento de Quim Gil (1999: 6) quien aclara que “a diferencia del flujo informativo de la radio y la televisión, que es substitutivo de las informaciones previas, el flujo de la Red es acumulativo. Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada o su clasificación en un archivo aparte”.

El periodismo electrónico, por otra parte, ofrece al usuario la posibilidad de tener acceso a un *volumen de información mayor* que la edición impresa, el noticiero de radio o de televisión. Incluso hay quienes piensan que, más allá, de lo cuantitativo, los medios digitales además tienen la posibilidad de tratar más profundamente el mensaje.

¿Y qué decir de la *interactividad*? Los expertos en el tema resaltan esta característica, de suyo una de las grandes ventajas de los medios en línea, cuyo rasgo distintivo es que permite al cibernauta la posibilidad de escoger qué información va a recibir, tanto desde el punto de vista de la forma como del volumen.

A juicio de Lizy Navarro (2001: 4) el éxito de Internet se debe a las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. Añade que la retroalimentación es casi inmediata. “Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en un mismo plano. Así, el tradicional esquema de emisor-canal-receptor se transforma”.

Esa bidireccionalidad de la que habla Navarro se concreta a través de diversos mecanismos -algunos propios- de la red como el e-mail, foros, chats, encuestas de opinión, y perfil del lector, entre otros.

De otro lado, el periodismo digital permite la posibilidad de un *producto personalizado*. Esta característica ha sido resaltada por algunos estudiosos, al punto de que en virtud de ella se considera que estamos ante un nuevo paradigma de la comunicación, y ante la muerte de los medios de comunicación de masas.

Aun cuando parece prematuro hablar en estos momentos de la defunción de los medios tradicionales, sí es un hecho que en los medios digitales el emisor ofrece información, y es el usuario quién decide qué recibe, cuándo y cómo. En otras palabras, es factible que la estructura y presentación de los medios en línea pueda adaptarse a los gustos, intereses y conocimientos de cada destinatario.

Este nuevo esquema del proceso de la comunicación se denomina *narrowscas-*

“

**De otro lado, el periodismo digital permite la posibilidad de un producto personalizado.**

**Esta característica ha sido resaltada por algunos estudiosos, al punto de que en virtud de ella se considera que estamos ante un nuevo paradigma de la comunicación**

”

*ting* y, al contrario del *broadcasting*, propio de la radio y la televisión, está definido por cada uno de los receptores, o usuarios, y no por el emisor del mensaje.

#### **TRANSFORMACIONES EN EL PERIODISMO**

De acuerdo con el criterio de diversos especialistas, algunas de las características antes mencionadas suponen una nueva forma de presentar y estructurar los mensajes. Por ejemplo, en cuanto al hipertexto se considera que la jerarquía de la información cambia ostensiblemente toda vez que en este sistema partes del discurso, desde palabras hasta imágenes -en el caso de hipermedia-, se relacionan, gracias a los *links*, con información de uno o más documentos.

De manera que la Red se caracteriza por disponer de una capacidad de memoria casi ilimitada, lo que permite que el periodista ofrezca *backgrounds*, utilice archivos y haga público el acceso a bases de datos. Asimismo, permite fortalecer el texto con documentación adicional, obtenida ora en el archivo del periódico ora mediante enlaces directos a las fuentes de información. Esto, por lo demás, supone una mayor preparación y discernimiento de parte del periodista (Sandoval, 2001: 6).

Ergo, el hipertexto hace que los periodistas desarrollen una vinculación entre conocimientos o hechos comunes, aunque

a veces estén tan alejados que parezcan no tener vinculación, lo que pone de relieve de nuevo al periodismo interpretativo. Pero, al mismo tiempo, la hipertextualidad exige una capacidad de síntesis, toda vez que muchos usuarios no disponen de mucho tiempo para pasarlo delante de la computadora, amén del caudal de información existente en Internet.

Las posibilidades del hipertexto y/o del hipermedia le aseguran al periodista un amplio espacio cuando desee documentar un trabajo periodístico permitiéndole ampliar el mensaje, incluir nuevos testimonios y réplicas de fuentes, por ejemplo. Igualmente, el uso de diferentes links aumenta las posibilidades de contrastar las informaciones al establecerse enlaces con otras versiones de dicha información en la Red. “Explicitar el proceso de creación y gestión de la información -asegura Quim Gil- también acrecentaría la credibilidad” (Gil, 1999: 2).

La actualización continua permite renovar las noticias periódicamente si fuera necesario. Por ejemplo, si sucede un acontecimiento en determinado sitio del mundo es factible reseñar el mismo en pocos minutos y actualizar los textos, imágenes y sonidos en la medida que se reciben nuevas informaciones en torno al mismo.

Esta característica pareciera conducir al periodismo *on line* hacia la senda de la doctrina de la objetividad, donde el inmediatismo es fundamental. No obstante, especialistas como Raúl Trejo (1998: 11) estiman que habrá publicaciones electrónicas que tratarán de imitar a la radio y la televisión -en cuanto a suministrar grandes cantidades de noticias-, mientras que otras preferirán ubicar los acontecimientos en un contexto, documentarlo o explicarlo.

La interactividad conlleva algunas innovaciones en materia de elaboración de los mensajes periodísticos, por ejemplo, la posibilidad de que los lectores puedan ser coautores de la información. Verbigracia, *La Nación OnLine* publica fotos, y el cibernauta envía leyendas o completa globos. Del mismo modo, *Intervoz* propicia la participación de su audiencia al presentar historietas con globos en blanco. Y en *La Nación* el lector puede crear su página personal del tiempo seleccionando lugares (Echeverría, 1999: 4-5).

Otra novedad es que se puede contar el número de veces que los lectores consultan una información. Esto permite determinar el grado de interés que despierta dicho mensaje y, en consecuencia, planificar su ulterior cobertura. Más aún, la interactividad permite que el receptor del mensa-

je pueda refutar al periodista, comentar lo que escribe o aportar nuevos datos.

Como indica Hilda García Villa (2000: 3), el usuario participa en los contenidos que desea encontrar:

*El juicio editorial tiende a transformarse y ese poder de decisión con que el editor cuenta en otro medio, se ha visto reducido en Internet. Ahora tiene un jefe más con quien debatir los temas y encuentra una manera más cercana a su lector. La información fluye tal y como los usuarios quieren que sea, pues es el mismo ciberlector quien interactúa con el sistema y con otros usuarios a través de comunidades virtuales según sus intereses.*

Incluso, hay quienes estiman que las características de los periódicos *on line* conllevan una nueva retórica. Aunque la retórica lineal numeraria que establece un orden, muy adecuado para la imprenta, continúa apareciendo dentro de los bloques de textos individuales de las ediciones digitales, sin embargo, no puede ser empleada para estructurar argumentos en un medio que propicia recorrer caminos diferentes en vez de seguir uno lineal.

En general, se ha propuesto una nueva sintaxis para el medio electrónico, donde la brevedad y precisión de los textos es fundamental. La idea es que el lector no se canse ante la pantalla de la computadora, la cual tiene sus límites y exigencias, que difieren sustancialmente de las de la lectura convencional.

En este sentido, Serge Guérin (En Castañeda, 2001) estima que “el paso hacia la pantalla” requiere de una escritura menos literaria, más cerca del lenguaje oral. Añade que las frases deben ser cortas y el vocabulario simple pero imaginativo. “Además, el trabajo de edición en los tres niveles de lectura (el título, el antetítulo, los subtítulos y los sumarios) demanda una simplificación de la presentación, puesto que la aprehensión de la página reduce el impacto de los titulares”.

La admisión de la existencia de una nueva retórica o de un nuevo lenguaje no supone un cambio sustancial en los fundamentos del oficio de periodista; en otras palabras, todavía es insoslayable saber, por ejemplo, investigar, jerarquizar y titular una información. Empero, hay quienes como Concha Edo (2000:5) creen que será necesario recurrir a nuevos géneros periodísticos, y a un nuevo concepto de narrativa que se identifique con la navegación, a la par de recuperar esquemas clásicos como la pirámide invertida.

Pero ¿qué piensan nuestros comunicadores *on line* sobre estos planteamientos?

“

**Se ha propuesto una nueva sintaxis para el medio electrónico, donde la brevedad y precisión de los textos es fundamental.**

**La idea es que el lector no se canse ante la pantalla de la computadora, la cual tiene sus límites y exigencias**

”

#### **LOS COMUNICADORES ON LINE VENEZOLANOS Y LOS CAMBIOS EN EL PERIODISMO**

##### **Objetivos generales:**

Determinar lo que piensan periodistas de diarios *on line* de Caracas sobre las diferencias existentes entre un medio impreso y uno digital desde el punto de vista de la elaboración de los mensajes periodísticos.

Indagar acerca de cuáles herramientas debería adquirir un estudiante de Comunicación Social para poder desempeñarse de manera idónea en un medio digital

##### **Objetivos específicos:**

###### **Determinar:**

- Qué diferencias hay entre redactar para un medio impreso y uno digital
- Si los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales y por qué razones
- Si han surgido nuevos géneros con el periodismo digital
- Cuáles modalidades de periodismo (“objetivo”, interpretativo, investigativo, de Precisión, Nuevo Periodismo, etc) se adaptan más a las características del periodismo digital
- Qué debería aprender un estudiante en una escuela de Comunicación Social para llegar preparado a un medio digital.

##### **Metodología:**

Para indagar en los objetivos antes planteados se realizó una encuesta calificada entre 18 comunicadores *on line* de los diarios Meridiano On-Line (1), El Mundo Digital (3), El Nacional.com (3), Ultimas Noticias.com (4), El Universal.com (4), y 2001.com.(3). El instrumento de medición de esta investigación estuvo conformado por un cuestionario, hecho de acuerdo con los objetivos antes mencionados.

El citado cuestionario fue diseñado con preguntas estructuradas abiertas y administrado en los mencionadas publicaciones digitales por los estudiantes Adriana Carmona, Aimara Cañizales y Luigi Celi (Meridiano On-Line), Nydia Chacón y Ricardo Cabrita (El Mundo Digital), Gabriela Centeno, Laura Cavada y Ernesto Campo (El Nacional.com), Argelia Bolívar (Ultimas Noticias.com), Iván Alonso, Víctor Amaya, José Blanco y Tulio Casal (El Universal.com) y Xionellys Castillo, y Jeimy Avendaño (2001.com). Los cuestionarios fueron distribuidos y llenados en mayo de 2001.

Al ser reducido el grupo de comunicadores encuestados, y debido a que el cuestionario se fundamentó con base en preguntas abiertas, el análisis de los resultados es cualitativo. En este sentido, se presentan las respuestas de los encuestados a cada pregunta; posteriormente, en las conclusiones, se hace un breve análisis e interpretación de las respuestas más polémicas, y se puntualizan los resultados más relevantes conforme a los objetivos propuestos.

#### **RESULTADOS**

##### **Presentación**

##### **Pregunta N° 1: ¿Qué diferencia hay entre redactar para un medio impreso y uno digital?**

A juicio de José Valladares, periodista de Meridiano On-Line, la diferencia principal que existe entre la redacción para un medio impreso y uno digital es que el primero puede, por sus características, “aceptar” artículos o reportajes de extensión considerable, mientras que el segundo debe tener menor cantidad de texto, y mayor cantidad de recursos gráficos. “Por otra parte, el lenguaje en el medio digital tiende a ser más sencillo y directo que en el medio impreso”, añade.

Olguer Chacón, Redactor Web de El Mundo Digital, asegura que se piensa que un redactor de un medio digital tiene desventajas sobre el redactor del medio impreso cuando no es así. “El periodista del

medio digital tiene más ventajas debido a que tiene más espacio en la página, lo que significa que puede dar más detalles de la información y colocar más fotos que en el medio impreso”.

Añade Chacón que la diferencia no es sólo entre el periodista del medio web y del medio impreso, sino con los periodistas de los otros medios, ya que el redactor del medio digital tiene que ser más rápido como el de la radio, tan extenso como el del medio impreso, y tan detallista como el de la televisión. “El periodista digital tiene que ser muy breve, ya que debe pensar en el factor económico, debido a que conectarse a Internet actualmente es bastante costoso”, puntualiza.

Por su parte, Claudia Furiatti, Coordinadora de Contenido Web de la citada publicación, asegura que la Red permite extenderse al periodista en lo que considere necesario para informar al usuario y dar más detalles de la información “ya que tienes más espacio que un medio impreso”.

Y Juan Francisco Alonso, Redactor Web del Mundo Digital, estima que hay muchas diferencias entre redactar para un medio impreso y hacerlo en uno digital. “En el medio impreso la información puede perdurar. El periodista la puede archivar o guardar; en el medio digital no. La fugacidad de la información es mucho mayor. En el medio digital la noticia en un primer momento tiene que ser breve y concreta para mantener la atención del lector y también debe tener mucha ilustración”.

En El Nacional.com, Cynthia Rodríguez, Coordinadora de Contenido, considera que la única diferencia que existe entre un medio y otro es que al tipo de persona que “le estás hablando en cada uno de ellos”, es distinta. Añade que si el que lee un medio impreso también visita un site es porque está buscando algo conciso y preciso, e información rápida y actualizada.

“La gente que lee el periódico tal vez está buscando algo más extenso y más reflexionado, y además los medios impresos tienen un período de producción que les permite esa reflexión, mientras que los medios digitales lo que buscan es la instantaneidad. Esa es su principal ventaja: que puedes estar en todas partes todo el tiempo”.

Rodríguez considera que trabajar en un medio digital no es más difícil que hacerlo en uno impreso. “Ciertamente hay que tener mayor capacidad de síntesis, pero no tienes las limitaciones de espacio que tienes en el papel”. A su juicio, en Internet es factible aprovechar una cantidad de formatos que no se pueden usar en un

“

**Solangel Rodríguez, Coordinadora de Producción y Contenido de la citada publicación, piensa que el medio digital tiene dos ventajas: se debe ser muy conciso al redactar la información y se dispone de mucho más espacio para colocar “muchísima” más información.**

”

periódico tradicional. “Es mucho más rico en este sentido”, concluye.

Mientras, Solangel Rodríguez, Coordinadora de Producción y Contenido de la citada publicación, piensa que el medio digital tiene dos ventajas: se debe ser muy conciso al redactar la información y se dispone de mucho más espacio para colocar “muchísima” más información. “La riqueza de la parte digital –agrega– es que te permite utilizar muchas más herramientas además del texto. Es ofrecer información más rica, ayudado por elementos del ciberespacio”.

En opinión de Mariam Larrazábal, gerente de la Unidad de Negocios Interactivos de El Nacional.com., la diferencia fundamental entre ambos medios es que se escribe para dos tipos de público distintos. “No es lo mismo la persona que lee un texto impreso a la que se expone a una pantalla para informarse acerca de cualquier acontecimiento”, explica. “De allí se desprenden varias diferencias fundamentales que están dadas por las características propias del medio electrónico, donde tienes textos más directos, más cortos, más dinámicos. Cada vez esta tendencia se hace más marcada”.

Añade Larrazábal que desde que empezaron a llevarse textos a Internet se pueden conseguir textos más amplios, largos y cada vez el usuario requiere informarse de la mayor cantidad de cosas en el menor tiempo posible. “Eso obliga a ser mucho más certero en la escritura, más directo, y

eso crea unas diferencias fundamentales a la hora de escribir para un periódico o producir un contenido para Internet”.

Para Larrazábal, la otra diferencia fundamental es que cuando se trabaja para un medio electrónico hay que pensar en un “mix” de operaciones para brindárselas al usuario, y que exceden a la palabra escrita. “Tú puedes complementar con imágenes, con archivos de video, audio e históricos del mismo texto; cosa que no puedes hacer en otro formato”.

En opinión de Olguer Chacón<sup>1</sup>, Redactor y Coordinador Web de Últimas Noticias.com., hay muchas diferencias entre redactar para ambos medios. “Hay diferencias porque el medio impreso permite agregar recursos, agregar fotografías, controlar todo el proceso de la edición o de la incorporación de las informaciones”.

Agrega que en el caso del medio digital hay “rigidez” de formato, limitaciones en cuanto a los caracteres del antetítulo y el título, y un espacio muy reducido para el sumario y el cuerpo. “Tengo el problema de la inmediatez. El periódico es más frío, no da un tubazo pero da más información, más profundidad”.

Para Chacón la Web tiene a la radio y la televisión como competidores directos y en muchos casos hay que sacrificar la profundidad para dar la noticia primero. “Tenemos también la ventaja de la caja de última hora donde podemos dar el tubazo y más adelante ampliar la noticia. Título y antetítulo son inapelables. El costo de Internet afecta la lectura de la noticia; tienes que darle al lector lo que busca pero con agilidad, de manera concisa sin perder la contextualización”.

Mabel Lander, Coordinadora de Contenido de Economía, Finanzas e Internacionales del citado medio, considera que redactar para un medio digital es un poco más conciso. “En un medio impreso tú puedes abarcar un poco más en titulares, en subtítulos y antetítulos. En la Web tienes que ser más claro; decir en el titular de lo que se trata la noticia, redactar más concretamente y, por supuesto, responder en el sumario a las 5WH”.

Claudia Furiatti, Coordinadora de Arte y Espectáculos de Últimas Noticias.com., afirma que la diferencia la determina el género con que se esté trabajando para la Web. “En cuanto a la noticia hay que ser muy preciso y conciso, que entre en el título, el antetítulo y el sumario toda la información fundamental de lo que estás cubriendo. Ahora, en otros géneros puedes extenderte mucho más de lo que te permite el medio impreso”.

“En el medio digital la redacción tiene que ser más clara y específica sobre lo que se quiere decir”, es la respuesta de Carolina Gómez, Coordinadora Operativa de la citada publicación.

En El Universal.com Miguel Angel Tortello, para el momento de la investigación Coordinador Editorial de dicho medio, comenzó por afirmar que, en su opinión, el periodismo no ha cambiado nada. A su juicio, el hecho de que una información sea “formateada” para un medio, como en el caso de Internet, no ha traído cambios profundos en el periodismo.

“Es decir, la Internet es una conjunción de medios, y como tal su gran aporte es poder combinar las informaciones que en diferentes formatos se producen para radio, televisión, o prensa, y presentarlas. Pero el tratamiento de la información, tanto en un medio como en el otro, cuando se presenta en Internet no cambia mucho.

Añade Tortello que “si uno se pasea” por los diferentes sites de noticias que “existen por allí, uno verá que la noticia se sigue redactando como noticia, el reportaje como reportaje, el artículo de opinión sigue siendo el artículo de opinión, etc. No podemos decir que eso fue editado, o trabajada la noticia al estilo Web”.

Para Tortello el aporte de Internet, en cuanto a “conjunción de medios”, es la posibilidad de relacionar todos esos formatos a través del lenguaje hipervinculado. “La gran innovación de Internet es que ha podido romper con la linealidad de la lectura”, puntualiza.

Alfredo Yáñez, periodista de El Universal.com, considera que la noticia siempre es la misma. “El medio digital es relativamente nuevo y aún busca su medida para la redacción. En principio, los medios digitales requieren una redacción tradicional, donde impere el uso de la pirámide invertida”. Sin embargo, agrega Yáñez que las posibilidades de espacio permiten adicionar informaciones relacionadas o subordinadas a los textos principales. “En todo caso, los textos deben ser directos, claros y breves”, precisa.

Gilberto Finol, periodista de la citada publicación, estima que la principal diferencia es el espacio que tiene el periodista para redactar. “En impreso es limitado, en Internet no. Esto afecta directamente al estilo; menos espacio requiere mayor precisión y síntesis de los textos”. Agrega que en Internet se puede profundizar más y aplicar el concepto de hipertexto. “De un texto o una palabra puedo conectarme con otra idea que complementa o amplía la principal”.

“

**Para Tortello el aporte de Internet, en cuanto a “conjunción de medios”, es la posibilidad de relacionar todos esos formatos a través del lenguaje hipervinculado. “La gran innovación de Internet es que ha podido romper con la linealidad de la lectura”**

”

Tulio Casal, a la sazón pasante de El Universal.com, señala que “en principio” la forma de redactar es la misma, es decir, utilizando básicamente la pirámide invertida, en un texto que debe llevar lead, cuerpo y cola. “Por otro lado, el tener más espacio permite utilizar informaciones adicionales o relacionadas, y además en un medio digital se es un poco más flexible con las extensiones de los textos, aunque generalmente no deben ser muy largos -no mayor de cuartilla y media, explica- porque se corre el riesgo de aburrir al lector.

Anyinet Espinoza, redactora de 2001.com, estima que en un medio digital la redacción tiene que ser más concisa “por una cuestión de espacio”. Una opinión similar sostienen los redactores José Luis Carpio y Alberto Maneiro. Para el primero en el medio impreso se debe escribir más extenso, más amplio y en el digital “hay que escribir tipo tips”. Mientras, Carpio afirma que en el periodismo digital se sintetiza la información para ofrecerla de una manera rápida, eficaz y sencilla. “En cambio en la prensa escrita ésta debe ser extensa, se manejan todos los detalles de la información”.

**Pregunta Nº 2: ¿Los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales? ¿Por qué?**

### Meridiano OnLine:

José Valladares considera que pese a que el medio digital da “enorme” preponderancia a la noticia, a la información inmediata, también confiere cabida a otros géneros informativos. Añade que lo mismo no ocurre con los géneros interpretativos ya que el dinamismo e inmediatez de la red “conducen hacia la difusión masiva de información al instante, y no hacia el análisis de fondo de los otros géneros”.

### El Mundo Digital:

Olguer Chacón asegura que los géneros periodísticamente “definitivamente” siguen vigentes en los medios digitales porque son los mismos que se usan para cualquier otro medio. “También reedita algunos géneros que estaban en desuso y el reportaje se ha nutrido gracias al espacio web”.

Claudia Furiatti también piensa que “definitivamente” los géneros siguen vigentes, no sin antes aclarar que el medio digital es otro tipo de formato, con sus características propias. “Se podría decir que se adecuán. Hay algunos que prevalecen sobre otros, como los informativos sobre los de opinión, pero en líneas generales siguen vigentes algunos como el reportaje, la entrevista y la crónica, aunque esta última no se practica mucho”.

“Siguen vigentes aunque hay dinamismo ya que, por ejemplo, puede haber una mezcla entre entrevista con noticia, reportaje interpretativo en unión con el investigativo. No hay diferencia específica, pero tampoco hay definiciones claras ya que Internet es un medio muy nuevo”, explica Juan Francisco Alonso.

### El Nacional.com:

“Por supuesto que sí”, es la respuesta inicial de Cynthia Rodríguez quien añade que en la Internet uno puede “jugar” tanto con géneros tradicionales como con géneros nuevos, y siempre va a haber público para todas las cosas. “Los géneros periodísticos no van a morir. La Internet, aunque conjuga muchas cosas, jamás va a representar la muerte de ningún género que ya existe”.

Solangel Rodríguez afirma que en ambos medios se usan las mismas herramientas. A su juicio, es muy “sabroso” conseguirse con una crónica, porque la función del medio electrónico es servir de complemento al medio impreso. “Alimentar la crónica con audio y otros recursos puede ayudar a enriquecer el texto escrito. Lo esencial es que no se pierda la calidad de la información porque la lleves al forma-

to digital. La idea es justamente aprovechar todos los recursos de la parte virtual para aprovechar los géneros periodísticos con la nueva tecnología”.

Por su parte, Mariam Larrazábal sostiene que los géneros requieren una “adecuación” y adaptarse a las características propias del medio digital. En su opinión, la esencia del periodismo es la misma desde sus inicios, y lo que hace es transformarse o adaptarse a las capacidades o características de cada uno de los medios o soportes”.

Añade que todas las herramientas que permiten una interactividad inmediata como foros, encuestas en línea y chats, ayudan a tener un mayor contacto con quienes visitan la página. “En cuanto a los géneros no se puede tener un sitio dotado sólo con herramientas interactivas, sin tener sustancia que pueda ser presentada de diversas formas, gracias a reportajes, entrevistas y crónicas, perfectamente factibles en medios electrónicos, sólo que con sus características que los diferencian porque se trata de un medio con un soporte distinto”.

#### **Ultimas Noticias.com:**

A juicio de Olguer Chacón los géneros no solamente siguen vigentes sino que se refuerzan, se reavivan, o se redimensionan. “Por ejemplo, un género que había caído en desuso como el fotorreportaje, en la Web se puede montar con una o dos docenas de fotos, cuestión que no se puede hacer en el medio impreso. Los géneros se redimensionan porque puedo agregar iconos, sonidos, video, hipertextos, vínculos, etc”.

Mabel Lander sostiene que los géneros “por supuesto” que se mantienen pero se presentan con técnicas distintas para cada medio. Y Claudia Furiatti estima que los géneros se mantienen, se modifican y se enriquecen; en consecuencia, no perecen. “Sin embargo, la crónica diría yo que es la más ausente en las páginas Web”. Una opinión similar tiene Carolina Gómez. “Lo que yo veo diferente es que puedes agregar sonido e imagen combinado con el texto a las entrevistas, noticias y reportajes, lo que no puede hacerse en el medio impreso”.

#### **El Universal.com:**

Miguel Angel Tortello sostiene que en el periodismo digital los géneros mantienen su forma. A juicio de Alfredo Yáñez todos los géneros siguen vigentes. “Esto simplemente es un nuevo medio, con códigos específicos, que aún se forman, pero que en todo caso adapta perfectamente cada uno de los géneros periodísticos. El

“

**A juicio de Olguer Chacón los géneros no solamente siguen vigentes sino que se refuerzan, se reavivan, o se redimensionan.**

**Por ejemplo, un género que había caído en desuso como el fotorreportaje, en la Web se puede montar con una o dos docenas de fotos, cuestión que no se puede hacer en el medio impreso.**

”

medio digital le añade a cada género las posibilidades multimedia; por lo tanto, además de darle vigencia, los amplía”.

“Creo que sí, sólo que se han tratado de adaptar a un espacio distinto, que funciona bajo otros parámetros gráficos, pero son los mismos géneros”, asegura Gilberto Finol. De modo similar piensa Tulio Casal. “Sí, lo único es que sobre la base de esos géneros se le han ido adaptando o adicionando los elementos multimedia. No obstante, desde mi punto de vista no es descartable que con el tiempo surjan géneros específicos para el medio digital”.

#### **2001.com:**

Anyinet Espinoza sostiene que los géneros periodísticos se dan a todo nivel. “Ya sean en medios impresos o digitales, éstos se respetan”. Mientras, José Luis Carpio asegura que los géneros no cambian sustancialmente en el periodismo digital. Sin embargo, estima que este último es una nueva forma de desarrollar los mismos, “más tecnológica, más actual que los géneros que había antes”.

Y Alberto Maneiro considera que los géneros no se han perdido. “Por el contrario, han surgido nuevos medios de dar y recibir información. Chatear es una muestra de ello. Internet amplía los horizontes del periodismo”.

**Pregunta N° 3: ¿Cree que han surgido nuevos géneros con el periodismo digital?**

#### **Meridiano OnLine:**

Para José Valladares, los géneros del periodismo ya están creados, y sólo depende de la habilidad del comunicador cómo “conjuguar” sus diversas características al momento de redactar. “No creo que por la invención del periodismo digital hayan surgido nuevos géneros, sino que las distintas utilidades de los preexistentes los han mantenido vigentes”.

#### **El Mundo Digital:**

Olguer Chacón considera que no han surgido nuevos géneros con el periodismo digital sino que se han “reinventado” algunos como el fotorreportaje, la noticia, el reportaje y la crónica. Claudia Furiatti tampoco piensa que hayan emergido nuevos géneros pero cree que sí se han “enriquecido” los que ya están. “Se puede ver mejor la información ya que en la Web se pueden colocar más fotos que en el impreso”.

“No han surgido nuevos géneros; hay modificaciones y alteraciones, pero todavía es muy pronto para decir que han surgido nuevas modalidades, ya que Internet es aún bastante joven”, asegura Juan Francisco Alonso.

#### **El Nacional.com:**

Al contrario de otros comunicadores, Cynthia Rodríguez asegura que el periodismo digital se nutre por la capacidad que tiene para “conjuguar” muchos formatos. Por eso, a su juicio, es lógico que haga nacer nuevos géneros. “Y no te hablo sólo de los que han surgido hasta ahora, como la infografía animada, la cual es posible sólo en Internet, sino también de fotorreportajes que incluyen muchas cosas, como el audio... Han surgido y seguirán surgiendo nuevos géneros, porque el desarrollo del periodismo en Internet así lo indica”, puntualiza.

Solangel Rodríguez no piensa lo mismo. Para ella, hasta el momento lo que se hace es aprovechar los medios virtuales para enriquecer lo que se dispone de los medios impresos. “Tenemos fotorreportajes, aunque eso también está presente en la versión impresa”.

Por su parte, Mariam Larrazábal señala que a raíz del hipertexto, “que es el gran terreno sobre el que se maneja todo este tema electrónico”, se han ido perfeccionando modalidades que surgen de las mismas “matrices” empleadas por los medios tradicionales. “Más que todo se han producido modificaciones y adaptaciones, que algunos han dado en llamar nuevos

géneros. Para otros sólo son géneros adaptados a las condiciones del ambiente electrónico”.

#### **Ultimas Noticias.com:**

“Más que surgir se redimensionan”, señala Olguer Chacón, quien añade que “los géneros son los mismos. Lo que cambian son las técnicas”. Mientras, Claudia Furiatti indica que “como todo proceso que se inicia vendrán los teóricos a darle nombre a los géneros nuevos pero por ahora no tienen un nombre específico”. Y Carolina Gómez responde: “Puede ser pero no estoy segura de en qué consistan”.

#### **El Universal.com:**

Miguel Angel Tortello considera que no es que se haya producido algún nuevo género, sino que hay algunos formatos que son mucho más “manejables” en Internet. El formato texto en Internet como que es más predominante”.

“Si la mezcla de medios (multimedia) y su aplicación se considera un nuevo género, entonces hay nuevos; si no, entonces son los mismos géneros expuestos desde un canal distinto”, es la opinión de Alfredo Yáñez. “No formalmente, pero siempre hay algunos ‘sites’ que buscan formas nuevas de presentar la información”, dice por su parte Gilberto Finol.

Finalmente, en El Universal.com Tulio Casal cree que por los momentos no han surgido nuevos géneros como tales sino que los géneros “tradicionales” se han adaptado al medio digital. “Como dije anteriormente, puede ser cuestión de tiempo el hecho de que a esos géneros adaptados al medio multimedia comiencen a dársele nuevos nombres”.

#### **2001.com:**

“Creo que se dan a todo nivel dependiendo de los parámetros de la publicación, pero se dan a todo nivel”, afirma Anyinet Espinoza. “La tecnología ha permitido que los géneros periodísticos se desarrollen, Internet los ha desarrollado”, asegura José Luis Carpio. Alberto Maneiro estima que chatear es una muestra de nuevas modalidades de información.

**Pregunta N° 4: ¿Cuáles modalidades de periodismo (“objetivo”, interpretativo, Nuevo Periodismo, Periodismo Investigativo, Periodismo de Precisión) se adaptan más a las características de las publicaciones digitales? ¿Por qué?**

#### **Meridiano OnLine:**

Desde el punto de vista de José Valladares, el periodismo “objetivo” es el que

más se ajusta a las características de las publicaciones digitales, “porque el medio se caracteriza por la difusión inmediata y universal de la información”. Añade que el máximo aprovechamiento de esta particularidad se da en el momento en que están ocurriendo los hechos.

#### **El Mundo Digital:**

“El periodista web puede usar las modalidades del periodismo objetivo, que es la noticia pura, y el interpretativo...estas son las características que más se adecuan”, señala Olguer Chacón al responder cuáles modalidades del periodismo son más adecuados a las características de las publicaciones digitales.

“La noticia y el reportaje fundamentalmente en lo objetivo e interpretativo”, indica por su parte Claudia Furiatti, mientras que Juan Francisco Alonso puntualiza que “el periodismo tiene que ser objetivo y sobre todo en Internet, porque cualquiera puede publicar lo que le parezca; por eso, la información tiene que estar sustentada”.

#### **El Nacional.com:**

Para Cynthia Rodríguez la respuesta a esta pregunta depende de las circunstancias. “A lo mejor en lo que se refiere al día a día tiene que ser un periodismo que va a lo preciso, saca la médula de la noticia y la pone, sin extenderse. Pero se está trabajando en una nueva modalidad del periodismo reflexivo, en la que uno integra todas las cosas. Uno ofrece un reportaje sobre algo y de paso te manda a todas las páginas referentes a eso”. Agrega que hay varias posibilidades. “El minuto a minuto se tiene ..., pero al mismo tiempo hay espacios para trabajos que te permiten una reflexión, con acceso a elementos a los cuales antes de esto no tenías”.

Solangel Rodríguez considera que en el caso de El Nacional.com el objetivo es ofrecer la noticia al instante y el equipo de redactores pasa todo el día buscando información y hace, a la vez, trabajos de investigación interpretativos. Añade que se trabaja con base en la información más importante del día y se recurre a dos entrevistados para tener dos puntos de vista de estas informaciones. “El fuerte de nuestras páginas es redactar noticias”, puntualiza. “Tres noticias principales y última hora. Aunque también ofrece trabajos de investigación”.

Al responder a la pregunta en cuestión, Mariam Larrazábal comienza por señalar que una vez más se trata de un “mix” que depende del tema a tratar, y del entorno en

el que se está trabajando. “El trabajo documental tiene en Internet un tremendo aliado. Justamente las oportunidades del hipertexto, de la infinitud del espacio; en cuanto al trabajo, no tienes límites de espacio (...). La cantidad de recursos que puedes aprovechar es extraordinaria, porque se puede almacenar información y luego ubicarla o presentarla”.

Agrega Larrazábal que el reto es cómo presentar la información a través de este medio, “porque igual puedes tener seis áreas de contenido que refieran a una misma información, que contemplen actualidad, plano histórico, video y chats asociados (...)”

#### **Ultimas Noticias.com:**

“Periodismo ‘objetivo’ se hace todo el tiempo...Investigativo también se da en la Web por medio de la redimensión del reportaje. El que menos se utiliza es el Periodismo de Precisión, aun cuando existe la plataforma tecnológica para hacerlo”, señala Olguer Chacón.

Mabel Lander dice que todas las modalidades se adecúan pero dependiendo del trabajo que se quiera lograr y del género que se maneje mientras que para Claudia Furiatti y Carolina Gómez en líneas generales todas se adaptan al trabajo en la Web. “Pero eso depende de la política que maneje el dueño de la página Web en que se trabaje”, puntualiza Gómez.

#### **El Universal.com:**

Ante la pregunta, Miguel Angel Tortello aclara que Internet es una herramienta muy flexible. “Lo que pasa es que la red brinda unas facilidades. Cualquier tipo de periodismo que puedas hacer allí es factible; lo que hay es que explotarlo, lo que hay es que hacerlo”.

Mientras, Alfredo Yáñez indica que los medios digitales no son rígidos. Añade que quizás la inmediatez de algunos invite a practicar más el periodismo ‘objetivo’, pero que aquellos que persiguen la profundidad se dedican más a lo interpretativo e investigativo. “El Periodismo de Precisión tiene amplias posibilidades de crecer en los medios digitales, pero hasta ahora no están creadas todas las herramientas necesarias para que cause un efecto multimedia”.

Gilberto Finol señala que Periodismo Investigativo aunque luego añade que todo depende del tipo de investigación. Y Tulio Casal cree que por la flexibilidad de los medios digitales se puede “jugar” con todas las modalidades del periodismo. “La inmediatez te lleva a practicar un pe-



riodismo 'objetivo', el espacio te permite utilizar con más frecuencia que en los medios impresos el periodismo investigativo e interpretativo, mientras que los elementos multimedia te ayudan a practicar un Periodismo de Precisión".

#### **2001.com:**

Anyinet Espinoza, José Luis Carpio y Alberto Maneiro sostienen que todas las modalidades mencionadas se encuentran dentro del periodismo digital.

**Pregunta N° 5: ¿Qué debería aprender un estudiante en una Escuela de Comunicación Social para llegar preparado para trabajar en un medio digital?**

#### **Meridiano OnLine:**

José Valladares señala que debe conocer los géneros del periodismo y la redacción para los distintos medios, además de manejar los conocimientos básicos del ámbito digital, y las diferencias en cuanto a cobertura, vigencia y manejo de este medio respecto a los tradicionales.

"El periodista o futuro comunicador social tiene que aprender a manejar dos conceptos: el técnico y el conceptual. Tiene que saber manejar una computadora y la nueva tecnología. Eso es lo básico", indica Olguer Chacón. "Básicamente manejar el contenido en un 100 %, la tecnología, y saber para qué tipo de público se está dirigiendo", señala por su parte Claudia Furiatti.

Mientras que Juan Francisco Alonso considera que primero que todo tiene que aprender las herramientas básicas para manejar una computadora, los programas, el software. "Luego aprender todo lo posible acerca de Internet y como navegar en la Web (...) tienes que hacer cursos y, por supuesto, la experiencia es muy importante".

#### **El Nacional.com:**

Para Cynthia Rodríguez en una Escuela de Comunicación Social no se aprende a ser periodista y para llegar a un medio digital "tienes que ser periodista antes que todo. Hay que tener esa precisión de saber dónde está la noticia. En la escuela a lo mejor puedes aprender la capacidad de síntesis, pero el olfato periodístico es lo que realmente te hace falta".

Por el contrario, a juicio de Solangel Rodríguez con las herramientas básicas que se dan en la universidad se puede trabajar en un medio digital. "Lo más importante es que conozcas qué es lo que quiere el lector. En las escuelas deberían exponerse las diferencias esenciales de trabajar y redactar para un medio digital y un

periódico impreso. Se debe reforzar la enseñanza en medios digitales. Hay que saber qué busca alguien que se conecta a El Nacional.com".

Mariam Larrazábal considera, por su parte, que éste es un momento estelar en las escuelas de Comunicación Social, ya que algunas materias se están incluyendo en los planes de estudio con base en las experiencias digitales. "Aunque nada está escrito sobre el periodismo digital, aún atraviesa por una etapa experimental".

Añade que el profesor Rosenthal, quien dirige la Fundación Nuevo Periodismo, fundada por Gabriel García Márquez, afirma que el periodismo digital se está haciendo, que no hay parámetros preestablecidos que indiquen que un "sitio" que se dedique a esta actividad va a proceder de tal o cual manera en el futuro. "Los medios electrónicos están en plena evolución. El periodismo digital está atado a los cánones con los que se hace el periodismo tradicional. Es más, en muchos casos va detrás de este tipo de medios".

#### **Ultimas Noticias.com:**

Para Olguer Chacón, un estudiante debería aprender habilidad técnica para manejar herramientas y, a su vez, criterios para escoger cuál es la herramienta más adecuada. Además, saber manejar software y las posibilidades que ofrece, así como también los conceptos en torno a la diferencia que hay entre un técnico y un comunicador. "El comunicador debe tener mucho sentido común y mucha preparación conceptual, manejo de muchos términos y, por supuesto, la facilidad para manejar tecnologías".

Mabel Lander piensa que "básicamente" debería tener conocimientos de tecnología y aprender a navegar por la red. "Ver cuáles son los estilos que manejan los periodistas digitales para obtener un criterio de agilidad y de concreción", añade.

"Definitivamente la tecnología juega un papel fundamental aquí. No hay que ser un experto pero sí manejar lo básico. Debe dominar las nuevas herramientas pero rescatar algo muy importante que es el aspecto ético y moral en el tratamiento de la información", explica Claudia Furiatti.

Finalmente, Carolina Gómez señala que, aparte de tener los conocimientos tecnológicos, debe tener la práctica y vencer el miedo a manejar los programas relacionados con la Web.

#### **El Universal.com:**

Miguel Angel Tortello afirma que para llegar preparado a un medio digital el

estudiante debe tener conocimiento de la herramienta como tal, y de las posibilidades que brinda el medio. "La rigurosidad que como periodista debes tener no te la quita nadie, pero debes manejar la técnica", agrega.

Alfredo Yáñez, entre tanto, considera que debe aprender periodismo. "A redactar, a resumir, a hacer interpretación con rapidez, a desarrollar destrezas en la búsqueda de noticias relacionadas". A su juicio, el "resto" es adaptarse al medio. "En vez de cargar cables o hacer guiones de doble columna debe saber hacer un ftp; en vez de adaptarse a unos espacios rígidos de diagramación para impresos, debe saber utilizar una administración on-line".

Para Gilberto Finol los requisitos son jerarquizar información, manejar recursos multimedia "y, por supuesto, dominar los géneros". Mientras, Tulio Casal estima que la herramienta básica sigue siendo el periodismo "aunque además debería aprender a trabajar con la rapidez que exige un medio digital".

Añade Casal que, igualmente, debe adquirir destrezas para relacionar noticias y jerarquizarlas. "Por otra parte, el estudiante debería aprender a utilizar las herramientas multimedia con criterio periodístico. El resto, considero, sería cuestión de práctica".

#### **2001.com:**

Para Anyinet Espinoza un estudiante debería aprender "básicamente" a utilizar los "métodos necesarios" para ir a la par con la tecnología. Por su parte José Luis Carpio señala que debe hacer énfasis en el estudio de Internet y la utilización adecuada de la computadora. "El periodismo debe ser vanguardia en este sentido". Y Alberto Maneiro afirma que debe "empaparse" de tecnología, "porque ésta es innovación y la innovación es futuro. La informática es un requisito fundamental para un comunicador social".

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo con los comunicadores *on line* encuestados, la diferencia más palpable entre redactar para un medio impreso y uno digital tiene que ver con la precisión y la concisión que debe haber en este último. Un estilo además más sencillo y directo, que está relacionado con una de las características del medio digital: la posibilidad de instantaneidad o de "tiempo real".

Sin embargo, los citados comunicadores difieren en cuanto a cuál de los dos me-

dios dispone de mayor espacio. La mitad de los encuestados opina que el impreso; la otra mitad piensa que el digital.

Aunque parezca paradójico, ambos tienen su dosis de razón. Los primeros porque es cierto que cuando el lector tiene la "homepage" o página principal frente a sí, muchas veces los titulares -antetítulos, títulos, subtítulos y/o sumarios- y los textos son más cortos.

Empero, al hacer clic en los diferentes links ese mismo lector va a encontrar un espacio del cual carece el medio impreso y no es otro que aquél que deriva del hipertexto. En otras palabras, la cantidad de textos adicionales o relacionada que permite el lenguaje hipervinculado. Ello explica por qué algunos encuestados consideran, con toda razón, que en Internet se puede profundizar más al disponerse de mayor espacio.

Esta característica -lo hipertextual- conlleva una ruptura en la linealidad, lo que supone una diferencia -al igual que la posibilidad de añadir elementos multimedia- entre redactar para un medio impreso y hacerlo para uno digital.

Los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales, de acuerdo con el criterio de los encuestados. En líneas generales, todos admiten esa premisa, aunque algunos consideran que se "redimensionan", o que tienen características que los diferencian, especialmente aquellas que derivan del uso de imagen y sonido en ellos. Empero, la mayoría de los comunicadores *on line* considera que con el periodismo digital no han surgido nuevos géneros. Más bien prefieren señalar que se han adaptado al nuevo medio o que se han enriquecido.

Por vía de excepción, algunos estiman que sí se puede hablar de nuevos géneros y mencionan a la infografía animada, al fotorreportaje con audio y al chateo. En cuanto a los dos primeros, consideramos que no son géneros surgidos del periodismo digital, sino enriquecidos por éste.

Respecto del chateo, si bien tiene algunos rasgos distintivos de un género -por ejemplo, una forma y una finalidad- no obstante es discutible que se pueda ubicar como tal, puesto que cualquier persona puede hacerlo; es decir, no requiere de una profesionalización. En cualquier caso, el punto queda abierto para la discusión.

Finalmente, como señalan unos pocos encuestados, no es descartable que puedan surgir nuevos géneros con el tiempo, o que se coloquen nombres nuevos a algunos de los que se han enriquecido con los recursos del nuevo medio.

En cuanto a las modalidades de periodismo que se adaptan o adecuan más a las características de las publicaciones digitales, una tercera parte de los sondeados piensa que el "objetivo", mientras que otra cantidad similar estima que todas son factibles de utilizar.

Los que mencionan al periodismo "objetivo" indican que ello se debe a la instantaneidad del medio digital. Mientras, el grupo que se inclina por mencionar a todas las modalidades lo hace tomando en cuenta la "flexibilidad" de dicho medio, y las características de la sección, página o portal para el cual se escriba.

Este criterio, por lo demás, lo comparamos y empalma con los planteamientos teóricos de Raúl Trejo. De hecho, una cantidad tan solo un poco menor a los anteriores encuestados piensa que el periodismo interpretativo es la modalidad que más se adecua al formato electrónico, mientras que otros citan al periodismo investigativo. Ello parece confirmar la "versatilidad" del medio.

¿Y qué debería aprender un estudiante en una escuela de Comunicación Social para llegar preparado a un medio digital? La mayoría de los encuestados considera que, en este sentido, el aprendizaje de la tecnología es fundamental, y allí incluyen desde aprender a manejar una computadora, conocer Internet y cómo navegar en la red, hasta el manejo del software o programas.

Pero, a la par de la tecnología, una buena parte estima que el aspecto conceptual también es importante. Algunos hablan de la relevancia de aprender periodismo; otros enfatizan la redacción, especialmente lo atinente a la jerarquización en un medio digital. Finalmente, hay quienes mencionan los géneros y estilos y hasta la importancia de la ética.

Como se observa, no parece que la enseñanza del periodismo digital vaya a resultar muy engorrosa para las escuelas de Comunicación Social, al menos si se toma en cuenta que los aspectos antes mencionados de alguna manera ya se tratan en instituciones como al UCV y la UCAB.

El meollo del asunto aparentemente está en la adaptación de algunos de los aspectos sugeridos al medio digital y, naturalmente, en la importancia de la dotación tecnológica que dichas escuelas. Asimismo, en la necesidad de la praxis, problemas éstos que, por lo demás, existen desde hace décadas en la enseñanza del periodismo y de la comunicación audiovisual en las mencionadas instituciones.

## ■ Carlos Abreu Sojo Doctor en Ciencias de la información y profesor titular de la Universidad Central de Venezuela (UCV)

### Notas y referencias bibliográficas

- ABREU, Carlos (2003). *El periodismo en Internet*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas
- CASTAÑEDA, Eduardo (2001). "La importancia del contenido en la prensa en línea" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*, N° 38, diciembre. México
- ECHEVERRÍA, Mirta (1999). "Periodismo electrónico. Proceso de producción y estrategias discursivas", en *www.uil.es/publicaciones/latina. Revista Latina de Comunicación Social*, N° 21, septiembre. Tenerife, Islas Canarias
- EDO, Concha (2000) "Los columnistas y la interactividad con los lectores" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*, N° 25, noviembre. México
- GARCÍA VILLA, Hilda (2000). "El nuevo periodismo en Internet" en *www.saladeprensa.org Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*. N° 25, noviembre. México
- GIL, Quim (1999). "Diseñando el periodista digital (I)" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*. N° 13, noviembre. México
- JOYANES, Luis (1998). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un mundo digital*. McCraw Hill. Colombia
- LANDOW, George (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México
- NAVARRO, Lizy (2001). "Los periódicos *on line*: sus características, sus periodistas y sus lectores" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicaciones Iberoamericanos*. N° 34, agosto. México
- SANDOVAL, María Teresa (2001). "La información a distancia de periodistas digitales: una propuesta para el uso de la videoconferencia" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*. En *www.uil.es/publicaciones/latina. Revista Latina de Comunicación Social*, N° 37, enero. Tenerife, Islas Canarias
- TREJO, Raúl (1998). "Lengua y periódico en el kiosco (prensa digital)" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la Comunicación Iberoamericanos*, primera época, año I, vol.1. México
- <sup>1</sup> Tanto Chacón como Furiatti también laboran en El Mundo Digital. Sin embargo, se presentan sus opiniones por separado toda vez que, a ser entrevistados por los dos grupos de estudiantes, expresaron puntos de vista que se complementan.