

Universidad Academia de Humanismo Cristiano

Periodismo



[periodismo electrónico, sus características y proyecciones]

::/el_caso_del_diario_la_tercera_y_su_página_web_

Elizabeth Oria
Ana Luisa Solervicens

Alejandro Cabrera, profesor guía

Tesis para optar al grado de Periodista

Tesis para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

Santiago

2000

Gracias...

Alejandro Cabrera, Abraham Santibáñez, Irene Geiss, Nicolás Mujica, Lorena Solervicens, Maca y Ric, Luis Solervicens y Sercap Profesionales, Erick Vidal, Enrique Mujica, Rodrigo Guaiquil y Carlos Ossa.

Para
Mamá, Nona
Andrés

y a todos los que conversaron e intervinieron en esto...

Elizabeth

A mi Mamá y mi Papá. A Nona. A mi familia...
Y a todos los que me han apoyado durante estos años.
Gracias a ellos, me he convertido en esta persona.

Ana Luisa

[1: Introducción]

Con la aparición de Internet, para el periodismo se abrió un nuevo espacio donde publicar sin necesidad de poseer un gran capital económico y llegar a lectores en todas partes del mundo, antes inimaginadas.

"A mediados de este siglo, los medios impresos habían progresado hasta el punto que los diarios y revistas podían proveer a gran número de lectores vastas cantidades de información, material gráfico y color de alta calidad. La introducción de tecnologías de computación, a fines de los sesenta, trajo nuevas mejoras de calidad y eficiencia, pero no tuvieron influencia directa en 'la forma física'. Forma y contenidos se limitaban, como siempre, a las páginas bidimensionales definidas por su ancho y altura".¹

Con este nuevo tipo de formato, los documentos adquirieron una "tercera dimensión - la profundidad - con el uso del hipertexto. Mediante el cual los elementos de una 'página' pueden vincularse directamente con otras 'páginas'; la lectura - si así lo decide el lector - deja de ser secuencial".² Por lo tanto, este nuevo diario ya no se compone solamente de texto, sino que aparecen otros elementos junto a la palabra: la imagen y el sonido, por ejemplo.

Lo innovador de los diarios digitales no está solamente en el soporte, el diseño o la estructura, sino en la configuración de otro lenguaje (compuesto por el conjunto de los elementos) que demanda determinadas competencias de lectura y escritura. El lector tiene una oferta ilimitada. Consideramos importante analizar este nuevo modo de periodismo, sobre todo en nuestro país donde recién comienza la reflexión sobre el tema.

En Chile Internet está en pleno proceso de masificación, otros países como Estados Unidos han experimentado bastante sobre el tema, nosotros recién nos estamos preguntando qué es

¹ Echeverría, Clara Mirta "Periodismo electrónico: proceso de producción y estrategias discursivas", *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 21, septiembre 1999. Tenerife. <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

² Id.

periodismo electrónico, si nos afectará o no. Paralelamente, los diarios se están incorporando al nuevo soporte y como la experiencia se encuentra en su etapa inicial, queda mucho por perfeccionar. En este contexto centramos nuestra investigación.

Como el proceso tecnológico se desarrolla casi a la velocidad de la luz, fue indispensable limitar temporalmente la investigación. Lo que hoy podemos “criticar” en la prensa chilena, al momento de defender esta tesis ya pudiera estar saldado – parcial o totalmente – por los medios escritos. Estamos escépticas, sin embargo que ello suceda. Este tipo de desarrollo no lo vimos siquiera en medios españoles que por ser del viejo continente, se puede suponer una gran velocidad. De hecho, España es uno de los países de la Unión Europea con mayor número de analfabetos informáticos (63%), el de menor parque de computadoras y el que tiene menos internautas (13%). Sólo supera a Portugal que alcanza el 9%. Así lo afirman las conclusiones de una investigación de la consultoría International Data Corporation (IDC), que lleva quince años estudiando el mercado de las tecnologías de la información en España.

Por lo expuesto, la investigación se cerró en marzo del año 2000. Toda transformación que pueda haber adelantado el diario La Tercera en Internet, después de esa fecha, no forma parte de esta tesis. Lo mismo puede suceder con los avances tecnológicos, porque es imposible abarcar hasta el último descubrimiento pues el tema es un verdadero “hoyo negro” a investigar.

Se intentará definir lo que es periodismo electrónico, en el ámbito nacional; cómo se trabaja en él; si existe algún tipo de lenguaje específico, y las falencias que este presenta.

[2: Marco metodológico]

Cuando hablamos de periodismo electrónico, nos referimos a ese que nace en los diarios, y ha sido traspasado a un nuevo soporte (Internet), donde se fusionan todos los medios (también recursos) anteriormente descubiertos, relacionados con la imagen, el audio, y la escritura. Además, estos recursos son aprovechados de manera inteligente, ya sea entreteniendo al lector o ayudándole a comprender la información y donde hay que aprender a pensar a futuro. Las sorpresas que traen día a día las telecomunicaciones hace que el lector sea más exigente y es necesario que los emisores miren fuera de sus fronteras.

_unidades_de_observación

Nuestras unidades de observación han sido las publicaciones del diario La Tercera, en su formato electrónico y de papel, específicamente la portada y la sección política nacional, durante las primeras quincenas del mes de diciembre de 1999 y de enero del año 2000. Esto forma el corpus de estudio.

Variables

Dependientes : Periodismo electrónico
: Las secciones la portada y política nacional

Independientes : Página web de La Tercera

_tipo_de_estudio

El análisis que se presenta en las siguientes páginas es de tipo descriptivo, con el que se pretendió dar a conocer cómo es el objeto de estudio: el naciente periodismo electrónico en nuestro país, cuyo origen está en los diarios (: la escritura). Específicamente, el caso de La Tercera en Internet. Para ello, también se hizo un seguimiento a su publicación original en papel.

El estudio se caracterizó por ser de tipo cualitativo, y da a conocer ciertas cualidades o atributos que presenta este tipo de periodismo en el diario La Tercera en su formato electrónico. Paralelamente, exponemos nuestra visión de lo que es (o debería ser) el periodismo electrónico.

_muestra_de_investigación

El corpus trabajado es de tipo aleatorio simple, basado en la página web del diario La Tercera, específicamente la portada y la sección política y, paralelamente, el mismo diario en su versión escrita original, para así hacer un análisis comparativo de sus contenidos.

Para ello se hizo una observación de cómo fueron cubiertas las noticias, durante las primeras quincenas del mes de diciembre de 1999 y de enero del año 2000, en el diario La Tercera (fechas escogidas de manera aleatoria). Estos 30 días los acotamos e hicimos una nueva selección aleatoria, dejando sólo diez días para ser analizados en detalle (diciembre: 05, 08, 12,11,15; y en enero: 03, 06, 09, 11 y 14). Se tomó esta decisión debido a que luego de un primer análisis, del contenido de los diarios, nos dimos cuenta que las dimensiones a analizar presentaban un mismo formato durante la quincena, sin importar qué día era, por lo mismo era redundante la información. Nos planteamos ver si existen diferencias o similitudes en ambas ediciones, más allá de lo que se pueda ver respecto al formato del mismo diario.

Las interrogantes planteadas, en esta investigación tratamos de responderlas por medio del análisis de los discursos, a través de las dimensiones que consideramos relevantes en su construcción. En su conjunto, pueden dar ciertos parámetros del periodismo electrónico y cómo se construye en nuestro país.

Las dimensiones a investigar son:

- **Lenguaje:** descubrir si existe o no, un tipo específico de lenguaje con el cual dirigirse al lector de diarios en páginas webs. Por lo tanto, si se está pensando en una manera diferente de informar, más allá del soporte, a través de esta herramienta.
- **Imagen (fotografía):** a través del análisis poder establecer la función que cumple la imagen en los diarios electrónicos, así mismo si es utilizada con los mismos fines que en su formato original en papel.
- **Diseño:** saber si existe preocupación diferente en el diseño del diario electrónico, con respecto a su original. Saber si apunta a un tipo específico de público, por ejemplo.
- **Formato:** saber qué tipos de cambios llega a tener el diario en el nuevo soporte electrónico, para diferenciarse de la versión en papel. Cuáles son los objetivos al utilizar un nuevo medio para mostrar la información. Así, también, si existe diferencia al pensar y trabajar el diario.
- **Elementos Hipermedia:** Comprender el periodismo electrónico, identificar sus ventajas, cualidades y defectos, y si ambos se encuentran en la web de La Tercera

Se utilizaron entrevistas a profesionales del periodismo y del mundo Internet, así como una combinación de ambos. Especialmente, como personaje eje, se conversó con el director de medios digitales de COPESA, Rodrigo Guaiquil. Para ello, se elaboró un cuestionario, pensado en nuestras hipótesis y en los objetivos que nos pusimos como metas.

Entrevista a Rodrigo Guaiquil, Director de Medios Digitales COPESA
--

1.- ¿Hay una forma de hacer periodismo electrónico?

: ¿Por qué el lenguaje es el mismo en los dos formatos del diario La Tercera?, y cuando no lo es, sólo cambian algunas palabras.

: ¿Hay una forma específica de ordenar la información?, quizás volver a la pirámide invertida.

: ¿Qué criterios se utilizan para jerarquizar la información, en los dos formatos?

: ¿Qué importancia adquiere el DISEÑO en este nuevo tipo de prensa?

2.- ¿Cree usted que en Chile existe periodismo electrónico?

: ¿Qué papel juegan los elementos multimedia en este nuevo formato?

: ¿Cómo se obtiene la interactividad con el lector?

: ¿Cuál es la idea que conciben ustedes sobre el diario electrónico?

: ¿Se puede hacer un diario electrónico sin – pensar – basarse en el formato de tabloide?

: ¿Cuál es la función que desarrolla la fotografía e imagen en el nuevo formato?

3.- La Tercera

: ¿Quieren marcar alguna diferencia entre el diario electrónico y el de papel? y ¿cuál es?

: ¿Por qué la mayoría de las noticias breves en papel no aparecen en el formato electrónico?

: ¿Por qué en ocasiones una noticia larga aparecida en papel, se muestra como dos informaciones separadas en Internet?

: ¿Por qué algunos servicios que ofrece el papel no aparecen en Internet?, como:

- cartelera de televisión abierta y por cable
- avisos clasificados

: ¿Cómo y cuándo se actualizan las noticias?

: ¿El equipo de periodistas es el mismo para los dos formatos?

4.- Proyecciones del periodismo electrónico

: ¿Nuevo formato va a dejar atrás al diario de papel?

También se realizaron entrevistas a otros profesionales que trabajan con el tema, como al profesor y periodista Abraham Santibáñez; y al director de la página web Área Noticias, Enrique Mujica, y así conocer la experiencia de un medio noticioso que nace como electrónico. Para ellos el cuestionario tuvo el mismo tipo de preguntas, pero adaptadas – por supuesto - al contexto en que se mueven.

Todas estas herramientas fueron utilizadas para establecer si hay un modo puntual de hacer periodismo electrónico, o simplemente es un traspaso de soporte: de tabloide a formato digital.

[3: La globalización]

La globalización nace con “la expansión económica de las empresas transnacionales, que ha generado una creciente interrelación económica a escala mundial. El mercado mundial ha derribado fronteras y los países buscan ahí lo que requieren: materias primas, capital e inversiones, mano de obra barata, tecnología o compradores para sus productos. En este proceso se han formado grandes bloques comerciales, como la Unión Europea, el Nafta y otros acuerdos regionales. En los medios de comunicación resulta impactante el avance de las grandes corporaciones mediáticas que, en pocos años, han conseguido una presencia mundial. A partir de los años 80 se habla de una ‘cultura global’ que trasciende las fronteras nacionales. Esto crea sentimiento de identidad a partir de modelos internacionales. Uno de los factores decisivos en este fenómeno, cuyos alcances son difíciles de precisar son las cadenas televisivas multinacionales.

Estados Unidos lidera el proceso y esgrime el principio del libre flujo de informaciones, una tendencia a la que se oponen, en el campo mediático y cultural, varios países europeos liderados por Francia. París ha hecho valer lo que se llama la ‘excepción cultural’, un eufemismo para la imposición de políticas proteccionistas que limitan la penetración de la industria cinematográfica y televisiva norteamericana”³.

Actualmente, el mundo *globalizado* es un sitio donde los seres humanos interactúan colectivamente sin hablar de naciones o país. El tipo de relaciones ha cambiado. Han surgido diversas teorías, metáforas y formas para denominar este nuevo escenario que abarca distintas áreas del quehacer humano: el económico, político, comunicaciones, por nombrar algunas. “Con las nuevas tecnologías estamos cambiando las formas de uso de la información. Nos encontramos ahora ante un mercado global de la comunicación, un foro donde coinciden todos los modos de intercambio de bienes, de servicios y de ideas”⁴.

³ Sohr, Raúl *Historia y Poder de la Prensa*, Editorial Andrés Bello. Barcelona, 1998, p. 213

⁴ Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo; *El Periodismo Electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel. Barcelona, 1996, p.27

Podremos encontrar distintos términos para nombrarlas. Abundan en la bibliografía sobre el tema: “*economía-mundo, sistema-mundo, shopping center global, nueva división internacional del trabajo, moneda global, ciudad global, capitalismo global, mundo sin fronteras, tecnocosmos, planeta Tierra, desterritorialización, miniaturización, hegemonía global, fin de la geografía, fin de la historia, y otras*”⁵. Al usar diferentes conceptos, también implica tener ángulos diferentes para analizar el fenómeno, donde algunos priorizan aspectos económicos, geográficos, políticos, comunicacionales, culturales u otros. Pero, en definitiva, todos apuntan a lo mismo: la eliminación de fronteras y cómo las personas de cualquier parte del mundo pueden interactuar con otras.

El concepto de *aldea global*, en suma, dice que existe una comunidad mundial, definida en las realizaciones y posibilidades comunicacionales e informacionales, abiertas por los progresos electrónicos. Donde los cambios, sean culturales o económicos, están atravesados por los avances tecnológicos, y - específicamente en periodismo - por Internet. Las distintas culturas han sido “invadidas” por estos nuevos sistemas de comunicación, información e innovación, acelerados por la electrónica y tuvieron que aprender a vivir en él.

“La revolución avanza a la velocidad de la luz (...) en Internet Chile es ‘.cl’, Argentina es ‘.ar’, Perú es ‘.pe’, México es ‘.mx’. La geografía clásica que aprendimos en el colegio se ha transformado en símbolos químicos y ha cobrado vida. Hoy América Latina existe no sólo como una mera abstracción. El sueño bolivariano de un continente unificado florece en los sitios de chateo por Internet. En lugar de navegar por el norte, hago una visita virtual por las Américas, y veo por qué el español es el segundo idioma de la Web, un intrincado laberinto que sería orgullo de Borges”⁶.

Al interior de esta aldea se fabrica constantemente información como mercancía, la cual es - y puede ser – ofrecida en cualquier parte del hemisferio, como se ve a diario en Internet, por ejemplo. Al tener un público más conocedor de lo que sucede en el orbe y como consecuencia

⁵ Ianni, Octavio *Teorías de la Globalización*, Siglo veintiuno editores, 1998, p5

⁶ Fuguet, Alberto “Ascendiendo la escala de Internet”, *Revista Times Magazine*, vol. 3, n° 13, domingo 3 de abril de 2000, p. 14

más exigente, la imagen (llámese diseño, colores, fotografía, tipografía, etc.) juega un rol importantísimo cuando se trata de vender la información, sin dejar de lado la rapidez del sistema y el contenido del mismo. La globalización se legitima cuando se reconoce que “prácticamente prescinde de la palabra: vuelve a la imagen predominante como forma de comunicación, información y fabulación. La electrónica propicia no sólo la fabricación de imágenes, del mundo como un calidoscopio de imágenes, sino que también permite jugar con las palabras en tanto imágenes. La máquina impresora es sustituida por el aparato de televisión y otras tecnologías electrónicas, tales como el ddd, el teléfono celular, el fax, la computadora, la red de computadoras; todas atraviesan fronteras, siempre *on line everywhere worldwide all time*.”⁷

Todo tipo de información e ideas son elaboradas, comercializadas y consumidas, como uno entre tantos bienes. “Hoy pasamos de la producción de artículos empaquetados al empaquetamiento de las informaciones. Antiguamente invadíamos los mercados extranjeros con mercancías. Hoy invadimos culturas enteras con paquetes de informaciones, entretenimientos e ideas. Ante la instantaneidad de los nuevos medios de imagen y sonido, hasta el periódico es lento”.⁸

En Cuba, que no ha ido a la par con el resto del mundo en el desarrollo tecnológico y económico, hoy en día un pequeño número de la población tiene acceso a Internet – aunque de manera parcial y restringida –, específicamente la gente que trabaja en los ministerios y en el único diario (estatal), ¿hasta dónde se podrá detener, o resistir, la invasión a la globalización?. Agregando a esto, que es un país que vive del turismo, donde se llenan los hoteles de Varadero y en los cuales nunca podrán revisar sus correos electrónicos, ¿hasta cuándo los europeos resistirán no leer The Guardian o no saber cómo va La Bolsa?.

⁷ Ianni, Octavio *Teorías de la Globalización*, Siglo veintiuno editores, 1998, p.6

⁸ Marshall Mc Luhan, *A imagem, o som e a fúria*, en Bernard Rosenberg y David Manning White (compiladores), *Cultura de masa*, Sao Paulo, Cultrix, 1973. pp. 563-570; cita de las p. 564-565

_globalización_de_las_comunicaciones

“Por un cable se comunicará con todo”, así es como dice el slogan de un comercial de VTR Comunicaciones, allí explica cómo una persona con tan sólo un cable a su televisor puede tener: Internet, televisión por cable y telefonía. Esto supone la consumación máxima de la comunicación para el común de los mortales, donde con tan sólo pagar una cuota mensual podrá estar conectado con todo el mundo... y sin la necesidad de tener una computadora.

Esta nueva era allana todas las áreas de nuestra vida, económica, social, cultural, política, entre otras. Junto con una expansión tecnológica digital, que además de conectar y globalizar los espacios y relaciones, provoca un cambio (ya sea para bien o para mal) en las culturas. Conjuntamente la digitalización informacional trae de la mano un cambio conceptual en el imaginario social, a diferencia de la era alfabética - con la cual la mayoría crecimos - que implicaba una cierta linealidad racional del pensamiento y un ordenamiento lógico. Discurso racional que fue implementado desde el nacimiento de la escritura, dejando en el patio trasero al lenguaje de la imagen, de los símbolos, percepciones y sonidos; pero hoy en día, todo este conjunto de elementos comunicativos son utilizados sin ser excluyentes uno de otro.

Ya hace algunas décadas, el canadiense Marshall McLuhan reparaba en esto, diciendo que “todos los modelos científicos occidentales de comunicación son (al igual que el modelo de Shannon-Weaver) lineales, secuenciales y lógicos, como una relación del énfasis de la última etapa medieval sobre la noción griega de la causalidad eficiente. Las teorías científicas modernas abstraen la figura del fondo. Para su uso en la era eléctrica, se necesita un modelo de comunicación del hemisferio derecho del cerebro para demostrar el carácter ‘inmediato’ de la información que se mueve a la velocidad de la luz. Como la voz, la impresión, la imagen y los datos sensoriales proceden en forma simultánea, figura y fondo suelen estar en yuxtaposición en lugar de estar en una relación secuencial”.⁹

⁹ McLuhan Marshall; Powers B.R., La Aldea Global, Colección: El Mamífero Parlante Serie Mayor, Gedisa Editorial, Barcelona, 3ª Edición, 1996, p.11

Como se puede observar, estamos viviendo el momento *peak* de la llamada globalización de las comunicaciones, pero esto es algo que tiene referencias más antiguas y que ha venido creciendo poco a poco. Los antecedentes de esta globalización datan desde hace varias décadas, cuando la investigación y la tecnología fueron entregando al mundo un sin fin de inventos. Esta proliferación que afectó a los medios de comunicación fue impulsada mayoritariamente por conflictos bélicos en los países desarrollados, los cuales en busca de mejoras en armamento, fueron desarrollando herramientas que luego serían utilizadas por la sociedad civil. Cómo no olvidar la carrera espacial entre Estados Unidos y la ex-URSS; la creación del satélite que, en un principio, tenía como objetivo vigilar a los enemigos; y el surgimiento de Internet, propiciado por militares estadounidenses preocupados de un bombardeo nuclear en plena guerra fría.

“Durante dos décadas que van de finales de los setenta a finales de los ochenta, una serie de innovaciones científicas y tecnológicas han convergido constituyendo un nuevo paradigma tecnológico. El fundamento científico y técnico de dicho paradigma lo constituye la microeléctrica, que se ha ido desarrollando mediante los descubrimientos del transistor (1947), el circuito integrado (1957), el proceso planar (1959) y el microprocesador (1971). Los ordenadores, ayudados por los aumentos de exponenciales de su potencia y por dramáticas reducciones en el costo por unidad de memoria, fueron capaces de revolucionar el procesamiento de información, tanto en el *hardware* como en el *software*. La telecomunicación se convirtió en el vector clave para la difusión y máximo aprovechamiento de las nuevas tecnologías, permitiendo el desarrollo de las conexiones entre diferentes unidades de procesamiento para facilitar la formación de los sistemas de información”.¹⁰

Los avances de las comunicaciones durante el reciente siglo XX, han sido asombrosos, pues en menos de un siglo se alcanzaron las principales técnicas – que dígame de paso han sido incorporadas en su totalidad en Internet -, como: la fotografía para reproducir la imagen; el fonógrafo, para el sonido; el cine, para el movimiento; la televisión; la computadora, para

¹⁰ Castells, Manuel La ciudad Informacional, tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional, Alianza Editorial. Madrid, 2ª edición. 1995. p.36

ordenar y procesar la información; el holograma, para la imagen tridimensional; y la multimedia, la cual encierra a los anteriores. Y recientemente la hipermedia que incluye a la multimedia junto con el hipertexto, como una nueva forma de escritura.

_aldea_global

“La noción de aldea global es una expresión de la globalización de las ideas, patrones y valores socioculturales, imaginarios”.¹¹ En términos reales, globalización hoy en día es que personas, habitantes en distintos sitios del mundo y que incluso hablan diferentes idiomas, compartan un metalenguaje implantado por Internet. Porque, y tal cual como dice la definición, donde no importa la raza, la geografía, ni los antecedentes históricos que posean, están compartiendo *ideas, patrones, valores socioculturales* y un imaginario común. Con el tiempo, cada vez más personas entrarán a este mercado de información, donde hasta extraviarán sus identidades privadas en el proceso, pero a cambio tendrán la capacidad de interactuar con cualquier persona, en cualquier rincón del mundo. Todo, como consecuencia de las nuevas tecnologías, donde los medios de comunicación son más dinámicos y capaces de alcanzar cualquier distancia.

“En principio, la información está ahora a disposición inmediata en todo el globo y puede ser almacenada o recuperada, siempre que se disponga de electricidad. El tiempo y el espacio ya no están restringidos al intercambio de informaciones. La aldea global de McLuhan es técnicamente realizable”.¹²

Todos los ámbitos de la vida, hasta los menos imaginados se organizan electrónicamente. Las grandes empresas, por supuesto, y los más pequeños negocios tratan de ser vistos al otro lado del orbe; los festivales de música local y los mega eventos; talleres literarios y grandes editoriales; desfiles de moda y venta de ropa; entre otros.

¹¹ Ianni, Octavio *Teorías de la Globalización*, Siglo veintiuno editores, 1998, p.74

¹² Poster, Mark *The mode of information: Poststructuralism and social context*. Cambridge, Polity Press, 1990, p.2. Citado por Ianni Octavio *Teorías de la Globalización*, Siglo veintiuno editores, 1998, p. 77

En Perú está el caso de Marco Antonio Mamami, un joyero artesanal que inscribió su microempresa en la Red Científica Peruana, una organización sin fines de lucro y que crea páginas Web a empresarios con menos recursos; Mamami actualmente vende su mercadería por Internet, creciendo sus ganancias en un 80 por ciento. También existe, en esta carretera de la información, una página Web de católicos brasileños que ofrece acceso gratis a Internet, y entrega el 10 por ciento de los beneficios a la Iglesia. En nuestro país está el caso del volantnero chileno Reinaldo Ramos, el cual se contactó por e-mail con Brasil y está importando papel e hilo para la confección de volantines, productos que están más baratos en el extranjero; además se relacionó con sus pares en Francia, participando en el Campeonato Mundial de Volantines, que se efectuó en esa nación. Esta es una pequeña muestra, entre de infinidad de personas que buscan figurar y existir en la nueva aldea.

La aldea global es una tierra ecléctica, construida con elementos dispares y contradictorios, así como nuevos y reciclados, provenientes de todas las latitudes, y culturas. Es una nueva tierra – y la primera virtual - que se ha ido desarrollando con miles de manos, donde han adoptado nuevos códigos y tipos de relaciones sociales.

[4: Sociedad de la información]

El desarrollo tecnológico de las dos últimas décadas ha hecho plantear una nueva visión de sociedad, donde la información y los medios de comunicación - y las telecomunicaciones - han cobrado una validez esencial dentro de diversos quehaceres humanos. La información se transforma en algo principal dentro de esta nueva sociedad, donde los soportes tecnológicos se orientan a medios que faciliten la transmisión, almacenamiento, difusión y tratamiento de la información.

“La importancia de la información radica en su valor estratégico y central en la sociedad actual. Este uso intensivo de la información requiere su recepción, tratamiento, almacenamiento, difusión, etc., lo que significa un importante soporte de tecnologías, fundamentalmente informática y en telecomunicaciones, que integradas se conocen como *Tecnologías de la Información*, así se pretende que estos conjuntos de soportes físicos y lógicos orientados a la recepción, modificación, almacenamiento y transmisión de la información”.¹³

Este proceso nace a fines de los años sesenta y mediados de los setenta, a través de los siguientes procesos: la revolución de la tecnología de la información, nacida con la Guerra Fría; la crisis económica tanto del capitalismo como de los gobiernos comunistas; y el florecimiento de los movimientos sociales y culturales. La interacción de estos movimientos, y sus respectivas consecuencias, hicieron aparecer una nueva estructura social caracterizada por la economía informacional/global; y una sociedad interconectada, la cultura virtual real.

La tecnología de la información ha sido herramienta indispensable para la nueva organización socioeconómica. Por ejemplo, fue importante el rol que jugó al permitir el desarrollo de redes interconectadas, creando una manera más dinámica en los quehaceres humanos. Estas herramientas de la información desempeñaron un papel fundamental, históricamente

¹³ El Mir Amado, José *Manual de Periodismo* Editorial Ibérica y Universidad de las Palmas de Gran Canaria 1995. p. 625

hablando, “al facilitar el surgimiento de un capitalismo flexible, proporcionando las herramientas para la comunicación a distancia mediante redes, el almacenamiento y procesamiento de información, la individualización coordinada del trabajo y la concentración y descentralización simultáneas de la toma de decisiones”.¹⁴ Así, las redes fueron cambiando todos los ámbitos de la vida social y económica.

La Sociedad de la Información nace al aparecer la tecnología que puede almacenar y procesar información, algo que ha ocurrido muy rápido desde los sesenta hasta hoy. Este proceso de cambio tecnológico se destaca por constituir una materia prima, así como un producto. Los procesadores establecen los requerimientos para el manejo de la información y, de esta manera, se almacena información para su combinación e interacción con otras personas. La telecomunicación permite que el proceso de flujo, intercambio y tratamiento de la información - sin importar la distancia – sea a muy bajo costo.

El producto de las nuevas tecnologías es también la información. Su instalación en bienes y servicios, en decisiones, y en procedimientos, es el resultado de la aplicación de su producción informacional, no de la producción misma.

“Una consecuencia fundamental se deriva del hecho de que la innovación tecnológica esté orientada fundamentalmente hacia el procesamiento. Porque los procesos, a diferencia de los productos, se incorporan a todas las esferas de la actividad humana, y su transformación por dichas tecnologías, centrándose en los omnipresentes flujos de la información, conduce a una modificación en la base material de la organización social en su conjunto. Así, las nuevas tecnologías de la información, transforman el modo en que producimos, consumimos, administramos, vivimos y morimos. No por sí mismas, desde luego, pero sí como poderosas mediadoras de un conjunto más amplio de factores que determinan el comportamiento humano y la organización social.”¹⁵

¹⁴ Castells, Manuel. La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Volumen 3, Fin de Milenio. Alianza Editorial. Madrid. 1993.p.371

¹⁵ Castells, Manuel. La Ciudad Informacional. tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional Alianza Editorial. Madrid, 2ª edición.1995. p.40

Cuando Manuel Castells escribió sobre la sociedad informacional, lo hizo pensando en Estados Unidos; sin embargo, y como él mismo indica, este ha sido un desarrollo ya instalado en Europa y en América Latina. Afirma que tal vez no se produzcan las mismas instancias, pero surgirá como un proceso general de transformación del espacio, la cual se está dando en todas las sociedades en la medida en que estas se articulan crecientemente en un sistema global.

Como herramientas básicas de la Sociedad Informacional “podemos citar, entre otras, los sistemas interactivos multimedia, el correo electrónico y los servicios de información, todas relacionadas con la creación y difusión de información”.¹⁶

¹⁶ El Mir Amado, José. Manual de Periodismo. Editorial Ibérica y Universidad de las Palmas de Gran Canaria 1995. p. 625

[5: Historia y desarrollo de internet]

en el_mundo

Internet es algo que se concibe en 1957, cuando los rusos lanzan el primer satélite espacial, conocido por Sputnik. Estados Unidos, viendo una posible guerra nuclear con Rusia, comienza diversas investigaciones, una de ellas crear un sistema de comunicación que mantuviera en contacto diversos puntos del país. Una muestra de ello fue la creación de ARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada) del Departamento de Defensa, de Estados Unidos, que emprende el diseño de un sistema de comunicaciones - basado en una tecnología de conmutación de paquetes – invulnerable a un posible ataque nuclear. Luego la tecnología digital logra empaquetar imágenes, sonidos, distintos tipos de datos. ARPA abrió sus puertas en 1958 con un presupuesto de 520 millones de dólares.

En 1961 la Fuerza Área norteamericana recibió una máquina considerada un fracaso por sus creadores, ya que no se sabía con exactitud cuál sería el uso de ese aparato. Este era un enorme y costoso computador, el Q-32, y cuyo fin era apoyar el sistema de alerta por una posible bomba nuclear. La Fuerza Área, sin saber que hacer con el equipo, lo entregó al ARPA.

El proyecto de una red que uniera diversos puntos de Estados Unidos comenzó a verse materializado, en 1968, cuando se logró conectar a cuatro centros de investigación: Universidad de California en Los Ángeles, Stanford Research Institute, Universidad de UTA, y Universidad de Santa Bárbara. Después de este hito, estas entidades formaron la primera red, naciendo ARPAnet (Advance Research Project Agency Network). Comenzó a funcionar en 1969 y abrió una especie de red a distintos centros de investigación, relacionados de alguna manera con el Departamento de Defensa norteamericano, para así expandir su uso en las instituciones académicas como estatales de ese país.

Los científicos lograron la conexión de esta red por medio de una línea telefónica, la cual unió a dos computadores. Ellos descubrieron una de las ventajas de la red y comenzaron a enviarse mensajes personales para discutir los trabajos de investigación, también estaba la posibilidad de enviar un mismo mensaje a varios usuarios. Es decir, la red se estaba convirtiendo en un pequeño y privado sistema de correo electrónico. En ese momento también nace una gran preocupación por la confiabilidad y seguridad de los mensajes. Para esto, trabajaron en la creación de un protocolo especial, en el cual todos debían utilizar un mismo lenguaje aplicando la técnica de conmutación de paquetes, que se denominó NCP (Network Control Protocol). En definitiva, con un sistema de comunicación en común, nació una red de personas y grupos basada en la interconexión de computadores.

El sistema de paquetes, en inglés *Packet – switching*, es un sistema de conmutación donde la “información viaja a través de la red dividida en fragmentos o paquetes que incluyen información, indican el domicilio, el destino final y el orden que tienen en la transmisión. Cuando los paquetes llegan a su destino, se reensamblan y una computadora, que se encuentra al otro extremo de la red, recibe el mensaje”.¹⁷

Un año más tarde, el NCP cambiaría por File Transfer Protocol (FTP), el cual dará inicio, años más tarde, al programa Telnet, permitiendo el acceso distante a otro computador simulando con una conexión directa con él.

Hacia fines de 1972, ARPAnet funcionaba satisfactoriamente y fue presentada oficialmente en la Primera Conferencia Internacional en Comunicación Computacional, realizada en Washington D.C. Una demostración de ella obtuvo un éxito absoluto y se incorporaron otras instituciones a la red. Diversas empresas comenzaron a patentar el producto para masificarlo. Luego del debut de esta red, en 1973, nacen las primeras conexiones internacionales, uniéndose la Universidad College of London y el Royal Radar Establishment de Noruega.

¹⁷ Suplemento especial Tecnología y Comunicaciones, *Revista Qué Pasa*, 29 de junio de 1999, p. 34

En la década de los ochenta se crea ARPA-INTERNET que pronto sólo es llamada Internet, respaldada por el Departamento de Defensa y a cargo de la Fundación Nacional de Ciencias. El objetivo de quienes llevaron a cargo el proyecto era elaborar una base común para la interconexión de computadores remotos, junto con desarrollar un código compartido para tener un fluido intercambio de información. La meta se logra al crear el sistema operativo UNIX al cual, en los ochenta, le fue adaptado el protocolo de TCP/IP, que es el estándar actualmente vigente para la codificación y decodificación de paquetes de información que viajan por la red. A la par de estos sucesos, surge en Estados Unidos un singular movimiento informático: los hackers o piratas de la información, responsables de los virus informáticos y la invención del módem, aparato que permitió a las computadoras transferir archivos de manera directa. Posteriormente, la versión modificada del protocolo UNIX posibilita la conexión de las computadoras vía telefónica.

En 1983, se crea MILNET, una red para aplicaciones exclusivamente militares. Al margen, también aparecen otras redes destinadas sólo al uso académico, tales como CSNET y BINET que usaban a ARPAnet como sistema de comunicaciones. ARPA también fue rebautizada por Defensa como DARPA.

Con los avances - y alcances – de esta red, pronto las computadoras fueron ubicándose según actividad y zona geográfica, con el fin de ordenar y establecer parámetros en común. Nacieron así los dominios, principales subdivisiones de direcciones en Internet. Los más importantes son: gov (gobierno), com (comercio), edu (educación), mil (militar), org (organización), net (relativo a Internet y también para computadores que conectan dos redes), cl, por ejemplo, referida a nuestro país.

En 1989, ARPAnet desapareció, por el uso civil que comenzó a darse a la red y superando cualquier expectativa, especialmente la original: la militar. Al año siguiente aparece como Internet y su primer proveedor comercial.

Tim Berners-Lee y el laboratorio CERN (European Laboratory for Particle Physics), entre 1990 y 1991, crea el protocolo de la web, el cual permitió la incorporación de Internet en el mercado, y en suma, su instalación definitiva en la sociedad. Así nace el World Wide Web (www) y “sus tres herramientas básicas: el protocolo HTTP, o *Hyper Text Transfer Protocol*, que permite enviar documentos, cualquiera sea su naturaleza, de un ordenador a otro, sin importar el sistema operativo utilizando; el URL, o *Uniform Resource Locator*, que permite relacionar los diferentes recursos de las redes informáticas, es decir, la herramienta que dirige al navegante de una dirección a otra a través de los enlaces; y HTML, o *Hyper Text Markup Language*, que a su vez cumple con especificaciones estándar (...) permitiendo confeccionar documentos en hipertexto e hipermedia, incluyendo los enlaces necesarios para relacionar cada parte de un texto con otros”.¹⁸

Este protocolo nuevo amplía completamente las capacidades de interactividad, además agrega la hipermedia a la red. Conocida como la supercarretera de la información, la web simplifica el uso de Internet ampliando las herramientas que facilitan el trabajo de un usuario, sea esta en la búsqueda e instalación de información, como el contacto entre personas.

Ya en 1992 había cerca de un millón de servidores conectados. Sin embargo, recién en 1994 Internet fue dada a conocer en los medios de comunicación y en 1995 inicia el auge comercial y, por ende, la masificación a particulares.

El auge de esta red ha sido inesperado. En 1998 se hablaba de quince millones de páginas web, además del aumento impresionante de usuarios, en 1996 se contabilizaron más de 4.5 millones, y en julio de 1998 se registraron cerca de 130 millones de usuarios.

¹⁸ Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo; El Periodismo Electrónico. información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Editorial Ariel. Barcelona, España, p.7

_en_chile

La inserción de Internet a nuestro país fue producto de un conjunto de proyectos, los que llevarían a experimentar en primera persona – lo que algunos denominan – la era de las comunicaciones. Fue una labor que se dividió en dos frentes; por un lado estaban los expertos a cargo de reunir información y, por el otro, quienes harían realidad el soporte técnico.

Los problemas estaban focalizados en que las personas, que asumían tareas de investigación, no tenían acceso a la información. Las redes que destacan: REDUC, Red Latinoamericana de Información en Educación, y del CIDE, Centro de Investigación y Desarrollo de la Educación que parte a mediados de los años '70, y en la que participaban cerca de 17 países latinoamericanos. Cada centro de la red, hasta 1984, producía resúmenes analíticos de las investigaciones en papel, y los publicaban cada país miembro. Muchas de las redes eran bancos de datos que empezaron a reunir desde pequeñas fichas hasta llegar a los CD ROM y algunos instrumentos mediales, gracias a la actual tecnología.

Para 1985 funcionaba, a nivel nacional, una red de información entre la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile y el Ministerio de Salud. En este período nacen proyectos simultáneos, destacando los realizados por el Departamento de Informática y el de los Centros de Computación de las universidades chilenas.

“Si este mail te llega, abramos una botella de champaña”, esto era lo que decía el primer e-mail, enviado en 1986 entre los meses de abril y mayo, desde el Departamento de Ciencias de la Computación (DDC) de la Universidad de Chile al Departamento de Ingeniería Informática (DII) de la Universidad de Santiago. También en ese mismo momento fue establecido el sistema de dominio, para designar las direcciones, siendo en Chile la sigla cl. Cada departamento disponía de un módem de 300 bps de velocidad, una máquina Tower – regalo de NCR – y una línea telefónica directa; con todos estos elementos finalmente lograron obtener una conexión bajo la plataforma UUCP (Unix to Unix Copy Program). Como el ancho de la banda era muy pequeño, la red funcionaba solo para transferir correos electrónicos y

pequeños archivos. Es importante destacar que los medios con que se trabajaron, en ese entonces, eran muy precarios, producto de las pequeñas economías al interior de las universidades.

En esa época no se comprendía la trascendencia de Internet. Muchas “autoridades no entendían la enorme potencialidad del proyecto; incluso habían profesores de otros departamentos que te preguntaban por qué no usabas teléfono o fax – comenta Krell, hoy jefe del Departamento de Informática de la Superintendencia de AFPs, quien junto Sergio Mujica, trabajó en el proyecto en la USACH -. Existía mucha indiferencia respecto al tema, lo que impidió que se consiguieran los recursos necesarios para continuar”.¹⁹

En esta etapa la Universidad Católica se adhiere a la red. Paralelamente, en la Universidad de Chile, el proyecto tomaba forma, logrando la proyección de la red a Estados Unidos. Aunque los primeros enlaces fuera de nuestras fronteras, vía UUCP, fue con Francia gracias a que académicos chilenos habían realizado su doctorado en ese país y que todavía mantenían contactos con los galos, la conexión se realizó a través de INRIA (Instituto de Investigación de Informática Francés), la que era sobre una línea de paquete X.25, y no sobre una línea telefónica. Esto porque se suponía que una red de datos salía más económica, sin embargo, la línea telefónica con módems “rápidos” (de 9.6 Kbps en esa época) resultó mucho más barato.

Al comprar los módems a Estados Unidos, se da un gran salto al enlace con el mayor proveedor de redes UUCP, UUNET, hoy el mayor proveedor de Internet en ese país.

Cuando los departamentos de computación e informática de las Universidades de Chile, de Santiago y Católica, llevaban a cabo el proyecto UUCP en septiembre en 1986, se realiza el primer encuentro de IBM - Académicos Asociados, que reúne a importantes ejecutivos de la empresa y variados catedráticos de las universidades de Chile, de Santiago, Católica, Diego

¹⁹ Jofré Valenzuela, Juan Andrés *revista Siglo XXI* N°334, diario El Mercurio

Portales, de la Serena, de Valparaíso y Católica de Valparaíso. El objetivo de esta es el proyecto denominado Red Académica Chilena (posteriormente REUNA), la cual esperaba conectar todas las universidades, bibliotecas y centros de investigación del país entre sí, además, con organismos similares en el exterior. Los trabajos por fusionar computadoras y redes de diferentes formatos comenzaron, logrando por un pequeño tiempo conectar máquinas IBM, Digital y Unix.

://bitnet

Por primera vez, en 1981, las computadoras de la Universidad de Yale y de la Universidad de Nueva York logran un enlace y dan inicio a lo que, posteriormente, será la gran red académica mundial BITNET (Because It's Time NETWORK). La diferencia de esta red, con las primeras establecidas en nuestro país, es que era de configuración más global y no por área. Es el resultado de un cambio generacional del manejo de la información, que se desarrolla más intensamente con la aparición de Internet. En 1986, el Centro de Computación (CEC) de la Universidad de Chile negocia el ingreso de nuestro país a esta red académica más importante del mundo en ese momento, seguida a pocos pasos por la creciente Internet.

La experiencia era importante porque dió acceso al correo electrónico a muchos científicos de distintas áreas, mientras que la UUCP era usada principalmente por personas dedicadas a las ciencias de la computación así como usuarios privados. Años más tarde, en 1990, se fusionan: la UUCP y BITNET, utilizando el protocolo TCP/IP, que actualmente se usa en Internet.

Con todo el boom que comenzaba a tener Internet en el mundo y por el interés demostrado por grupos universitarios, algunas empresas comienzan a ver el fenómeno con intereses comerciales. Para 1993, con la masificación del World Wide Web (www), comienza la participación definitiva de ciertas empresas para Internet. También aparecen los primeros medios de comunicación on-line.

En Chile el desarrollo de los medios de comunicación en Internet dio paso a paso, pero el hito en la historia del periodismo chileno digital fue la aparición del diario electrónico de COPESA el 18 de mayo de 1994. Anteriormente habían aparecido publicaciones nacionales pero con un contenido enfocado en la informática.

::/comienza_el boom

Internet fue ingresando e instalándose en Chile, principalmente en universidades y empresas. Tardó algunos años en masificarse, más que nada porque el sistema tarifario era alto y, por ende, no muchas personas podían acceder a él. Tras la primera huelga cibernética del país realizada el 8 de abril de 1999, el panorama de la Red - al parecer – dio un giro y comenzó la verdadera expansión de la Supercarretera de la Información en Chile. El objetivo del paro era conseguir una tarifa telefónica diferenciada y como consecuencia, más baja; además, desagregar las redes, dominantes en ese entonces por la Compañía de Teléfonos de Chile (CTC), para que otras empresas pudieran ofrecerse como servidores.

La huelga fue un éxito; el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, tras el Decreto Tarifario (decreto N° 187), rebajó un 50 por ciento el Servicio Local Medido (SLM) que cobra las llamadas a Internet, creando así una competencia entre CTC y ENTEL, las mayores proveedoras de la Red en Chile.

En el ámbito gubernamental el tema de Internet y las nuevas tecnologías, no ha estado ajeno a las reformas y a las proyecciones de un mejor país. En 1992 se crea el Proyecto Enlaces, que busca – en forma gradual – conectar en red a liceos y escuelas de escasos recursos económicos. Así se incorpora a los niños a esta nueva sociedad, cuyo objetivo a futuro es adaptar la sociedad al ritmo de los cambios tecnológicos. A la fecha, mayo del año 2000, existen cerca de 5.000 escuelas inscritas a este sistema.

También, y dentro de las posturas del gobierno, el Presidente Ricardo Lagos, en la cuenta anual del 21 de mayo del año 2000 ante el Congreso, planteó entre sus anuncios diversas tareas para la masificación de Internet. Entre ellos: el envío al Parlamento del proyecto de ley de acreditación y firma digital; el fomento de la integración a la red de las pequeñas y medianas empresas; la cobertura total al 2006 de las red Enlaces en las escuelas; instalación de una red de infocentros públicos para la conexión de Internet; línea de crédito para implementación tecnológica a 100 mil empresas emergentes; creación de una ventanilla electrónica única para trámites y de un área de enlaces culturales.²⁰

De esta manera, se habla de la creación de un estado más moderno utilizando los medios tecnológicos, lo que se denomina en Europa, los *e-government*. Es decir, Chile aspira a ser un país que aprovecha las ventajas de las tecnologías y, en el fondo, incorporarse a este mundo globalizado.

²⁰ Extractos del Discurso del Presidente Ricardo Lagos expuesto en su cuenta anual ante el Congreso Pleno, realizado el 21 de mayo del 2000

_consumo_de_la_red_en_chile

► Cantidad de Usuarios en Chile

Fecha	N° de clientes	Usuarios por cliente (promedio)	N° de usuarios	N° Aumento de Usuario	Tráfico por minuto
Octubre 1999	250.000	2,5	625.000	67%	287.500.000
Agosto 1999	150.000	2,5	375.000	50%	170.000.000
Marzo 1999	100.000	2,5	250.000	47%	110.000.000
Junio 1998	68.000	2.5	170.000	-	58.000.000

Fuente: Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones

► Usuarios de Internet en ascenso, en comparación a otros países Latinoamericanos (cifra en miles)

País	1998	1999	2000*
Brasil	2.349	3.988	6.128
México	714	1.307	2.833
Argentina	330	604	1.224
Chile	714	1.037	2.833

*Cifra estimada

Fuente: Suplemento Reportajes del Sábado, diario El Mercurio, sábado 1 de julio 2000

► Servicios Usados en la última conexión

Servicios usados en la última conexión	Porcentaje
Navegar o Explorar la Web	73,3%
Correo Electrónico	53,8%
News o grupos de Interés	6,8%
Talk	4,2%
Transferencia de Archivo	4,2%
Chat	1,8%
Telnet	1,8%
Otro	0,2%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"

Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas

Fecha: Octubre 1999

► Edad del Usuario de Internet

Edad Usuario	Porcentaje
Hasta 14 años	13,2%
15 a 24 años	35,5%
25 a 34 años	25%
35 a 44 años	14,8%
45 a 60 años	10,6 %
61 y más años	0,9%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"
 Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.
Cantidad de la muestra: 3.171 personas
Fecha: Octubre 1999

► Minutos Semanales Usados por Internet

Destino	Hombre	Mujeres
Navegar	246	118
Correo Electrónico	81	54
Transferencia de Archivos	117	158
News o grupos de Interés	91	82

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"
 Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.
Cantidad de la muestra: 3.619 hogares
Fecha: Julio 1999

► Uso de Internet

Uso de Internet	Cantidad
Entretención	26,44%
Trabajo	23,89%
Información	16,54%
Estudios	16,53%
Otro Uso	3,32%
Comprar	2,26%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"
 Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.
Cantidad de la muestra: 3.619 hogares
Fecha: Julio 1999

_características _de_ internet

El uso de las tecnologías, como el computador o el fax ha cambiado la forma de comunicarse que se efectúa hoy en tiempo real; es decir, rompiendo las barreras del espacio. Internet es un componente esencial dentro de esta nueva y compleja forma de relación.

Considerada como *la red de redes* por conectar a millones de computadores y, en consecuencia, a diversas redes, es conocida como la *autopista o supercarretera de la información*, debido a la cantidad de información que fluye en ella. Dentro de ella está la red más conocida, la World Wide Web, ó WWW.

Por esta red se puede acceder a la información de instituciones, empresas privadas e incluso a simples particulares; se puede comprar, acceder a mercancías de cualquier parte del mundo; sin embargo, una de sus características fundamentales es la forma en que conviven unos con otros, como se traspa información, y por ende, como en Internet fluyen los contenidos. “De la ‘ciudad electrónica’ se ha dado paso al ‘planeta electrónico’. El mundo se ha convertido en una red, una enorme telaraña mediante las autopistas de la información. El propio nombre inicial es bastante descriptivo. Son vías rápidas por las que circula información, un bien muy apreciado porque la información es poder. Pero cuando progresivamente el acceso a la información se va haciendo universal, su verdadero valor radica en la rapidez y en la facilidad para conseguirla”.²¹

Los servicios ofrecidos por Internet son variados y estos se orientan según las necesidades requerida por los usuarios, las cuales pueden resumir en tres grupos:

- Correo Electrónico
- Transferencia de Archivos
- Acceso a sistemas remotos

²¹ Piedrahita, Manuel. Periodismo Impreso, Audiovisual y electrónico del siglo XXI. Editorial Universitarias. Madrid, 1998, p.264

Esta gigantesca red “es una herramienta de trabajo, un periódico global, un buzón de correos, una tienda de software, una biblioteca, una plaza pública, un recurso educativo, una plataforma publicitaria...”²², y donde Internet constituye una nueva forma de entender las comunicaciones.

Se considera a esta supercarretera de la información como la mayor red de computadores del mundo, además de tener la capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías como a las necesidades de cada usuario. También da cabida a todo tipo de equipo, fabricantes, redes, tecnologías, medios físicos de transmisión, usuarios, entre otros, sin dejar de mencionar que está controlada por miles de usuarios de pequeñas redes distribuidas en el mundo, es decir, que nadie gobierna o administra esta red.

Internet entrega variadas funciones para los usuarios, las que se pueden acotar en las siguientes:

- Interactividad
- Comunicación a distancia a bajo costo, ya que el valor de una llamada es el precio de una local
- Comunicación en línea (on-line)
- Un medio para la publicación y búsqueda de todo tipo de información
- Un medio en el que el control de la información está en el usuario, ya que tiene la capacidad de decidir qué, cuándo, cuándo y cómo ver o publicar
- Funde en un único medio las potencialidades de las imágenes fijas, en movimiento, los sonidos y los textos
- Fusiona las capacidades de correo, teléfono, diario mural, radio y televisión
- La posibilidad de auto-editarse y difundir información individualmente
- No tiene limitaciones de tiempo y espacio
- Permite tener acceso a cualquier ámbito del conocimiento humano.

²² Periodismo Electrónico e Infografía, capítulo 2: Internet, red de redes, <http://www.geocities.com/CollagePark/Quad/index2.htm>

También ha sido un gran aporte para distintas profesiones, una de ellas el periodismo. En sus comienzos una misma persona escribía, imprimía y distribuía los ejemplares de su periódico, hoy se ha creado redacciones con tecnología muy avanzada, con procesadores de textos muy ágiles y con la incorporación de la entrega de información instantánea en tiempo real.

://requerimientos_ para_ una_ conexión

La conexión a Internet se realiza por medio de un proveedor de servicio de acceso a esta red. Cada proveedor ofrece distintas características, dependiendo de la infraestructura de la red y ubicación geográfica.

Para conectarse a Internet, como para iniciar el enlace con la red, es necesario: tener un computador, poseer un módem, tener algún tipo de protocolo, y contratar algún servicio con un proveedor. Existen tres formas de ingresar a la red: por conexión directa, es decir, punto a punto, y que son usadas por servidores; conexión a una red conectada a Internet; o conexión telefónica, la más frecuente entre usuarios particulares. También está el ancho de banda, la capacidad física que tiene la línea para transportar los datos. Por conexión se entiende el enlace efectuado con la red.

La funcionalidad de Internet se debe, en gran parte, al uso de protocolos generales independientes del Hardware. Constituyen una serie de reglas estándares establecidos para la comunicación y transferencias de información en la red. En cada plataforma: DOS, Windows o cualquiera otra, para conectarse se necesita un programa y un módem; llamar por teléfono a algún proveedor, y que conduzca hacia donde uno quiere ir.

El protocolo más común es TCP/IP, en el cual TCP toma la información que desea enviar y la divide en segmentos, además de enumerar cada segmento para que el receptor pueda verificar la información y entregarla en orden más adecuado, es decir, trabaja con el sistema de envíos de paquetes. Para recibir la información se ocupa el IP.

_internet_v_2_0

Aunque todavía Internet no ha alcanzado toda su magnitud, ya se ha comenzado a trabajar en un nuevo proyecto para mejorar y optimizar esta red. Internet 2 (o I2, como es denominada por especialistas en el tema) “surgió como respuesta a la invasión que el comercio provocó sobre la universitaria red Internet, aquella creada a principio de la década de los '80 para conectar casa de estudio de todo el mundo. El objetivo principal de los que llevan adelante el proyecto de I2 consiste en montar una nueva infraestructura, pensada únicamente para el uso de la comunidad científica y educativa, con la creación de bibliotecas digitales, laboratorios virtuales y la posibilidad de expandir la telemedicina”.²³

El proyecto para crear la nueva red de alta velocidad comienza en 1996, a cargo de la UCAID (Corporación Avanzada para el Avance de Internet), debido a que las instituciones gubernamentales como universitarias necesitaban un ancho de banda más amplio para transmitir datos, además de un nivel de mayor seguridad y que no fuera posible de infiltrar por los hackers, y poder así realizar experimentos e investigaciones científicas.

“Internet 2 tiene en estos momentos 140 miembros norteamericanos trabajando sobre ella, y ya se están probando Laboratorios Virtuales donde científicos localizados en puntos del mapa distantes, pueden colaborar en tiempo real cazando neutrinos o bien manejando un radio telescopio.”²⁴

Dentro de las ventajas que posee el modelo sobre la que fue construida Internet 2, es una tecnología llamada *multicasting*, la cual permite enviar grandes paquetes de datos (como una película de DVD completa, por ejemplo) en varios segundos, y que el paquete también sea enviado sin demora a otros destinatarios. Así mismo, la señales de audio y video podrán ser capturadas, comprimidas y enviadas en un mismo paquete, sin cortes en la transmisión, o saltos de cuadros.

²³Gómez Roberto, Internet V.2.0, *revista URL Magazine*, Digital South S.A., Buenos Aires, p. 57

²⁴ Id.

Aparte del *multicasting*, Internet 2 posee otros recursos para enfrentar las comunicaciones del nuevo milenio, las cuales están definidas en unas raras y complicadas siglas:

- GigaPOP (Gigabyte Point of Presence): Un punto de acceso a la red 2 capaz de soportar una transferencia de datos de hasta un Gigabyte por segundo. Originariamente 30 puertos GigaPOP estarán destinados a satisfacer las demandas de los miembros de 2.

- IPv6 (Internet Protocol versión 6): Es una evolución del IP de 32 bits que usa la Internet de hoy en día pero que ha ampliado su ancho de banda a 128 bits, lo cual permite un tráfico de información enorme - todo en tiempo real - y sin espera en la bajada de los datos.

- Abilene: "BackBone" de fibra óptica construido especialmente como soporte de la Red 2. Abilene soporta transferencia de datos entre los 2,4 y 9,6 Gigabytes por segundo

- 2DV (Internet 2 Digital Video): Iniciativa del gobierno estadounidense para transmitir videos educativos en calidad digital y escalabilidad multimedia; la idea es distribuir el contenido de cursos, documentales y video conferencias.

- Learningware: Un nuevo sistema de aplicaciones orientada a la formación instructiva, con contenido multimedia y presencia del docente en tiempo real, lo cual permitiría educación a distancia.

- Telemedicina: Promete el manejo y la aplicación de los equipos a distancia en tiempo real. Por ejemplo, un cirujano podrá operar a un paciente que está en Chile usando un robot. O usar un tomógrafo desde cualquier punto de la red.

El proyecto, en el cual se invierten 70 millones de dólares cada año, está pensado de manera exclusiva como una red educativa mundial. Sin embargo, muchas de las empresas que participan económicamente en el proyecto ya están exigiendo llegar a usar la red 2; como en la transmisión en vivo de programas de televisión con contenidos multimedia. A fines del 2000

se calcula que estaría lista la primera fase del proyecto, pero recién estará plenamente operativa para el año 2003, siempre y cuando algo no lo intervenga.

Llegar a ser usuario de esta autopista no será cosa fácil. Se ha invertido mucho dinero en ella como para llegar a navegar gratis y para disponer de esta la última tecnología, se deberá pagar. Este es un proyecto muy diferente al ya establecido, el cual, con el tiempo, se volvió libre acceso, sin dueño y gratis.

[6:Periodismo electrónico]

En la historia del periodismo primero nace la prensa, luego la radio y la televisión. Hoy, el último y gran invento de las comunicaciones ha sido Internet, un valioso nuevo soporte para la información del siglo XXI.

Se caracteriza por tener una estructura interna muy diferente a los medios hasta hoy conocidos. Posee la ventaja de fusionar a todos sus antecesores, pero también puede transformarse en un arma de doble filo si no se aprovechan las “ventajas” que este ofrece. Como el *cyberlector* dispone de una mayor oferta, la calidad - de todo tipo – de los medios es un factor elemental, implícito en el inconsciente del navegante. Si el nuevo medio no utiliza (de manera adecuada) los recursos, puede llegar a ser una web aburrida y simplemente no ser visitada.

De manera muy concisa, el concepto de periodismo electrónico hace referencia al uso de la computadora, tanto en la realización como en la transmisión de la información.

Hasta el momento, la adaptación de la prensa ha tenido dos fases:

- Informatización del proceso productivo (donde se informatizan las redacciones, pero el soporte último sigue siendo el papel).

En los años cincuenta aparecen unos programas que *justifican* (:alinear los párrafos) las líneas, que eran compuesta por linotipia. Posteriormente, en los sesenta, en Estados Unidos y en los setenta en Europa, aparecen los primeros equipos que eliminan la composición en plomo e introducen la fotocomposición. Llega el offset, sustituyendo el procedimiento tipográfico.

Durante el período, de 1970 a 1985, se informatizan las redacciones: enormes computadoras se conectan a terminales, como lectores ópticos, vídeoterminals, impresoras y fotocomponedoras. En 1985, las computadoras centrales son sustituidas por sistemas modulares y computadoras personales (PCs), que permiten: el tratamiento de texto, acceso a bancos de datos, a programas de diagramación, a programas de envío y recepción de imágenes, entre otros.

- Informatización del producto (se informatizan las redacciones y el soporte ahora es la computadora).

Fase caracterizada por el videotex y el teletexto. El primero se envía mediante servidores a computadoras, televisores y monitores especiales que reciben la señal. Los textos son breves y organizados por secciones. El segundo es transmitido por ondas recibidas en el televisor. También está el Viewdata que aplica el mismo método, pero agrega la interactividad.

Auditex, otro de los sistemas que aparece, usa de las comunicaciones telefónicas para transmitir información ya grabada en la computadora. En 1993, más de cien diarios norteamericanos lo utilizaban, como un sistema de información basado en la computadora: los diarios publicaban listas de distintos servicios telefónicos que permiten a los lectores llamar, y así conocer información específica de acuerdo a la demanda.

El siguiente invento es el fax, utilizado por los diarios para enviar resúmenes de sus originales en papel y también por las agencias noticiosas. Se transforma en un híbrido de medios escritos y electrónicos. Actualmente, los módems son módems-fax, así como la computadora envía y recibe faxes, dejando obsoleto este modelo de diario.

CD Rom (soporte magneto óptico) y disquetes (soporte magnético), uno de los más habituales y actuales instrumentos, fueron además el servicio que más productos ha puesto en el mercado para casi todos los sistemas operativos, como Windows 3.0, 3.11, 95, 98, NT, DOS, Mac, UNIX, entre otros.

Entre las ventajas que representa están: amplía la capacidad; independencia del acceso telefónico; no añade costos al usuario; es hipermedia, pues permite almacenar imágenes de alta definición, vídeo, audio, texto, etc. Entre las desventajas están: existe poca costumbre de leer directamente a la pantalla de la computadora, y es un sistema cerrado: no permite enlaces externos. Los productos desarrollados, con estos soportes fueron: hemerográficos, almanaques-agendas, revistas y grandes reportajes.

Más adelante se verán los servicios *on line*, es decir, las redes de pago e Internet que hoy ya es un servicio bastante masificado. Se pueden encontrar periódicos escritos (y otra información escrita), radios con señales en directo, canales de televisión con información escrita como de imagen, y un sin fin más de combinación de todos los formatos de los distintos medios.

_prensa_electrónica_en_el_mundo

El periodismo oficial en la red aparece en Estados Unidos en 1992, posterior a un gran fracaso del videotex. Es un inicio más reconocible por las redes *on line* de pago; como Prodigy, CompuServe, American On line, Microsoft Network, Infovia, Serricom, entre otras; que en Internet mismo.

En junio de 1988 se crea la empresa Prodigy, con el patrocinio de IBM y Sears. Intentan poner en marcha una red nacional de computadoras domésticas para noticias, información, y servicios transaccionales. Dentro de esta red, la empresa Dow Jones incluye publicaciones como: *The Wall Street Journal* y *Barron's*. Hecho que puede situar el inicio – o aparición – del periodismo electrónico en línea.

A finales de la década de los años '80 la editora Ganett, dueña del periódico *USA Today*, lanza el *USA Today Decisionline*, una versión resumida del periódico en 18 noticias. La

versión completa de un periódico aparece en 1992 con *The Chicago Tribune*, pero sólo llegaban a los abonados a *America On Line*.

En la misma red, en mayo de 1993, surge el *San José Mercury Center*, perteneciente a la compañía Knigth-Ridder, una versión electrónica del *San José Mercury News*. En su nuevo soporte, se destaca por tener sólo texto y servicio de correo electrónico para escribir a los redactores. En la actualidad es un medio que recibe alrededor de más de medio millón de visitantes diarios, actualiza durante el día las informaciones y permite el acceso a un archivo, desde 1985 (<http://www.sjmercury.com>).

Desde ese momento las grandes empresas informativas, de Estados Unidos, han tomado posición en la red de Internet.

El número de diarios en Internet va en aumento, pero muchos que no figuran en la red y, por consiguiente, no existen. Estados Unidos produce el 50% del total de la información periodística existente en la red. Por lo tanto, otros continentes, como África – a pesar de cuánto esfuerzo hagan – están casi ausentes en Internet y los diarios tienen sus servidores en Estados Unidos. Al mismo tiempo, se pueden encontrar todas las producciones independientes o colectivas, que no pertenecen a grandes empresas periodísticas.

_diarios_electrónicos_sin_formato_de_papel

La mayoría de los diarios que aparecen en la red, tienen su origen en el papel y son trasladados a este nuevo formato. Pero no todos han seguido esa regla. Hay proyectos que han fusionado los dos modelos: el impreso con el electrónico, sin necesidad de haber tenido una historia previa en papel. Algunos, además, intentaron implantar un prototipo de diario futurista, como lo fueron el *Flat Panel* y el *Daily Me*.

El *Flat Panel*, o panel plano, fue un proyecto desarrollado por Roger Fidler²⁶, además de imponer la idea de concebir el diseño del diario electrónico como el impreso, de esta manera se facilitaba al lector el encuentro con el nuevo medio, pues ya tenía la experiencia previa con el de papel.

Aún así, el diario no tuvo un largo respiro, pues su vida dependía de un nuevo soporte: una computadora personal portátil. Además, no garantizaba acceso directo a la información, debido a que las noticias se introducirían por medio de una tarjeta al disco duro del aparato. Filder creía en su invento a largo plazo, por ello en el año 1994 se atreve a pronosticar que su sistema sería “un medio de comunicación masiva en Estados Unidos, dentro de los próximos quince años”²⁶. Dos años más tarde el diario muere, junto al cierre del laboratorio de diseño de la *Knigh-Ridder*. También todos los periódicos que eran parte de este laboratorio hacen que él cierre, pues prefirieron aprovechar las ventajas y espacio que ofrecía Internet.

El *Daily Me*, desarrollado por Nicholas Negroponte²⁷, también fue otro fracaso de diario electrónico, debido a que utiliza un soporte distinto a Internet –considerando que a principios de 1996 *Wall Street Journal* saca su edición en Internet- y decide hacer un diario personal, donde cada lector recibiera las noticias de acuerdo a sus necesidades particulares. La selección de las notas estaría a cargo de una *inteligencia artificial*, que trabajaría de acuerdo

²⁵ Periodista y diseñador norteamericano. Fue el director del Laboratorio de Diseño de Nuevos Medios de Knigh-Ridder

²⁶ Filder, Roger; *An Update on the Information Design Lab*, presentación en el IFRA: Beyond The Printed Word II Conference, Londres, 13 de diciembre de 1994

²⁷ Director del Laboratorio de Medios del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT)

al perfil de la persona definido por ella misma al momento de suscribirse. El aporte de este nuevo medio, hizo pensar en un diario que estuviera *on line*.

Bajo este concepto, sólo ha podido desarrollarse el *Personal Journal*, versión electrónica del *Wall Street Journal*, medio que aparece en abril de 1995 y es calificado como "el primer diario para una circulación de uno"²⁸. Quienes se suscriben seleccionan las columnas habituales que desean leer, también tienen la posibilidad de pedir una cartera con las acciones o fondos mutuos que desean conocer.

Para agosto de 1995 se consolida la idea de que el diario electrónico, de circulación masiva, tiene como Internet el mejor espacio para desarrollarse, ya que el número de periódicos en la red aumentaba rápidamente.

_periodismo_electrónico_en_chile

En 1992, junto al despegue global de Internet, Chile ingresa a la Supercarretera de la Información al realizar el primer enlace a ella a través de la Red Universitaria Nacional. Sin embargo, el desarrollo de los medios electrónicos chilenos fue lento. El primer dentro del periodismo digital fue el diario electrónico de COPESA (Consortio Periodístico de Chile S.A.) creado el 18 de mayo de 1994. Es el primero de Sudamérica y uno de los primeros en Latinoamérica.

Antes que surgiera este diario electrónico, desde noviembre de 1993, la Compañía de Teléfonos de Chile (CTC), por medio del servicio Navegante, implementó en Chile un sistema interactivo. Fue utilizado por COPESA para ofrecer su medio electrónico.

Algunos años antes de la aparición del medio electrónico de COPESA, circulaban algunas

²⁸ "La nueva era de las comunicaciones", El Mercurio, abril 1995

publicaciones chilenas en Internet. Abordaban prácticamente temas referentes a la informática. La evolución del periodismo electrónico comienza con la creación de algunas páginas personales que incluían artículos, hasta lo conocido hoy: páginas web destinadas solamente a las noticias.

Un hito importante ocurrió en 1997 (y demostrando algunas de las características del periodismo electrónico) cuando el diario La Tercera en Internet publicó, con una dirección en Estados Unidos, lo referente al caso del “Cabro Cabrera”, el cual tenía prohibición de informar. Lo mismo se repitió con la negativa de publicar información de la “Operación Océano”, y el Libro Negro de la Justicia Chilena, donde la web de noticias lo publicó por capítulos.

Otro hecho relevante fue cuando “El Mercurio en Internet” informó sobre la detención de Augusto Pinochet en Londres, mucho antes que cualquier otro medio, incluyendo al formato de papel.

Después del auge de Internet producido por el Decreto Tarifario (1999), el cual bajó el Servicio Local Medido (SLM), muchos medios han aparecido en Internet, algunos ya conocidos en sus formatos más tradicionales y otros sólo como diarios electrónicos. “Así las cosas, pocos deberían dudar que los medios digitales son una realidad que incluso opaca a algunos medios tradicionales”²⁹.

²⁹ Guaiquil Rodrigo, 1999 El año de Internet, Mause digital, www.mause.cl

_sitios_más visitados_y_utilizados_en_chile

► Sitios nacionales más destacados

Sitios nacionales más destacados	Casos	Porcentaje
elmercurio.cl	59	12,58%
latercera.cl	50	10,66%
brujula.cl	26	5,54%
entelchile.net	21	4,48%
canal13.cl	18	3,84%
openchile.net	17	3,62%
openbox.com	10	2,13%
uchile.cl	10	2,07%
sii.cl	9	1,86%
plazaitalia.cl	8	1,71%
icarito.cl	8	1,71%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet" unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas Fecha: Octubre 1999

► Sitios visitados más frecuentes en Chile

Sitios visitados más frecuentes	Casos	Porcentaje
yahoo.com	76	15,9%
Altavista.com	66	13,8%
elmercurio.cl	26	5,5%
latercera.cl	18	3,8%
sii.cl	18	3,8%
bsantiago.cl	9	1,9%
entelchile.net	9	1,9%
ciudadfutura.com	8	1,7%
hotmail.com	8	1,7%
brujula.cl	7	1,5%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"

Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas Fecha: Octubre 1999

► Usuarios que se conectan por trabajo, usos más frecuentes

Uso	Porcentaje
Comunicarse	52,8%
Información financiera	39,4%
Información científica	37,4%
Informarse de noticias	36,6%
Comprar o cotizar	22,5%
Otro	12,4%
Vender	7,6%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"

Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas Fecha: Octubre 1999

► Usuarios que se conectan por estudios, usos más frecuentes

Uso	Porcentaje
Información financiera	58,5%
Comunicarse	17,0%
Información de noticias	17,0%
Información científica	6,3%
Otro	1,1%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"

Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas Fecha: Octubre 1999

► Usuarios que se conectan por entretenimiento, usos más frecuente

Uso	Porcentaje
Buscar música	25,2%
Comunicarse	19,0%
Leer revistas	18,4%
Informarse de espectáculos	18,3%
Jugar	14,3%
Otro uso	4,7%

Fuente: Estudio "Demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet"

Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Cantidad de la muestra: 3.171 personas Fecha: Octubre 1999

[7: Hipermedia]

Hoy, en el portal del siglo XXI, el término multimedia ha invadido gran parte de nuestra vida, e Internet es una de las áreas que se supone ha sacado más provecho de su utilización. Lo mismo han intentado los medios de comunicación en Chile, unos de mejor manera que otros. Pero la verdad es que esta palabra, para lo que se intenta definir dentro de Internet, no logra abarcar la totalidad de lo que ésta encierra, ya que multimedia hace referencia a los distintos elementos que la componen (vídeo, audio, imagen, etc.) y que al utilizarlos juntos – donde y como sea – pasan a adquirir esta denominación.

En cambio, “el hipermedia, o los sistemas de hipermedios, puede definirse como una organización textual, visual, gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema. Si un vínculo une dos o más informaciones textuales, nos hayamos ante el hipertexto”³⁰, así sucesivamente con los otros elementos multimedia iguales, “(...) pero lo más común es que los diversos tipos de información (textual, sonoro y visual) estén integrados en un conjunto o estructura, en un sistema, y, por tanto, las relaciones o vínculos se establezcan de forma combinada entre ellos”³¹.

Allí es donde adquiere otra dimensión. Por eso creemos que este término es el más correcto ya que, al momento de pasar la multimedia a un nuevo espacio, como Internet, se agrega un nuevo elemento: lo virtual, además de incorporarse el hipertexto (de donde nace el prefijo hiper). Cuando se habla de hipermedia no sólo se hace referencia a elementos múltiples, sino que implica otro estado: el virtual.

En la geometría existe el hipercubo, este tiene las mismas dimensiones que conocemos – o creemos conocer - de un cubo: alto, ancho, y profundidad. Pero de acuerdo a un concepto matemático le asigna una cuarta dimensión hipotética, la que no podemos visualizar. Imagina:

³⁰ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p.66-67

³¹ Id. p.67

eres un círculo dibujado en un papel, y una esfera intenta entablar contacto contigo, en las dos dimensiones del papel solo quedarán marcadas las zonas circulares de la esfera, pero nunca la proporción total. El prefijo HYPER está siendo utilizado para ilustrar esa posibilidad, extender las actividades a una zona virtual, más pequeña y más grande al mismo tiempo.

Además, multimedia es un término pasado de moda, ya que este “era utilizado en los 80, para referirse a espectáculos con pirotecnia, mecánica, luces, sonido, música, bailarinas, diaporamas, entre otras”³², comenta un diseñador de páginas web.

De esta manera se intenta “reflejar el sistema de pensamiento humano de una manera más fiel que con el hipertexto. El pensamiento humano no es sólo verbal, ni puede ser únicamente reducido a texto”³³. Por ello, los nuevos medios ofrecen la posibilidad de reproducir más fielmente – por lo menos en la teoría – las conjeturas de nuestra mente. Abriéndose la posibilidad a un lenguaje polisintético, porque reúne distintos elementos que toman sentido sólo al interior del conjunto; e integrador. Además, proporciona el acceso a las tres dimensiones espaciales y a la temporal. Todas estas singularidades se podrían resaltar con la masificación con las técnicas de la “realidad virtual”, pues con unos guantes especiales provistos de sensores, el usuario puede sentir el desplazamiento por las tres dimensiones espaciales.

También es necesario saber que el “hipermedia es un medio híbrido que encuentra su origen en diversas innovaciones tecnológicas y expresiones artísticas en el dominio del arte, el cine, la televisión, en el área de las telecomunicaciones y la ciencia de la computación. El desarrollo tecnológico del hipermedia empieza con la introducción del telégrafo, de la red telefónica y de la cinematografía en el siglo XIX; la invención de la televisión en los años 30; la introducción de la computación ‘digital’ en la década de los 40 y 50; la aparición de la computadora personal (PC) y las redes de computación en los años 70 y 80, dio el cuadro necesario para hacer de la hipermedia una realidad.

³² Miranda, Ricardo, Artista y diseñador de página web, 2000.

³³ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p.67

Los orígenes conceptuales y creativos de este medio también son diversos. Las experiencias llevadas a cabo en las áreas de la multimedia y del montaje visual por artistas de vanguardia en el siglo 20, combinado con las ideas visionarias de pensadores, autores de ciencia ficción e innovadores en el dominio de la computación, permitieron crear este nuevo medio digital que se caracteriza por sus dimensiones multi-sensoriales y no lineal³⁴. Aunque se le atribuye a Ted Nelson como quien acuñó el término hipermedia, en 1965, describiendo así una nueva forma mediática que utilizaba el poder de la computadora para guardar, generar y mostrar información en forma de imagen, texto, sonido y animación. Es más cercano, y da cuenta, de cómo pensamos, es decir, nos muestra un sujeto de diferentes perspectivas hasta dar con lo útil para cada persona.

_fusión_de_los_medios_

La aparición del telégrafo, en 1830, “marca el principio de la estructura ‘cyber espacial’. Las redes de cables telegráficos que transportan mensajes en forma de códigos de puntos y rayas se extiende en Inglaterra, Europa, y los Estados Unidos, y después, en 1870, cruzan el Atlántico. La telegrafía inicia la era de las comunicaciones eléctricas, y desde entonces rápidamente se convierte en redes digitales integradas a nivel mundial”³⁵.

Claro que el telégrafo a pesar de poder comunicar a distancia, no podía “comunicar oralmente” a dos personas. El cambio surge con la invención del teléfono, el que hace posible la comunicación de la voz humana en tiempo real, y la posibilidad de acceder a él es en todo el mundo. “Durante 1990 más de 2 billones de conversaciones telefónicas fueron realizadas con el sistema telefónico de Bell”³⁶.

³⁴ Cotton, Bob; Oliver, Richard, *Understanding Hypermedia 2000*, Phaidon Press Limited. London, 1997, p.11

³⁵ Id. p. 12

³⁶ Id.

Más tarde aparece el cine, el “primer medio de comunicación que implicaba recaudar (almacenar) y repartir (entrega del pedido)”³⁷. Un medio que puede mostrar la realidad y, al mismo tiempo, proveer indirectamente las experiencias de personas, de lugares distantes en el tiempo y el espacio. El cine puede transmitir lo que el teatro no puede: yuxtaponer historias temporal y espacialmente; experiencias visuales que pueden ser mostradas a públicos enormes.

La televisión prolongó las posibilidades de la radio. Incorporó imágenes y llevó el cine directamente a los hogares. “La audiencia tiene el poder de prender y apagar la tele a gusto, seleccionar el tipo de entretenimiento e información con la proliferación de canales de televisión. Este medio de comunicación libraba las maravillas del cine, pero también presenta las noticias, programas especializados, charlas y juegos televisivos. Todo se realiza de manera electrónica, invisible y cada vez de una forma más sofisticada. Después de la segunda guerra mundial, la televisión reemplazó el cine como medio de entretenimiento. Integraba las cualidades de la radio, el cine, las novelas, las revistas, la publicidad, la animación y los periódicos”³⁸.

Finalmente, “el último paso hacia la fusión de los medios tecnológicos comienza con el desarrollo de las tecnologías digitales de computación en las décadas de los '40 y '50 (...) El increíble y rápido progreso de la microelectrónica: empezando con la creación del transistor en 1948, los circuitos integrados en 1959, a los microprocesadores en 1971 (la computadora en un chip) se desarrollaron en un período de sólo 23 años. La primera computadora personal aparece en el mercado al principio de los años '70 y los programas (software) especialmente diseño para el hipermedia son comercialmente disponible solo 10 años después”³⁹.

³⁷ Id.

³⁸ Id, p. 13

³⁹ Id, p. 13

elementos hipermedia

La hipermedia está compuesta por distintos elementos que facilitan, ayudan a navegar y que sea menos estática el diseño de la página web a visitar.

animación

“La animación califica muy bien la naturaleza dinámica del hipermedia. Esta técnica (de 2D y 3D) predomina principalmente en los juegos electrónicos. Pero también puede ser utilizada de manera sutil, silenciosa, como aporte dinámico a la presentación de un documento, por ejemplo. Sin ella, los elementos desfilan de manera estática y monótona”⁴⁰. El objetivo de estas es llamar la atención del usuario dentro de un cuadro o menú estático.

Estos también pueden ser utilizados en la tipografía, títulos o subtítulos como elementos que aparecen como mensajes de instrucciones o de ayuda explicando un diagrama. Así mismo pueden llamar la atención del usuario con el objeto que explore otras secciones del documento. Las animaciones pueden ayudar a darle personalidad a un sitio.

“Con la evolución y la complicación de los programas hipermedia, uno de los aspectos más interesantes de su utilización será la posibilidad para el usuario de saber dónde están (dentro del programa), dónde estuvo y dónde puede ir. Al igual que el cine y la televisión, debemos establecer convenciones y efectos que nos permita localizarnos en el hiperespacio”⁴¹.

audio

El sonido se caracteriza por tener ciertos aspectos propios, que no sólo se relaciona con las emociones sino también con el pensamiento, así como estar ligado directamente con la vista. Además trabaja de manera independiente, sin necesidad de estar junto a una animación o texto. Puede hablar por sí mismo.

⁴⁰ Id, p. 76

⁴¹ Id, p. 78

El sonido es capaz de producir un espacio propio, creando para quien navega un sentimiento de “pertenencia”. Esto se puede lograr por medio de la música, efectos sonoros y la utilización de voces. El sonido pasa a ser un referente auditivo para el usuario.

“Con la evolución constante de este medio, el sonido reemplazará, a largo plazo, el papel de los textos y se convertirá en el principal instrumento para difundir argumentos, opiniones e información. Este proceso ya ha empezado. En la web, varias entrevistas y discursos están disponibles bajo un formato sonoro. Esto es factible porque las grabaciones son un proceso más rápido y más fácil que la transcripción. En realidad, esta práctica aumentará, porque la nueva generación (la generación de la televisión) está acostumbrada a juntar información a través de la vista y el oído y ya no tanto por la lectura (...) El hipertexto se convertirá en un medio verdaderamente distinto, con sus características únicas y cualidades propias, cuando el sonido sea integrado totalmente”.⁴²

video

El video es un elemento que ha estado presente desde el comienzo en el hipertexto. La integración de ambos se ha desarrollado en los últimos años. En sus comienzos necesitaba de una tecnología híbrida como la utilización de un disco de video (análogo) o, en ciertos casos, un magnetoscopio. El costo y las complicaciones de utilización limitaban las posibilidades de uso. La introducción de sistemas digitales directamente ligados a los PC (como el DVI de Intel y Quick Time de Apple), a comienzo de los '90, permite concretar la integración del video a los programas de hipertexto. A pesar de ello el tamaño de la memoria y la calidad del material presentaban problemas, además la pantalla era pequeña y la imagen de mala calidad.

Ahora el uso del DVD (disco video digital) permite guardar mucho más información que un CD-ROM. Esta capacidad “favorece verdaderamente la integración del video al hipertexto. El formato DVD se presenta ahora como una alternativa viable a los VHS, para la distribución

⁴² Id, p. 81

de películas. Además, los constantes avances en materia de compresión y de almacenaje de este formato atrae a los diseñadores que lo prefieren al CD-ROM. Rompiendo estas fronteras, la integración de componentes interactivos es real".⁴³

hipertexto

El hipertexto también está basado en el hipertexto, un vehículo predominante para expresar ideas, información y emociones. El texto disfruta de diversos privilegios como ser compacto, demora menos en ser bajado que una imagen; además puede ser examinado, seleccionado y manipulado por la computadora, gracias a programas informáticos. Por ejemplo, buscar información en la WWW sobre un tema específico a través de una palabra o frase clave.

El hipertexto (cuando uno selecciona una frase que conduce a otros textos relacionados con el tema) "puede parecer similar a zapear los canales del cable. Para las personas acostumbradas a la tradición literaria, esta función que cumple los mismos objetivos que una nota al pie, un índice o tablas, es aceptable, pero otras aplicaciones más complejas del hipertexto simplemente son incomprensibles".⁴⁴

Esta herramienta deja en manos del lector muchas decisiones que, antes, eran propias del autor o del editor. "Al leer una obra en hipertexto se puede generalmente cambiar el tamaño de la tipografía, para verlo mejor. Al llegar a una nota, se podría abrir una segunda ventana y leer la nota, sin borrar el texto original. Aquí podría aparecer un nuevo nexos (o varios), y el lector decidirá si sigue algunos de ellos. La versatilidad, en consecuencia, es enorme y requiere un lector activo".⁴⁵

⁴³ Id, p. 85

⁴⁴ Id, p. 71

⁴⁵ "Nociones básicas de hipertexto", http://www.puc.cl/curso_dist/dmw/teoria/hitex1.html

[8: La tercera: un tradicional diario en un nuevo soporte]

Al comenzar este trabajo una de las principales metas fue establecer si existen diferencias entre el contenido del diario La Tercera, en su edición de papel, y su publicación en formato electrónico. El propósito era ratificar nuestra teoría al respecto, es decir, que no hay una manera – radical – de hacer periodismo en este nuevo formato, y sólo es meramente de formato: del tradicional al del nuevo siglo. De acuerdo con lo que hemos observado va más por no “atreverse”, que por una cuestión económica – como veremos más adelante -, ya lo dice el periodista Abraham Santibáñez: “los diarios fueron reacios al comienzo a considerar opciones diferentes de las tradicionales. Se puede decir – aunque esto ha cambiado velozmente - que han aceptado las nuevas tecnologías sólo por consideraciones de imagen y en la medida en que ayudan a hacer mejor lo que han hecho siempre”⁴⁶.

“Esto significa que el material periodístico es elaborado originalmente para un soporte tradicional no para un soporte con características propias como es Internet. Pese a la continúa revisión de los primeros modelos de diarios electrónicos, gracias a la cual se han producido considerables mejorías y constantes adaptaciones, hasta el año pasado (1998) no se sabía en Chile de experiencias como las aquí descritas. Hoy las hay”⁴⁷. Pero un número ínfimo de casos, lo que nos induce a pensar que, al parecer, existe un tremendo miedo a fusionar distintas disciplinas, como audio y texto, vídeo y texto, y otras combinaciones.

Como consecuencia de esa observación sobre el medio, también pretendemos establecer si en el diario La Tercera existe un tipo de lenguaje periodístico, para su formato electrónico. Cualquiera fuese la respuesta, intentamos poder hacer un bosquejo de cuáles son las características de éste, en el formato electrónico, así como de las otras que lo podrían caracterizar a esta nueva forma de ejercer la profesión.

⁴⁶ Santibáñez, Abraham “Reflexiones Académicas n° 12”, en *El diario electrónico: Impacto de una nueva tecnología en el trabajo periodístico*, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000, p. 96.

⁴⁷ Id. p. 99.

Para exponer los resultados de nuestra investigación, y confirmar o no las hipótesis, se irán mostrando tablas comparativas - con los resultados sintetizados -, junto a las hipótesis que planteamos al comienzo de esta aventura.

análisis comparativo de portada la tercera formato papel y electrónico

La siguiente tabla encierra los distintos aspectos propuestos, desde el inicio de la investigación. Es decir: tipo de lenguaje utilizado, descubrir si existe, o no, un tipo específico de lenguaje con el cual dirigirse al lector de diarios en páginas webs; fotografía y su función en los diarios electrónicos, por ejemplo; diseño, saber si existe una preocupación diferente en el diseño del diario electrónico, con respecto a su original; y formato, observar qué cambios existe en el nuevo soporte. Los elementos hipermedia, serán tratados en un ítem exclusivo.

Los resultados de todos estos elementos analizados, en ambos formatos del diario, tienen una descripción determinada por las generalidades que se presentaron en él. Esto no significa que existan excepciones. Es decir, si alguien desea mirar alguna edición del diario – cualquiera sea la fecha – no será raro que encuentre una “contradicción” respecto a lo que estamos describiendo.

El siguiente cuadro comparativo explica cómo son los diseños del diario, en sus distintos formatos.

	LA TERCERA EN PAPEL	LA TERCERA EN LA WEB
Fotografía principal	La misma en ambos formatos	Ídem
Fotografía más pequeña	Sólo acá	No existe
Bajada	Tiene dos	Tiene una
Subida	El mismo en ambos formatos	Ídem
Titular	El mismo en ambos formatos	Ídem
Segmentos	Los nombres cambian en cada formato. Ejemplo: - magazine	- cultura
Pie de foto	Es corto	Es más extenso y explicativo
Titulares más pequeños	Ubicados en la columna izquierda y sobre el titular	Ubicados abajo, después del titular y foto principal
Lenguaje	Aunque ambos tienen el mismo contenido, se utilizan algunas palabras diferentes para cada formato	Ídem
Información financiera	No existe por completo, sólo está la Unidad de Fomento (UF)	Aparece un resumen de los principales indicadores económicos
Fecha de la edición	Bajo el nombre del diario	Sobre el nombre del diario
Suplementos	En un rincón, al final del diario, se publicita los suplementos del día	En la web aparecen como sitios (o links) del mismo diario
Clima	Aparece la temperatura máxima y mínima de la capital	Aparece la temperatura máxima y mínima de la capital, más un dibujo explicativo
Restricción vehicular	Se mencionan los dígitos	Es un link interactivo, sólo se ven los dígitos se hace "click"
Otros		Tiene diversas secciones, que no aparecen en el formato de papel, con el nombre de "destacado" (sobre sus propias secciones). También hay foros de discusión
Colores	- Logo: Es el mismo, pero la imagen que va dentro de la letra C (globo terráqueo) es plomo - Titular: El mismo color - La información del tiempo: Son las mismas letras, aunque no existe una imagen	- Logo: Es igual, pero la imagen que va dentro de la letra C (globo terráqueo) es de color azul - Titular: Ídem -La información del tiempo: Posee una imagen (un sol) de color azul y amarillo. Las letras son del mismo color, negras
	Las líneas del lado izquierdo: Llevan el mismo orden de colores pero no representan igual contenido del diario en Internet. Es sólo para crear una similitud visual.	

De acuerdo con lo observado, podemos afirmar que las portadas son muy similares en ambos formatos, ya que - a primera vista - uno asocia directamente las dos versiones de un medio como uno solo. Esto se debe a que el logotipo del diario (aunque el mundo que aparece en la palabra La Tercera Internet cambia de color) y la tipografía es la misma.

Con respecto al **titular y la subida** son exactamente las mismas. Sólo hay excepciones en ediciones especiales, como el caso del día 16 de diciembre de 1999:

Formato Papel	Formato Electrónico
Lagos v/s Lavín: qué piensa uno del otro y qué harán si pierden	Último recuento da empate Lagos-Lavín Bajada: Lagos admite segunda vuelta Lavín contento con la segunda vuelta

La bajada del titular en su versión electrónica está subrayado, lo que significa que con sólo hacer un clic lleva directamente al lector a un artículo en el tema. Esto no sucede normalmente con ninguna otra bajada del La Tercera en la web. También es importante destacar que generalmente sólo aparece una bajada en el titular del diario en Internet, situación que no ocurre tanto en papel, ya que incluso pueden aparecer más de dos.

La fotografía (imagen) principal que aparece en la portada del medio escrito es la misma que figura en Internet. Lo contrario sucede con las fotografías más pequeñas de portada, pues no figuran en su formato electrónico. Esto podría reflejar la poca importancia que le pueden atribuir a estas, es decir, no son trascendentes para lo que se quiere informar; o producto de la postura que tiene el medio para que el usuario acceda al sitio, como explica el director de Medios Digitales de COPESA: “nosotros estamos dando a la gente la mayor accesibilidad posible, a diferencia de otro portal. A modo de ejemplo: si usas un computador que tiene un procesador 486, la persona no alcanza a ver todo el portal, y está obligado a hacer *scroll* para el lado derecho. Y ese es un problema de usabilidad, lo que no es una experiencia de usuario agradable.

“Nuestra idea es que todo el mundo nos pueda ver. Es como acercar hasta el niño que se conecta por la *Red Enlaces*. Eso es lo que tenemos en mente”⁴⁸.

Todas las imágenes fotográficas van acompañadas con un pie de foto, en ambas versiones con textos diferentes: más extenso y explicativo en La Tercera en Internet. Por ejemplo, el martes 4 de enero de 2000:

Formato en Papel	Formato electrónico
<p>El chicle ayuda a adelgazar (título)</p> <p>Criticado durante décadas por sus efectos dañinos en la salud dental y también por ser considerado un hábito vulgar, el chicle acaba de ser reivindicado por la Clínica Mayo, una de las más prestigiadas de EE.UU. Según un estudio, mascararlo durante una hora al día reduce la obesidad. En todo caso, la investigación generó inmediata controversia</p>	<p>Masticar chicle ayuda a combatir el sobrepeso (título)</p> <p>Médicos de la Clínica Mayo, en Estados Unidos, aseguran haber descubierto una insospechada forma de bajar de peso. Calcularon que masticar chicle sin azúcar ayuda a quemar 11 calorías por hora. Proyectadas a todo un año, equivaldrían a perder cinco kilos de grasas en 12 meses. Resultados provocan controversia en la comunidad médica</p>

La singularidad del pie de foto en la web de La Tercera, podría explicarse por las características de los medios en Internet. Pensando que el lector no desea hacer muchos clic, se debe informar (explicar) de manera clara a quien visita el sitio y si entra o no (: si hace o no clic). La idea es apuntar a la rapidez: que el lector no sienta que pierde el tiempo navegando y no le es productivo.

“La gente tiene poco tiempo, así también para Internet, no le gusta mucho leer y hacer clic, clic, clic; suelen estar 8 segundos en cada página, y para ese grupo de persona se debe diseñar una noticia distinta. Un diario en papel no pone viñetas, y a eso vamos: a una concentración de información, algo así como resúmenes ejecutivos”⁴⁹.

Referente a los distintos **segmentos** que ofrecen ambos medios, y que son destacados en sus portadas es importante señalar que ellos cambian de nombre según sea el soporte. Esto

⁴⁸ Guaiquil, Rodrigo. Director Medios Digitales COPESA, Santiago, 25 de mayo del 2000.

⁴⁹ Id.

no afecta su contenido, pues hacen referencia a lo mismo. Los segmentos a los cuales aludimos son:

Formato Papel	Formato Electrónico
Magazine Información General	Cultura Nacional

La Tercera en papel ofrece en la portada segmentos, que en la práctica, no figuran en el diario. Esto induce a pensar que es con el fin de destacar ciertas informaciones, creando así también un *gancho noticioso* (y comercial) atractivo al lector. Así también cambia el nombre del segmento, dependiendo de la información que ofrece. Por ejemplo: dice *Gobierno*, aunque aparece en la sección *Política*, o de *Negocios*.

Los **titulares más pequeños** poseen diferentes ubicaciones dentro del medio, esto de acuerdo al soporte. A un costado izquierdo, y sobre el titular, en papel; debajo de la fotografía y titular, en la web.

El ítem **información financiera** también se caracteriza por presentar diferencias. El contenido en los dos soportes es distinto, y aparece en la portada de la página web de La Tercera más información que en su símil de papel. Claramente es un resumen de los principales indicadores económicos del día. En cambio, en el formato clásico, sólo figura el valor de la Unidad de Fomento (UF).

Con respecto a datos informativos, como lo son **fecha de edición, clima, y restricción vehicular**, se encuentran en distintas ubicaciones de la portada de ambas versiones, pero que no dejan de ser el mismo.

Muy diferente se presentan los **suplementos** del diario. Una es la tradicional a través de una publicación independiente, que se recibe junto con la compra del diario; y la nueva – que aparece con este nuevo tipo de soporte – es un *link* ubicado en la portada de La Tercera *on*

line, donde al lector con un solo clic se le abre una nueva ventana que contiene la información.

Un dato importante es lo que se refiere al tipo de **lenguaje** que utiliza La Tercera en sus dos formatos, ya que es el mismo, y sólo en escasas ocasiones cambia, pero es algo que sólo se ve reflejado en usar una palabra por otra (sinónimos), pero en definitiva el contenido y el lenguaje es el mismo.

Otro dato, en el diario de papel viene – a un costado derecho (de quien lo mira) de la portada – una invitación para visitar La Tercera electrónica, además de ofrecer los temas más destacados que trae el nuevo soporte.

En suma, las diferencias que hay entre la portada de La Tercera en su formato de papel y electrónico, es cómo se encuentran ubicadas algunas frases o palabras (en algunas ocasiones). Pero lo referido al contenido, a los titulares y las noticias como han sido redactadas, es lo mismo. Esto sugiere que los diarios en ambos soportes son prácticamente iguales, ya que no dejan de tener la información diagramada y redactada de la misma manera, sin llegar a percibir uno como lector una diferencia de fondo – sólo de forma – del medio en los distintos formatos. Es decir, lo que se publica en papel es lo mismo que aparece en Internet.

Esta reflexión, que sostuvimos como eje desde el principio de nuestra investigación, no deja de ser menos cierta, pues en una entrevista realizada al Director de Medios Digitales de COPESA, Rodrigo Guaiquil, confirma el motivo de nuestra hipótesis. Al comentar con él nuestra observación al respecto, nos cuenta que “para reportear vemos la tele, escuchamos la radio, recogimos información de los cables, hacemos entrevistas telefónicas. Ahora, el proyecto dentro de seis meses es incorporar una sala de redacción, vamos a salir a la calle, es decir, vamos a hacer un diario electrónico con investigación; porque durante todo el año '99 hicimos un periodismo netamente de escritorio, pero ahora comenzó la competencia de

verdad... con El Mostrador, El Área, El Mercurio, que están tratando de hacer periodismo en tiempo real.

“La competencia no es con medios digitales que provienen de la radio o televisión. Ellos presentan la noticia en dos o tres líneas y luego incorporan audio. Es decir, se fueron por el lado del audio y el vídeo. Cada uno todavía representa el medio del cual proviene, los aventajados son los que nacen como medios digitales, ellos no tienen el lastre de un medio escrito (formato, lenguaje, imagen, etc.)”⁵⁰.

análisis de contenido de la tercera en ambos formatos

Para realizar el análisis de contenido, entre ambos formatos de medios, observamos la primera quincena de diciembre de 1999 y primera quincena de enero de 2000. Eligiendo la sección Nacional, específicamente Política, para luego comparar la información aparecida tanto en el formato tabloide como en Internet, con el objetivo de apreciar tanto las diferencias como los elementos comunes entre los dos soportes del mismo diario.

Una de las primeras diferencias observadas en La Tercera, en ambos formatos, es el cambio que experimentan los titulares, bajadas y epígrafes. En ocasiones, estas transformaciones afectan todo el encabezado. Puntualmente, los cambios son algunas palabras y se mantiene el mismo contenido noticioso (sin llegar a sufrir un cambio sustancial), pero con la utilización de un lenguaje más simple y directo, o más sintético. Estos también varía según el hecho noticioso. A continuación se muestra un ejemplo:

⁵⁰ Id.

► Epígrafe aparecida el 14 de enero del 200

Formato Papel	Formato Electrónico
Ministro inglés reiteró ayer que no hará público los resultados de los exámenes de Pinochet	Ministro niega acceso a informar médicos de Pinochet

► Titular del 12 de diciembre de 1999

Formato Papel	Formato Electrónico
Corresponsales extrañarían a Augusto Pinochet	Corresponsales extranjeros extrañarían a Pinochet

► Bajada del 3 de enero del 2000

Formato Papel	Formato Electrónico
Las diferencias expresadas en los últimos días entre los gobiernos de Chile y Bolivia alejan la aspiración de La Moneda de lograr reestablecer sus relaciones diplomáticas con La Paz antes del 11 de marzo	Mientras la actitud asumida por Strow hace confirmar al ejecutivo el pronto regreso del senador vitalicio, las diferencias expresadas en los últimos días entre los gobiernos de Chile y Bolivia aleja la aspiración de La Moneda de lograr reestablecer sus relaciones diplomáticas con La Paz antes del 11 de marzo del 2000

La Tercera en Internet utiliza los hechos tal cual como aparecen en su formato de papel, y no realiza ningún cambio o transformación a la redacción de la noticia.

Los diarios denominan de diferentes formas la sección de política: en Internet se encuentra dentro de *Nacional*, y en su símil de papel se llama *Información General*. Esto se repite con otras secciones.

Otra diferencia se encuentra en la subsección denominada *Breves Políticas*, aparecidas en ambos formatos del medio, pero con contenidos distintos. Lo mencionando como noticias en esta sección del diario no aparecen en el web (salvo en algunas excepciones) y en Internet las *Breves políticas* son notas centrales en el diario. Así, varias noticias no se registran en el web, pero sí en el diario. Algo similar ocurre con algunos recuadros dentro las notas centrales de La Tercera en Internet, y que son presentadas como noticias independientes en el formato de papel.

://noticias escogidas de manera aleatoria para el análisis

Para establecer más claramente las similitudes y diferencias entre las noticias entregadas por los diarios La Tercera en Internet y en papel, se escogió al azar diez notas informativas durante la primera quincena de diciembre de 1999 y enero de 2000. Estas fueron tomadas de los siguientes días: diciembre los días 05, 08, 11, 12, 15; y en enero los días 03, 06, 09, 11 y 14. Con este análisis pudimos concluir lo siguiente:

► Una noticia presentada como una nota grande en el diario, aparece como “breve” en su versión electrónica.

Esto puede atribuirse a que un lector de Internet necesita la información más breve, comprimida, para que no se canse y se vaya del sitio. Dice Guaiquil: “una de las cosas que modifica Internet es la forma de escribir. Algunos estudios revelan que la gente lee un 25% más lento en una pantalla que en papel. Eso hace que nuestras noticias sean pensadas para que sean leídas en forma más rápida (flash). En ese sentido hacemos que algunas noticias tengan algunas partes ennegrecidas para que la gente pase por ahí y haga con la vista un scanner del texto, así tendrá alguna noción de que capturó la información. Además, la gente tiene poco tiempo por Internet, no le gusta mucho leer y hacer muchos clic. Suelen estar 8 segundos en cada página, todo es muy rápido, y para ese grupo de personas nosotros debemos diseñar una noticia de acuerdo a estas características. Vamos hacia la concentración de información, como resúmenes ejecutivos”⁵¹.

Abraham Santibáñez observa algo parecido: “una de las dificultades es el problema que presentan muchas personas para leer en pantalla, lo que obliga generalmente a tratar de aminorar el efecto del scrolling. Una solución es la de textos relativamente cortos (lo que cabe en una pantalla o poco más) o, como alternativa, la facilidad de un formato para imprimir, que existe en muchos casos (por ejemplo las revistas *Time* y *Wired*), que hace una diferencia

⁵¹ Id.

entre la presentación a la que accede el usuario al tema luego le permite cambiar formato para facilitar la impresión⁵².

Ejemplo. 04 de enero de 2000

Formato Papel	Formato Electrónico
<p>Izurieta envió oficio a Pérez Yoma por aparición de uniformados (<i>epígrafe</i>)</p> <p>Molestia de uniformados y "Faúndez" con franja laguista (<i>Titular</i>)</p> <p>En el comando de Lagos se le bajó el perfil al reclamo de Carabineros, el Ejército y Telefónica Móvil -por su personaje "Faúndez"- . El jefe comunicacional de la campaña oficialista celebró, además, el impacto obtenido tras la presentación de la nueva propaganda televisiva. (<i>Bajada</i>)</p>	<p>Izurieta envió oficio a Pérez Yoma por aparición de uniformados (<i>epígrafe</i>)</p> <p>Molestia militar con franja laguista (<i>Titular</i>)</p> <p>En el comando de Ricardo Lagos se le bajó el perfil al reclamo de Carabineros y Ejército y celebró el impacto comunicacional obtenido tras la presentación de la nueva propaganda televisiva. (<i>Bajada</i>)</p>

► De la misma manera, hay noticias en el formato de papel, que son más cortas en su símil electrónico. Como lo muestra el ejemplo del día 11 de Enero de 2000, en la página siguiente.

⁵² Santibáñez, Abraham "Reflexiones Académicas n° 12", en El diario electrónico: Impacto de una nueva tecnología en el trabajo periodístico, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000, p. 99.

Formato Papel	Formato Electrónico
<p>Nicolás Eyzaguirre, José de Gregorio y Andrés Velasco. Los dos últimos se opusieron a las reformas laborales. <i>(Epígrafe)</i></p> <p>El sorpresivo anuncio de Lagos <i>(Titular)</i></p> <p>El abanderado dio a conocer quienes dirigirán el área económica, optando por profesionales jóvenes, formados en Estados Unidos y de alto prestigio, desplazando a los que inicialmente sonaban como seguros para Hacienda o Economía, como Álvaro García y Jaime Estévez <i>(Bajada)</i></p> <p>Durante semanas se discutió al interior del comando de Ricardo Lagos la idea de dar a conocer a los de quienes acompañarán al candidato oficialista en su gobierno, de ganar las elecciones del 16 de enero. La disyuntiva era si se daba a conocer el gabinete completo o sólo parte de él. Finalmente, Lagos optó por lo último y el domingo pasado, en la entrevista que concedió al noticiero 24 Horas de TVN, mencionó a quienes tendrán a su cargo el área económica: José de Gregorio (DC), Nicolás Eyzaguirre (PS) y Andrés Velasco (Independiente). Durante la primera campaña Lagos siempre se negó a dar a conocer nombres de posibles ministeriales, actitud que varió radicalmente tras la elección del 12 de diciembre. Si bien el domingo Lagos no asoció los nombres con carteras determinadas, personeros del comando afirmaron que Eyzaguirre encabezaría Hacienda y que lo secundaría José de Gregorio. Este último y Velasco tienen en común no sólo ser economistas, sino que también el haberse opuesto a la reforma laboral que impulsó el Gobierno en la primera fase de la campaña presidencial.</p> <p>Un tema no menor, pues en la última frase de la campaña, el Gobierno y el comando oficialista idearon una agenda legislativa para potenciar a Lagos e incomodar a Lavín. El enlace entre el laguismo y La Moneda lo realizó el ministro José Miguel Insulza (PS). La noche del 1 de diciembre, el Senado rechazó las reformas con los votos en contra de la derecha. Al día siguiente, el propio presidente Eduardo Frei dijo que “tres millones de trabajadores son los únicos perdedores con la votación de la derecha” y el candidato oficialista, por su parte, criticó a este sector político advirtiendo que el rechazo de la reforma significará “un castigo electoral” a su contenedor, lo que en definitiva o ocurrió. <i>(Artículo)</i></p>	<p>Velasco y De Gregorio nombrados asesores clave. <i>(Epígrafe)</i></p> <p>Lagos opta por opositores a la reforma laboral <i>(Titular)</i></p> <p>El candidato oficialista definió que si equipo económico será formado por Nicolás Eyzaguirre, José de Gregorio y Andrés Velasco, todos formados en EE.UU. Los dos últimos candidatos criticaron la reforma laboral de la Concertación, defendida por el gobierno y en comando laguista en la primera vuelta. <i>(Bajada)</i></p> <p>Durante semanas se discutió al interior del comando de Ricardo Lagos la idea de dar a conocer los nombres de quienes acompañarán al candidato oficialista en su gobierno de ganar las elecciones del 16 de enero. La disyuntiva era si daba a conocer el gabinete por completo o sólo parte de él. Finalmente, Lagos optó por lo último y el domingo pasado, en entrevista que concedió al noticiero 24 Horas de TVN, mencionó a quienes tendrán a su cargo el área económica: José de Gregorio (DC), Nicolás Eyzaguirre (PS) y Andrés Velasco. Durante la primera campaña Lagos siempre se negó a dar a conocer nombres de posibles ministeriales, actitud que varió radicalmente tras la elección del 12 de diciembre. Si bien el domingo Lagos no asoció los nombres con carteras determinadas, personeros del comando afirmaron que Eyzaguirre encabezaría Hacienda y que lo secundaría José de Gregorio.</p> <p>Este último y Velasco tienen en común no sólo ser economistas, sino que también el haberse opuesto a la reforma laboral que impulsó el Gobierno en la primera fase de la campaña presidencial. Lagos, además, confirmó que la ex ministra Soledad Alvear también integraría su gabinete en calidad de “vicepresidenta”, cargo que si bien no existe formalmente se socia al ministro del Interior, quien sume la Presidencia en ausencia del Jefe de Estado.</p> <p>En todo caso, el nombre de Alvear no es una sorpresa, sí el de los economistas, cuyo perfil se ajusta al que desea impregnar Lagos a su gabinete: jóvenes y técnicos de lato nivel. Además, es un criterio, el presidenciable ha señalado a sus cercanos que aspira a aumentar la representación de las mujeres en su gobierno. La determinación de dar a conocer los nombres del equipo económico no sólo apuntó a tranquilizar a los empresarios. También fue una respuesta a las críticas del lavinismo de que, a ganar el abanderado oficialista, gobernará con los políticos de siempre. “Ahora Lavín tendrá que mostrar sus cartas”, afirmaron en el comando. <i>(Artículo)</i></p>

- ▶ Las noticias aparecidas como “breves” en el diario, en Internet no aparecen. Y cuando lo hacen, son noticias internacionales con alguna relevancia.

Esto se podría explicar porque la audiencia en Internet ya no se remite a nuestro país, sino que está más allá de las fronteras geográficas, la mayoría de las noticias breves aparecidas en el formato original son de carácter local.

El Director de Medios Digitales de COPESA, Rodrigo Guaiquil, argumenta: “sí aparecen las noticias, pero en un formato distinto. Esto sucede porque a veces es un error y, porque el diario queda demasiado grande. Pero, es cierto, no están todas”⁵³.

- ▶ Hay notas periodísticas que aparecen como artículos independientes en Internet, pero que en su origen (de papel) son un recuadro que forma parte de una noticia.

Este cambio de formato entre un soporte a otro, podría atribuirse a que no se puede traspasar la misma cantidad de material (caracteres e información) a una página web, pues el lector no tiene tiempo – ni costumbre – para estar leyendo en la pantalla de la computadora. Por otro lado, hacer de una nota en un recuadro un artículo “independiente” es atribuible a la importancia de este como información, y no como datos anexos ofrecidos al lector por medio de un clic.

Rodrigo Guaiquil argumenta que “existe una limitante que da el papel, ya que están pensados como textos de tres hojas. Es una limitante que nos da el diario: quien escribe lo hace pensando en el formato de papel, es decir, con una cierta cantidad de caracteres”⁵⁴.

⁵³ Guaiquil, Rodrigo. Director Medios Digitales COPESA, Santiago, 25 de mayo del 2000.

⁵⁴Id.

Ejemplo. 08 de diciembre de 1999

Formato Papel (aparecido en la sección <i>Breves Política</i>)	Formato Electrónico (aparecido en la sección <i>Política</i>)
<p>Por rechazo a reforma (<i>Epígrafe</i>)</p> <p>Lagos vaticina castigo para Lavín (<i>Titular</i>)</p> <p>Tras visitar un centro de acopio de micro empresarios cartoneros en Estación Central, el candidato presidencial de la Concertación, Ricardo Lagos, aseguró ayer que el próximo domingo el electorado castigará a la derecha por rechazar el plebiscito y las reformas laborales en el parlamento. Lagos dijo que a raíz de ello Joaquín Lavín sufrirá un "castigo y el indeciso de hoy no será el indeciso de aquí al día de la elección, ya que tendrá muy claro cómo se vota para seguir avanzando y progresando". El candidato oficialista afirmó que las reformas laborales "clarificaron" las cosas días antes de la elección. Señaló que los partidarios de Lavín en el Congreso son "la vieja derecha con el ropaje independiente con el que siempre se han vestido en todas las campañas presidenciales". (<i>Artículo</i>)</p>	<p>Abanderado concertacionista (<i>Epígrafe</i>)</p> <p>Lagos: "El domingo, Joaquín Lavín sufrirá un castigo" (<i>Titular</i>)</p> <p>El candidato oficialista dijo que las reformas laborales "clarificaron" las cosas antes de la elección. Sin embargo, afirmó los partidarios de Lavín en el Congreso son "la vieja derecha con el ropaje independiente con el que siempre se han vestido en todas las campañas presidenciales" (<i>Artículo</i>)</p>

_interactividad

“Hasta el siglo XIX, las personas no necesitaban operar máquinas complejas. La aparición del telégrafo, de las máquinas para escribir, autos, radio, televisión, lavadoras, nos obligó a interactuar con equipos complejos. ‘Interconectarse’ significa ser capaz de controlar máquinas, comunicándose con ellas y recibir una respuesta a nuestra orden (feedback)⁵⁶.”

Un ambiente hipermedia entrega al usuario un panel de control con el cual y desde donde podrá ejecutar los movimientos. Los diseños de esta zona “no sólo implican un aprecio estético del panel de control, también considera la ergonómica navegacional de los programas, ubicándolos en lugares estratégicos (...) La coherencia de estos elementos permite un mejor aprendizaje por parte del usuario y facilita su trabajo⁵⁶.”

Generalmente los dispositivos de control del hipermedia son presentados en la pantalla “de manera virtual (soft) y usamos el mouse para seleccionar las opciones de utilización. La experiencia hipermedia también permite reforzar la interacción con los sistemas de computación gracias a la creación creciente de dispositivos sensoriales. Estos dispositivos hardware incluyen almohadillas digitales, pantallas interactivas, guantes sensoriales con lo digital. Estos dispositivos utilizan una variedad de mecanismos de reconocimiento de los gestos, la fuerza, la visión y la posición en el espacio del cuerpo (gestuare-sensitive, telematic, force-feedbaack, eyeball-tracking and position-sensing) permiten la interacción (relación) directa entre el hombre y la máquina⁵⁷.”

Por lo tanto, un diseño inapropiado es capaz de desviar la atención del usuario - e interfiere con su objetivo – obligándolo a concentrarse sobre los mecanismos de funcionamiento del sistema. “Paneles de navegación ubicados en diferentes lugares de la pantalla, porque se ven mejor de esa manera, o controles que reaccionan manera diferente según los contextos, sin

⁵⁶ Cotton, Bob; Oliver, Richard, *Understanding Hypermedia 2000*, Phaidon Press Limited. London, 1997, p. 58.

⁵⁶ Id, p. 58.

⁵⁷ Id. p. 59.

utilizar una lógica y consistencia clara, explican el fracaso de ciertos diseños que aún no siguen las reglas básicas del diseño de la zona de interconexión (la interface)⁵⁸.

Dice Abraham Santibáñez: “todo lo que gira en torno al hipertexto es igualmente válido para el uso de otros recursos: hipermedia. Un diario electrónico debería, en consecuencia, combinar lo mejor de todos los medios (ya existentes)⁵⁹ y agregar otras características”⁶⁰.

Específicamente en nuestro estudio del diario La Tercera Internet, hemos realizado las siguientes observaciones en los distintos puntos interactivos:

► Link (enlace que conecta una página con otra distinta mediante el sistema de hipertextos)

En las noticias vistas aleatoriamente encontramos el caso Pinochet⁶¹, donde se mostraba un link que llevaba a un hipertexto relacionado con el tema, ya publicado en La Tercera en Internet. Sin embargo, este recurso no es aprovechado para visitar otros lugares, o páginas Web, relacionados con el mismo tema, como podría ser – por ejemplo – la página de algún partido de derecha, el Congreso Nacional o la página de la Fundación Pinochet, entre otros.

En términos globales los links aparecidos en este medio no ofrecen otras alternativas en la red, sino que sólo llevan a sitios que le pertenecen al diario La Tercera, como lo son los suplementos u otros productos de COPESA. Las excepciones podrían ser los banners, o barras de publicidad, ubicadas en la página del diario y que por medio de un clic abren una nueva ventana, para llevar al lector a la Web de esta empresa. Ejemplos claros son Falabella y Terra.

⁵⁸ Id. p. 59.

⁵⁹ Nota explicativa de las autoras

⁶⁰ Santibáñez, Abraham “Reflexiones Académicas n° 12”, en *El diario electrónico: Impacto de una nueva tecnología en el trabajo periodístico*, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000, p.98.

⁶¹ Es tomado como ejemplo para explicar el sistema hipermedial del diario.

► Participación de los lectores

“Tal vez el concepto clave de la era digital, multimedia o como se la quiera denominar, es la interactividad. Se define como la capacidad que tiene el usuario de preguntar al sistema, y sentar así las bases para recuperar la información de la forma deseada. Se trata de que el emisor no envíe una respuesta unidireccional, sin capacidad de respuesta, que el receptor sólo tiene capacidad de aceptar o no. Se rompe de alguna forma el concepto de medio de comunicación de masas. El receptor tiene así plena potestad para tomar decisiones, y configurar, dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar, de una u otra forma, con el emisor (...) Una de ellas es mediante el envío de mensajes a través del correo electrónico, lo que en el caso del periodismo electrónico interactivo equivale a poderse comunicar”⁶².

En el caso que investigamos, una de las formas de hacer participar a los lectores, y así tener cierta interactividad con ellos, es por medio de algunas secciones que posee el diario, como lo son:

1. Comente esta noticia: la cual se ubica dentro de cada noticia. Es importante destacar que para efectuar la opinión del hecho es algo engorroso y funciona cómodamente si uno tiene e-mail de La Tercera, ya que para ingresar los comentarios se le asigna una contraseña al usuario. Pero si no dispone de un e-mail en este servidor, la contraseña es enviada al correo que disponga, lo cual hace el contacto mucho más lento, y en el fondo, más costoso.
2. Encuesta: diseñada de acuerdo a un tema de actualidad, donde los lectores pueden votar por medio de dos alternativas que propone el diario: sí o no. Además de tener acceso a unos gráficos que muestran cómo van las votaciones.

⁶² Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 70.

3. Foro: son un par de preguntas hechas de acuerdo a un tema de actualidad, el cual se cambia aproximadamente cada semana, y donde los navegantes incorporan opiniones, y en algunos casos, se responde a otra persona que ha comentado algo, hecho que no ocurre en tiempo real, es decir, no es un chat.

Destaca como anécdota y ejemplificando la poca interactividad de esta página Web, que al momento de solicitar más información sobre un artículo aparecido en el link *Siglo XXI*, para nuestra tesis, a través de un e-mail a La Tercera en Internet, recibimos la respuesta un mes después. Esto deja de manifiesto la poca preocupación que existe en la práctica con el tema de la interactividad versus lector, lo cual – quizás – no sucedería si se delegara el trabajo y desjerarquizara la institución periodística como tal. Es decir, cada persona que construye el diario (periodistas) tuviera su propio e-mail, junto con la firma al final del artículo, donde el lector pudiera dirigirse. Esta experiencia la vimos en algunos diarios europeos, como el sueco DAGENS NYHETER (www.dn.se) que, además, incluye la foto del periodista. Otro es el caso del diario WASHINGTON POST(www.washingtonpost.com), donde aparece una lista con los nombres de todos los columnistas que escriben ese día; incluso hay algunos periodistas que están on line. Con esta manera de hacer diario se muestra un medio con jerarquía más horizontal y, por lo mismo, más cercano al lector.

Al ser consultado Rodrigo Guaiquil, sobre el tema específico de los e-mail en La Tercera, dijo que son respondidos generalmente por él, y no posee la capacidad técnica ni humana para que otras personas realicen esa labor.

Otras posibilidades son, como aparece en algunos diarios electrónicos españoles, que exista un link donde se puede “recomendar” un artículo a alguna persona, luego de seguir ciertas instrucciones esa noticia es enviada por e-mail. También está la posibilidad, previo a apretar o clicar un icono, de imprimir directamente la noticia.

► Audio y vídeo

No existe **audio ni imagen de vídeo** (real player u otro tipo de sistema), dentro del diario. “En cualquier caso, los productos multimedia, y también los productos informativos multimedia, están concebidos de forma abierta, para ofrecer al receptor un abanico amplio de posibilidades, lo que permite que este ponga en marcha su capacidad de elección, su libertad en otras palabras”⁶³.

El único sitio que incorporó este tipo de recursos en La Tercera Internet fue el link del caso Pinochet, el cual cuenta con audio – para algunas apelaciones de los abogados, por ejemplo - y fotografía: lo demás que aparece en este link es sólo texto; pero en ningún caso vídeo.

Además de todo lo anterior, Rodrigo Guaiquil destaca otros elementos que considera - desde su posición – como interactivos en el diario La Tercera:

► Barra horizontal de navegación

Permite acceder a las distintas secciones del diario electrónico (nacional, deporte, magazine, entre otras). Esta se encuentra ubicada en la parte superior de la página web de La Tercera.

► Link casos

Es un sitio multimedia, donde se encuentra una especie de archivo con información de un tema específico, como el link del caso Pinochet. Todo el material forma parte de la producción periodística realizada por La Tercera, no alude a otros medios o páginas en la red. En este segmento se encuentran no sólo artículos, sino también fotografías y, en algunos casos muy puntuales, audio.

⁶³ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. El Periodismo Electrónico. información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 70.

► Generación de información en tiempo real

“La Tercera en Internet tiene un equipo de periodistas que trabaja desde las 7:00 AM hasta las 2:00 de la madrugada, el cual se encarga de ir actualizando las noticias en el link *Última hora* o *Vea las noticias del día*, y en algunos casos, cambiar la portada, el titular y artículo principal, situación que ocurre escasamente, debido a que no todas las noticias cambian durante el día”⁶⁴.

► Recuadros dentro de las notas periodísticas

Existen links ubicados dentro de los reportajes, los cuales llevan a información background (hipertextos) referente al tema tratado en el artículo.

► Los otros medios digitales de COPESA

Según el director de Medios Digitales del consorcio COPESA, La Tercera en Internet “es híbrido, una mezcla de los dos diarios (papel y electrónico), no es cien por ciento digital ya que debemos poner todos los días la versión de papel (...) pero en los otros medios digitales de COPESA hace más periodismo digital; son diarios que nacen digitales y no tienen la lastre de poner un medio impreso, incluso tienen sus propios periodistas y generan su propia información”⁶⁵.

Los medios digitales de COPESA son: La Tercera en Internet, Mause, Icarito, Papa Fritas, La Hora, Tiempo Libre, Deportivo, Dirigible, entre otros. Por citar un ejemplo de la interactividad de estos sitios, y como se diferencian con La Tercera electrónica, está la transmisión de eventos en línea, como un partido de tenis de la Copa Davis, efectuado por la página web deportivo.cl.

⁶⁴ Guaiquil, Rodrigo. Director, Medios Digitales COPESA, Santiago. Entrevista, 25 de mayo del 2000.

⁶⁵ Id.

[9: Concluimos y comentamos]

Actualmente uno de los medios que más ha repercutido, en casi todas las áreas de nuestra vida, es Internet. El periodismo ha sido afectado y lo obliga a buscar nuevas forma de hacerlo y – sin duda – publicar. Frente a este panorama, quisimos observar cómo se informaba en la red en nuestro país, tanto en la forma como en contenido. Tomamos como ejemplo el diario La Tercera de CÓPESA, delimitando nuestro trabajo hasta enero del año 2000, pues si no lo hacíamos estaríamos expuestas a un hoyo negro de información. El desarrollo en Internet es muy rápido. Todo lo que pudiera suceder más allá, quizás saldaría nuestras críticas o no. ¡Imposible presagiar los cambios al interior del espacio Internet!

Las innovaciones del periodismo gracias al auge de Internet, han provocado transformaciones en esta área, que va desde el cambio del lenguaje y escritura hasta el formato, la incorporación de los recursos existentes sólo en la red y las posibilidades de ejercer un periodismo sin censura. Esto está perfilando un medio de comunicación distinto, el cual puede sacar provecho a un sinfín de posibilidades y, por ende, la creación de un sistema informativo con potencialidades y características propias.

Definir y establecer qué es el periodismo electrónico, cuáles son sus características y sus posibles perspectivas, se vuelve trascendental para la adaptación y coexistencia entre los diferentes medios de comunicación.

En el último año hemos visto el auge de Internet, y cómo la red se ha ido instalando en nuestro país. Esto provoca la creación de diversos medios de comunicación, desde aquellos tradicionalmente conocidos (radio, tv, revistas, etc.) que han instalado su página web hasta la creación de diarios propiamente digitales. Con esta perspectiva, buscamos indagar cómo los medios nacionales se están adaptando a las nuevas tecnologías, y si aprovechan los recursos que ella aporta. Específicamente el diario La Tercera, como paradigma de nuestro estudio.

Al comenzar el trabajo de investigación nos planteamos como problema: "Qué es periodismo electrónico, sus características y proyecciones", acotándolo con la interrogante ¿Qué es periodismo electrónico en la página web de La Tercera, en la portada y la sección política nacional, durante las primeras quincenas del mes de diciembre de 1999 y de enero del año 2000?. Por medio de este caso, trabajar en el tema del periodismo electrónico en Chile y, desde allí, hablar entorno a él: sus características, falencias y, según lo observado dentro y fuera del país, hacia dónde se proyecta.

Las respuestas a nuestro estudio se irán desglosando de acuerdo a las hipótesis planteadas en un comienzo, para desde allí confirmar, responder y reflexionar la tesis propuesta respecto al tema.

► El diario La Tercera en su edición de papel publica lo mismo en su formato electrónico.

Este punto abarca dos ítem a tratar, desde nuestro análisis, en primer lugar está el tema del diseño en los distintos formatos, y segundo el contenido que aparece en las distintas versiones del diario.

En lo que respecta al diseño, de acuerdo con lo observado, el diario en ambos formatos tiene una misma presentación, algo que se hace más evidente en la portada de este. Al plantear esta hipótesis, en algún momento llegamos a pensar que el diseño debería desvincularse de su edición en papel, de modo de tener sus propias características frente a un nuevo soporte, que ofrece miles de nuevas posibilidades que su precursor es incapaz de hacer. Al finalizar la investigación, podemos admitir que era algo equivocado pensar así, pues el lector necesita de un referente (familiar) con que asociar el mismo medio en un nuevo formato.

"Todos los diarios en Internet se han construido sobre la base de la metáfora del periódico, es decir, han utilizado estructuras de organización del medio impreso, para ayudar a los lectores

a entender su funcionamiento”⁶⁶. Aunque no debe ser una limitante al momento de elaborar sus contenidos, ya que “el periodismo electrónico no puede limitarse a este servicio alternativo a la edición impresa. Es una de las razones que ha impulsado a investigar en otras formas de enviar y presentar la información”⁶⁷.

Esto parece ser una preocupación muy relevante en La Tercera electrónica, ya que la información – hasta el momento de nuestra investigación – era casi exactamente igual a la de su formato original. De hecho, el propio Guaiquil confiesa que si no hay muchos artículos firmados es por ser información de agencias noticiosas, y que hace muy poco han puesto sobre la mesa la necesidad de tener un propio staff de periodistas on line.

“El trabajo de reporte en los diarios electrónicos es distinto al del resto de los medios tradicionales. Aquí cada periodista cubre, edita y ‘sube’ a la red las principales noticias. En esta labor cobra cada vez más fuerza el apoyo de videos ilustrativos, por lo que aumenta el número de reporteros electrónicos que salen a la calle acompañados de su cámara portátil”⁶⁸, explica Carlos Agüero, Gerente General de la página El Mostrador.cl

► La Tercera en su formato electrónico no posee muchos sitios interactivos.

La interactividad “se define como la capacidad que tiene el usuario de ‘preguntar’ al sistema, y sentar así las bases para recuperar la información de la forma deseada. Se trata de que el emisor no envíe un mensaje unidireccional, sin capacidad de respuesta, que el receptor sólo tiene capacidad de aceptar o no”⁶⁹.

⁶⁶ Rodríguez, Patricia. “La metáfora del periódico en Internet: Del papel al computador” *Cuadernos de Información*. Escuela de Periodismo, Universidad Católica de Chile. N° 11. 1996

⁶⁷ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. *El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 94.

⁶⁸ Pací, Álvaro. “Nace un nuevo periodismo en línea” *Mtg* Viernes 28 de julio de 2000. p.19

⁶⁹ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. *El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p.70

En el diario electrónico de La Tercera este elemento interactivo, cuando el emisor tiene una comunicación que se retroalimenta, se da en diferentes matices: por medio de las encuestas, donde el lector vota por una de las dos alternativas (sí o no) y la única forma de “tener una respuesta del medio” es con la posibilidad de observar cómo va la encuesta a través de unos gráficos. Una segunda manera de hacer participar al navegante es con los llamados Foros de Discusión, donde se ofrece una gama de preguntas de actualidad para opinar y también la alternativa de leer los comentarios de otras personas. En ningún caso es una discusión en tiempo real con otros navegantes, lo que podría lograrse por medio de un chat. En tercer lugar “Comente la Noticia”, donde luego de burocráticos pasos, el lector da su opinión por escrito, que luego pasa a formar parte de una especie de collage junto a otras. En último término, el envío de e-mails a la redacción del diario, recurso que, se supone, proporciona mayor interactividad. Pues el medio facilita este tipo de comunicación para responder al lector. Pero este es uno de los canales que provoca más crítica.

En el proceso de nuestra investigación recurrimos a la comunicación por e-mails para establecer contacto con los medios y así concertar entrevistas, paradójicamente estos cyber medios (La Tercera en Internet y areanoticias.com) no fueron capaces de responder a un mismo sistema que proponen. Finalmente, nos tuvimos que comunicar a través del clásico llamado telefónico. Hay que considerar que “el correo electrónico es, por tanto, una herramienta indispensable para fomentar la interactividad entre el público y la empresa”⁷⁰.

De acuerdo con lo observado en otros medios extranjeros instalados en Internet, vimos nuevas y viables posibilidades de mantener una relación más estrecha con el lector. Una buena alternativa es que cada periodista aparezca como autor de lo que escribe y se le de una casilla de e-mail, que aparezca junto con su firma, para que así el lector tenga una relación mucho más directa con el diario, ya que estaría tratando directamente con el autor del artículo. Además, este proceso permite desjerarquizar las responsabilidades dentro del medio, mostrando a la vez un diario más amable. Este es un tipo de experiencia que observamos en

⁷⁰ Id, p. 57

algunos diarios europeos. Algunos medios europeos ofrecen al lector la posibilidad de enviar el artículo que habían leído a un amigo. Todo con sólo un clic. De esta forma se facilita el manejo y almacenamiento personal de la información, y da la posibilidad de poseer un propio banco de noticias. Esto es bastante tedioso en La Tercera en Internet, primero porque no ofrece este servicio; segundo porque cada página está diseñada en varios cajones, lo que imposibilita copiar de manera fácil y directa una página. Los resultados comunes son archivos de 1Kb que sólo tienen una página en blanco, con más suerte aparece la información, pero los cajones aparecen apretados y con los artículos desordenados y/o a medias.

Otro elemento incluido en este ítem es cómo el navegante interacciona, y cuál es su rol, con los elementos hipermediales, tales como imagen, vídeo y audio.

La imagen y vídeo

El papel que se atribuye a las imágenes "es múltiple: atraer, informar, seducir, comunicar y enriquecer (...) El hipermedia utiliza las imágenes de todas estas maneras y las enlaza con textos y otras imágenes para crear una nueva dinámica entre estos elementos. La exploración es interactiva y multidimensional"⁷¹.

Vivimos en una época donde la imagen es muy importante, donde cada vez la computadora adquiere más y nuevos roles en los hogares, y donde se vaticina que esta nueva herramienta llegará a tener los mismo usos que el televisor. Por ello, la imagen también cumple una función junto al texto, ya sea para explicar o respaldar la información. Los lectores no sólo quieren leerla, sino también ser espectadores de ella, y ¿por qué no si la tecnología lo permite?

Utilizar las técnicas que ofrece este nuevo formato significa al mismo tiempo entregar múltiples posibilidades de interacción. "(...) La imagen o ciertos elementos de ella pueden ser enlazados a textos, gráficos u otras imágenes, o también a animaciones, vídeos o secuencias

⁷¹ Cotton, Bob; Oliver, Richard, Understanding Hypermedia 2000, Phaidon Press Limited. London, 1997, p. 64.

musicales”⁷². Como es el caso del diario sueco AFTONBLADET (www.aftonbladet.se)⁷³, en su versión electrónica, en que da la noticia del lanzamiento del nuevo disco del rapero Petter y acompaña la nota con unos minutos con el vídeo promocional del álbum.

Usar este tipo de recursos ofrece entretención al lector, esto es, muchas veces, lo que busca. Además de entregar desde distintos ámbitos un mismo hecho noticioso, “el usuario tiene acceso a una variedad de instrumentos que le permiten interactuar según su voluntad con la temática. Ahora es posible hojear las diversas opciones que propone el programa para encarar el tema, de seleccionar la más apropiada y enfocarlas para optimizar la comprensión”⁷⁴.

Para Abraham Santibáñez, un diario electrónico ideal debería “combinar las noticias que hoy recibimos en el diario – papel, con las imágenes de la TV y el sonido de la radio, incorporando, además, la instantaneidad de los medios audiovisuales”⁷⁵.

Audio

Agregar elementos multimedia en los tradicionales medios, específicamente los diarios, parece complicar a quienes están a cargo de ellos. Por lo observado en nuestra investigación, notamos una insistencia de “marcar su territorio”, es decir, no fusionar mucho los distintos medios como la televisión o la radio, lo que de algún modo equivale a lo que es imagen y audio. Nadie se atreve a ofrecer el acceso a otro medio, distinto al área que este cubre. En Suecia, el diario Svenska Dagbladet, junto con ofrecer su información ofrecía la alternativa (Lyssna på nyheterna) de escuchar noticias recientes como un informativo radial, el que se actualiza varias veces al día.

⁷² Id, p. 64.

⁷³ Aparecido en su edición del día 28 de enero del 2000.

⁷⁴ Cotton, Bob; Oliver, Richard, *Understanding Hypermedia 2000*, Phaidon Press Limited. London, 1997, p. 65.

⁷⁵ Santibáñez, Abraham “Reflexiones Académicas n° 12”, en *El diario electrónico: Impacto de una nueva tecnología en el trabajo periodístico*, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000, p.101

Otra ventaja, que puede ser muy útil y didáctica para el periodismo escrito en Internet, es poder escuchar el tono de la voz y la entonación de las personas, de esta manera permite aclarar, iluminar, apoyar y fundamentar lo ya escrito (reporteado) por los periodistas.

Esto no significa el reemplazo de un medio por otro sino más bien ser complementarios, como dice Enrique Mujica, director de areanoticias.cl, "aportamos información minuto a minuto. Nuestro plus son las columnas con contenido propio con la posibilidad de ver vídeos, escuchar radio en la oficina, en la casa, colegios o universidades".⁷⁶

Cuando se le pregunta a uno de los actores involucrados en el tema, si en Chile el periodismo electrónico agrega elementos multimedia, la opinión al respecto es que "estamos en la época primitiva de Internet y lo que venga de aquí en adelante será completamente distinto. Lo que hacemos no nos ha dado tiempo para pensar qué medio estamos haciendo y cuál es su formato. Esto personalmente no me tiene muy satisfecho. Creo que no estamos aportando muchas cosas nuevas. Falta interactividad, personalización, vídeo, audio, hipertexto; talvez un gran show de noticias"⁷⁷, expone Mujica, de areanoticias.cl.

"El sonido es un poderoso elemento en las matrices de este medio. Hasta hace poco, el sonido no ha sido explotado en su máxima capacidad. Las razones son en parte tecnológicas: el sonido requiere mucha memoria y por consecuencia, el diseñador ha sido limitado en sus posibilidades de aplicación de este medio de comunicación, haciendo que el sonido sea un elemento que encontramos de manera esporádica en los programas hipermedia. Otro factor de importancia es, quizás, la complejidad de nuestro órgano de escucha. Aprender cómo utilizar el sonido de manera eficaz representa uno de los numerosos desafíos de los equipos de diseño".⁷⁸

⁷⁶ Paci, Alvaro. "Nace un nuevo periodismo en línea", *diario MTG*, (viernes 28 de julio de 2000), p.18

⁷⁷ Mujica, Enrique. Director, areanoticias.com, Santiago. Entrevista, 15 de mayo del 2000

⁷⁸ Cotton, Bob; Oliver, Richard, *Understanding Hypermedia 2000*, Phaidon Press Limited. London, 1997, p. 80

► En La Tercera en Internet no existe un lenguaje pensado para escribir en periodismo electrónico.

Al comenzar la investigación, planteamos que el lenguaje de ambos formatos de La Tercera era el mismo, porque de acuerdo a lo que habíamos observado como comunes lectoras era similar. Al momento de efectuar el estudio comparativo de los diarios apreciamos escasas diferencias, ratificando así en gran parte nuestro postulado. Estos puntos luego fueron aclarados al momento de ser entrevistado Rodrigo Guaiquil, director de Medios Digitales de COPESA.

Las diferencias están generalmente en las notas informativas que, en algunas ocasiones, son acortadas. Algo similar ocurre en titulares, epígrafes o bajadas, los cuales tienen distintas palabras. También ocurre en el orden en que aparecen las noticias, ya que en papel figuran, por ejemplo, un recuadro dentro de ella y en Internet es una publicación aparte. Pero, salvo estas ocasiones, los hechos publicados en ambos medios son los mismos, es decir, lo expuesto en papel será lo mismo que en La Tercera en Internet.

Donde se puede encontrar un lenguaje “diferente” es en el ítem EXTRAS y noticias de ULTIMA HORA del diario en Internet. Este lenguaje no tiene origen en el escrito, ya que las informaciones aparecen con un estilo más cablegráfico. Tampoco representa una búsqueda o preocupación por un tipo de lenguaje, pensando que esto es el “corazón del medio electrónico”, como explicó Rodrigo Guaiquil.

El periodismo electrónico presenta un nuevo lenguaje basado en el hipertexto y la hipermedia, ejecutando un sistema de comunicación que “no ha de seguir un camino lineal, sino que puede dirigirse por múltiples vías, e incluso estar ocupado en varias ideas y representaciones a la vez. Éstas no tienen que estar reducidas a términos lingüísticos, aunque a menudo acostumbran ser así, sino que las representaciones pueden ser sonoras, visuales, olfativas o

gustativas (...) La informática permite la representación multimedia, lo que acerca mejor esta nueva construcción discursiva a lo que supuestamente es la representación mental⁷⁹.

Esto implica, en definitiva, que la forma de escribir y desarrollar una información en el periodismo electrónico tiene ciertas características comunes. No es sólo el traspaso de un formato a otro. Al contrario, se debe sacar provecho a los recursos que ofrece, como “profundizar más con el hipertexto, que el usuario sea más interactivo, que pueda escoger por dónde seguir leyendo un reportaje”⁸⁰. Y por lo mismo, cada texto pueda ser entendido por sí sólo, sin necesidad de tener que leer los otros. Según lo visto por el Director de areanoticias.com, “escribir en ese formato es algo complicado, pero hemos tenido buenas experiencias, por ejemplo, empezando un reportaje en la mañana y la continuación en la tarde; hemos estado profundizando en multimedia, en entrevistas con audio, imagen y texto. Ahora preparamos un reportaje del caso Matute, donde el periodista fue con una cámara de vídeo, incluimos una columna del hermano. En definitiva, se va creando un menú informativo distintos a los medios tradicionales”⁸¹.

Para Abraham Santibáñez, quien trabaja con este tema, existe un pequeño ordenamiento de la información en este nuevo formato, donde se incorpora – y vuelve – el clásico esquema de la pirámide invertida. Donde en primer lugar se encuentran las “noticias duras”, como designa a “una información de no más de un pantallazo (cerca de una carilla) con el esquema de la pirámide invertida. De este nivel se puede acceder a un segundo nivel complementario, mediante hipertexto, que permite incluir entrevistas completas, documentos y otros antecedentes, nuevos o de archivo. Después existe un tercer nivel que es para ‘especialistas’, persona muy interesada en un tema que busca profundizar y que se interesan, y, por tanto, pueden leer textos completos: el discurso presidencial del 21 de mayo, por ejemplo”⁸².

⁷⁹ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. *El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 188

⁸⁰ Mujica, Enrique. Director, areanoticias.com, Santiago. Entrevista, 15 de mayo del 2000

⁸¹ Id.

⁸² Santibáñez, Abraham. Profesor, Universidad Diego Portales, Santiago, 8 de junio del 2000

Si en algún momento se comentaba entre los estudiantes en las escuelas de periodismo, por lo menos lo vivido en nuestros años de carrera, que la pirámide invertida podría estar obsoleta y perder vigencia pronto, con la aparición de este nuevo formato sorprende su necesaria vigencia. El lector tiene menos tiempo y necesita informarse lo mayor posible, en el menor tiempo. Abraham Santibáñez opina que “la pirámide invertida sigue teniendo validez en el primer nivel (noticias duras). No hay mejor manera de dar una noticia que la pirámide invertida. En cambio en los otros casos, sobre todo en el segundo nivel (información complementaria), se puede pensar en textos como los que habitualmente se publica en los periódicos”⁸³.

⁸³ Id.

_palabras finales

Después de realizar nuestro trabajo de investigación, y estar por un largo tiempo sumergidas en el tema del periodismo electrónico, creemos poder dar ciertas señales de qué se trata este “nuevo tipo de periodismo”, cuáles son sus características y arriesgarnos a decir – desde nuestra experiencia – lo que podría pasar con él en un futuro cercano... o no. Cumpliendo así, de esta manera, con la meta que nos propusimos al comenzar.

De acuerdo con lo observado, creemos que no existe una forma, o preocupación, de pensar y hacer el periodismo en formato electrónico en nuestro país, en términos generales. Cuesta mucho apartarse de la imagen original, del diario en papel. “No existe una diferenciación nítida entre lo que han hecho los periódicos de Internet en relación con los diarios de papel. No se observa un aprovechamiento cabal de las herramientas multimedia ni de la instantaneidad que pregonan sus editores, comenta el profesor universitario y experto en comunicación Rodrigo Bravo”.⁸⁴

Una buena alternativa de hacer periodismo en la red, recogiendo la esencia de la profesión junto a los nuevos desafíos del soporte electrónico, están ofreciendo los profesionales que trabajan en el www.mostrador.cl. Aunque no han implementado muchos recursos hipermedia, están preocupados por trabajar el contenido de sus artículos dando grandes golpes periodísticos. Hasta el punto de llegar a ser un referente importante para otros medios, como el diario y la televisión.

El diario electrónico es una realidad, es el salto definitivo del periodismo a la pantalla, pero no es solamente eso, ya que es un nuevo modelo de periódico, con características, lenguaje y estructura propia.

La asimilación de un nuevo formato implica, en la comunicación y la información, la capacidad de absorber y aceptar nuevas tecnologías. Es un proceso lento para el ser humano. “Cuesta,

en un principio, creer que cuando aparece un nuevo medio de comunicación (...) que se aproveche las aportaciones de los medios precedentes, pero que busque sus propias formas de expresión. Cuando se inventó la radio, muchos dijeron que los informativos que se emitirían por las ondas no serían sino 'periódicos leídos'. Pronto se vio la necesidad de inventar una redacción propia, y unos géneros específicos, a veces similares a los escritos, a veces diferentes (...) Cosa similar ocurrió cuando apareció la televisión, una 'radio con imágenes' como aventuraron. Lo mismo está ocurriendo con el periodismo electrónico⁸⁵.

Quienes aseguran que esta forma de realizar periodismo por medio electrónico va a eliminar a los otros formatos, también obvian que al momento de aparecer la radio y televisión se creyó que estos medios eliminarían a los otros, vaticinio que hasta hoy no se ha cumplido. Es decir, cada medio de comunicación ofrece su formato de información, el periodismo electrónico tiene sus características pero no sustituye a ningún otro medio, "ni la radio mató a la prensa, ni la televisión a la radio, ni el periodismo electrónico acabará con ellos"⁸⁶.

El periodismo electrónico ofrece ciertas ventajas:

- ▶ Presenta un nuevo lenguaje basado en el hipertexto y el hipermedia.
- ▶ Da posibilidad de ofrecer un producto personalizado.
- ▶ Provee un acceso rápido a la información sin moverse de la casa o la oficina, por ejemplo.
- ▶ Los medios electrónicos permiten una oferta de información mucho mayor, tanto por el número de noticias como por otros ítem.
- ▶ Transmisión de información en tiempo real. También se puede complementar con otro medio, como la radio.
- ▶ El periodismo electrónico puede aprovechar las ventajas que ofrece la computadora (parlantes, impresora, micrófono, cd-room, etc.).

⁸⁴ Paci, Alvaro. "Nace un nuevo periodismo en línea", *diario MTG*, (viernes 28 de julio de 2000), p.19

⁸⁵ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. *El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 187

⁸⁶ *Id.*, p.187

- ▶ Posibilidad de un periodismo en otro tipo de soportes electrónicos, como el CD Room o las microcomputadoras Palm.
- ▶ La información puede ser actualizada permanentemente.
- ▶ Los costos son menores, pues no se necesita trabajo de pre-prensa ni de distribución.
- ▶ Capacidad de crear diversos estímulos sensoriales, y no sólo texto, como gráficos, infografía, vídeo y audio, entre otros.

En nuestro país el ingreso y aceptación de los medios digitales, como parte del periodismo, ha sido un proceso lento y está en pleno “descubrimiento”. El editor general de Terra, Gerardo Combeau, manifiesta que para sobrevivir estos medios “deben ser on-line, es decir, paralelos en velocidad a radio y TV. Además, deben tener un formato pequeño, de simple lectura, y contar con una abundante cantidad de gráficos y fotografías, aparte del apoyo multimedia con vídeo y audio. Existe una gran viabilidad económica para estos sitios informativos: los portales se mantienen porque deben tener usuarios, y estos se atraen con buenos contenidos. Una parte importante de los contenidos está dado por tener un buen servicio de prensa”⁸⁷.

Hay que destacar que este medio todavía presenta diversas limitaciones para instalarse en nuestro país. Los medios digitales nacionales han incorporado lentamente las características que ofrece el periodismo electrónico, y la incorporación como empresa en Internet lo han hecho inicialmente “por consideraciones de imagen”⁸⁸.

Este nuevo medio también presenta algunas pequeñas desventajas, tales como el cansancio del usuario frente a la pantalla; difícil portabilidad de la computadora; la transmisión de imágenes puede ser lenta; saturación de información; a los navegantes nuevos les resulta difícil manejarse con hipertextos; y la costumbre del lector al papel. Todas estas son dificultades superables. Tanto el avance rápido de la tecnología como la adaptación paulatina del público a este medio, solucionarán y ayudarán a que su inserción sea definitiva.

⁸⁷ Paci, Alvaro. “Nace un nuevo periodismo en línea”, *diario MTG*, (viernes 28 de julio de 2000), p.19

⁸⁸ Santibáñez, Abraham “Reflexiones Académicas n° 12”, en *El diario electrónico: Impacto de una nueva tecnología en el trabajo periodístico*, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000, p. 96

Es importante decir que tanto las empresas computacionales como el público, hasta ahora están más interesados en la industria de la entretención y no en la información. Por ende, los especialistas que han trabajado en el periodismo electrónico son más bien ingenieros o diseñadores gráficos que periodistas.

A partir de este panorama, es difícil poder vaticinar qué va suceder con el periodismo electrónico, en un corto o mediano plazo. El desarrollo de esta nueva tecnología va demasiado rápido. Lo que al comienzo de nuestra investigación podía ser una sugerencia al momento de exponerla puede ser una realidad. Estamos en la era de las comunicaciones, donde cada vez más gente se suma a ellas en distintas maneras y más personas pueden acceder a esta. Al parecer, la información se democratiza. Entonces, también es momento de entregar una mejor calidad de ella, pensando en que todos estos recursos y el nuevo soporte son una gran ayuda para entregar al lector mejores contenidos. No podemos olvidar que los periodistas son una guía de la información para que las personas puedan elegir.

El nuevo periodista debe ser una especie de filtro, además de intermediario, entre la información y los lectores. Es mucha la cantidad de información que se produce segundo a segundo en la red. Se puede estar instantáneamente en cualquier lugar del mundo, producto de la rapidez con que trabajan los medios de comunicación. Simultáneamente el periodista debe ser capaz de discernir, e investigar, si la información que recibe – por medio de la red – es fidedigna o no, ya que mucho de lo que se produce en ella es falsa.

La función de los periodistas es muy importante, como ocurrió cuando se publicó electrónicamente el Informe Starr⁸⁹. Al estar en Internet, quedó a disposición, y no sólo al público norteamericano sino para el resto del mundo. Esto implica que, aunque la gente tenga acceso a la información, se necesita ayuda para entender, profundizar e interpretar un hecho. Al aparecer este Informe, que llegó a todas partes, los reporteros aportaron a la comprensión de la noticia.

⁸⁹ El Informe Starr hace referencia a una investigación que el Congreso norteamericano realizó al Presidente Bill Clinton.

La importancia de la labor periodística radica en temas tan clásicos como el rol de informar éticamente a la sociedad, para que esta tenga la capacidad de elegir al saber lo que ocurre en su entorno. Ahora, lo novedoso es que existe la posibilidad de hacerlo en un nuevo formato donde se fusionan por primera vez en la historia todos los medios de comunicación, donde los costos son mucho más económicos que cualquier otra tradicional empresa periodística y con una infinidad de lectores, repartidos en cualquier parte del orbe. Producto de lo mismo, las exigencias para atraer al lector son mayores. Los nuevos lectores ya no disponen de un margen finito de medios para saber qué es lo que pasa, ni tienen versiones oficiales, el lector es un ser “navegante”, un nuevo nómada de la aldea global. Pero no pastorea ganado; sino hechos, opiniones e ideas.

buscadores> son las herramientas de búsqueda de la red, existe multitud de programas destinados a esta función, algunos de ellos están dedicados a cierta búsqueda específica, pero la mayoría muestra amplias posibilidades para usarse. Los más importantes son: Alta Vista, Yahoo, Excite, Brújula (Chile), Starmedia, Olé, Yupi, estos dos últimos son españoles.⁹⁶

chat> lugar de la red destinado a las charlas, chatear, una de las posibilidades que gana más adeptos. IRC (Internet Relay Chat) permite hablar en tiempo real entre distintas personas dentro de los denominados rooms o privadamente Query⁹⁷.

ciberspacio> este término, que fue acuñado por primera vez por el escritor William Gibson en 1984, describe la gran variedad de recursos de información disponible a través de las redes de ordenadores.⁹⁸

comunidad virtual> grupo de usuarios de Internet, que se relaciona entre sí a través de foros, chats, encuestas, transacciones, concursos y otras actividades virtuales desarrolladas por los sitios webs.⁹⁹

correo electrónico (e mail)> es el sistema postal de Internet, una réplica del buzón de casa al que diariamente llega nuestra correspondencia. Sus ventajas son la rapidez de los envíos, el costo inferior al correo convencional y al fax, la posibilidad de intervenir el texto y de anexar todo tipo de archivo a nuestros mensajes.¹⁰⁰

cracker> persona que se dedica a entrar en las redes de forma no autorizada e ilegal, para conseguir información, para reventar redes con fines destructivos. No hay que confundir este término con el de hacker.¹⁰¹

⁹⁶ www.geocities.com/siliconvalley/chip

⁹⁷ Id.

⁹⁸ www.vtr.net/glosario/glorario.html

⁹⁹ "Guía de Navegación por Internet", *Revista Paula* (Mayo 2000), p.10

¹⁰⁰ www.geocities.com/CollegePark/Quard/1255/index2.htm

¹⁰¹ www.trv.net/glosario/glosario.html

digital> información representada por discretas unidades, usualmente en números binarios (0 y 1). La digitalización de elementos mediales, como el texto, el sonido y la imagen, animación y video, que es la base del hipermedia.¹⁰²

dominio (domain)> nombre único con que se determina un sitio en particular dentro de Internet.¹⁰³

download> el proceso de transferir un software u otra información digital desde u computador a otro desde un network.¹⁰⁴

globalización> la expansión económica de las empresas transnacionales ha generado una creciente interrelación económica a nivel mundial. El mercado mundial ha ido derribando fronteras y los países buscan ahí lo que requieren: materias primas, capital e inversiones, mano de obra barata, tecnología o compradores para sus productos. En este proceso se han formado grandes bloques comerciales, como la Unión Europea, el Nafta y otros acuerdos regionales. En el campo de los medios de comunicación resulta impactante el avance de las grandes corporaciones mediáticas, que en pocos años han conseguido una presencia mundial. A partir de los años 80 se habla de una "cultura global" que trasciende las fronteras nacionales. Esta nueva cultura crea sentimiento de identidad a partir de modelos internacionales. Uno de los factores decisivos en este fenómeno, cuyos alcances son difíciles de alcanzar, son las cadenas televisivas multinacionales.

Estados Unidos lidera el proceso, y por ello esgrime el principio del libre flujo de informaciones, una tendencia a la que se oponen, en el campo mediático y cultural, varios países europeos liderados por Francia. París ha hecho valer lo que se llama la "excepción cultural", un eufemismo para la imposición de políticas proteccionistas que limitan la penetración de la industria cinematográfica y televisiva norteamericana. ¹⁰⁵

¹⁰² Cotton, Bob; Oliver, Richard; Understanding Hypermedia, Phaidon Press Limited, London, Second edition, 1997. P. 175.

¹⁰³ "Guía de Navegación por Internet", *Revista Paula* (Mayo 2000), p. 8.

¹⁰⁴ Id. P.175

¹⁰⁵ Sohr Raúl "Historia y Poder de la Prensa", Editorial Andrés Bello, Barcelona, 1998, p. 213

hacker> persona que tiene muchos conocimientos del mundo de las redes. Normalmente se dedican a comprobar la seguridad de las redes, intentando acceder a ellas de forma no autorizadas, para examinar los fallos de seguridad y corregirlos. No se les debe confundir con los cracker, cuyas intenciones no son tan buenas.¹⁰⁶

hipermedia> una organización de información textual, visual, gráfica y sonora, a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema.¹⁰⁷

Un medio computarizado que combina múltiples medios (texto, imagen, sonido, animación y vídeo) con altos niveles de interacción para el usuario y la capacidad de enlazar ítem de información con otros ítem dentro del sistema.¹⁰⁸

hipertexto> es un elemento existente en las páginas web y por lo tanto en los periódicos electrónicos, a través del cual se puede llegar a otro texto, foto, icono, etc. Enlaza unos con otros y en los enlaces se pueden crear con diferentes objetivos y tipos: se puede tratar de un enlace textual, palabras o frases, que llevan a otras palabras o frases. Otro tipo de enlaces son los íconos, que al ser pulsados con el ratón o mouse (clickeados), o incluso, en algunos casos, por el dedo en las pantallas táctiles, remiten a otras informaciones (textuales, icónicas o sonoras). Frente al texto – enlace que es el que aparece destacado con un color característico, un tipo de letra distinto y subrayado. A algunos íconos se les da aspecto de botones o mandos de control.

Los hipertextos son vínculos que te pueden transportar dentro de la misma página web o llevarte a otras páginas.¹⁰⁹

html> acrónimo de Hypertext Markup Language (Lenguaje de marcar de hipertexto). El lenguaje de código que se utiliza para crear documento de hipertexto para usar la www.html parece un código pasado de moda, donde un bloque de texto se rodea con códigos que indican como deberían parecer. Sin embargo, en html también se puede especificar que un bloque de

¹⁰⁶ www.tvr.net/glosario/gloasario.html

¹⁰⁷ Armañanzas, Emy; Díaz, Javier; Meso, Koldo. *El Periodismo Electrónico, información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1996. p. 66

¹⁰⁸ Cotton, Bob; Oliver, Richard, *Understanding Hypermedia 2000*, Phaidon Press Limited. London, 1997, p. 176

¹⁰⁹ www.geocities.com/siliconvalley/chip

texto o una palabra se una a otra fila en la Internet. Archivos htm están dirigidos a ser visualizados usando un programa cliente www, como mosaic.¹¹⁰

http> acrónimo de Hypertext Transport Protocol (Protocolo de Transporte de Hipertexto). Protocolo para mover archivo de hipertexto a través de la Internet. Requiere un programa cliente http en un extremo y un programa servidor de http en el otro. Http es el protocolo más importante usado en el www.¹¹¹

información> acción y efecto de informar o informarse. Conjunto de noticias, comunicados, informes o datos necesarios para algo o que interesen a alguien.

Anuncio y primer relato de un acontecimiento social, nuevo, circunstancial y de naturaleza tal, que interesa al público.¹¹²

La información tiende a reducir o anular la incertidumbre. Se adquiere conocimiento que permiten ampliar o precisar los que poseen sobre una materia determinada y, muy concretamente, sobre los hechos que se producen cada día en el mundo respecto a todas las actividades humanas.¹¹³

internet> red descentralizada de información almacenada en computadoras; se le llama red de redes y es la generadora del espacio cibernético. Sus entusiastas creen que su impacto será comparable o mayor que el del teléfono o la televisión. Es un fenómeno que recién despunta y su implantación es desigual en las diversas regiones del mundo.

Su origen se remonta a los años 60 en Estados Unidos, cuando el Departamento de Defensa creó una agencia (ARPA) para explorar tecnologías militares de punta. Una de las líneas de investigación fue la creación de redes de comunicación confiables; el objetivo era lograr una red sin un centro, que pudiese funcionar incluso después de una descarga nuclear. La primera red operativa fue Arpanet, que operó entre cuatro universidades estadounidenses. A partir de la década de 1990 el crecimiento es explosivo y hoy Internet es la mayor red informática del

¹¹⁰ www.vtr.net/glosario/glosario.html

¹¹¹ Id.

¹¹² Martínez de Sousa José, "Diccionario de la Comunicación y Periodismo", Editorial Parainfo, Madrid, p.258

¹¹³ De la Mota Ignacio, "Diccionario de la Comunicación (Televisión, Publicidad, Prensa y Radio)", Editorial Parainfo, Madrid, 1988, p.31

mundo. A comienzo de 1998, unos 20 millones de computadoras en el mundo, con un promedio de siete usuarios cada uno, estaban conectados a ella.

La mayoría de los grandes medios de comunicación tienen web sites en Internet, páginas a las cuales los "navegantes" pueden acceder. Hasta ahora almacenan resúmenes o contenidos parciales que pueden consultarse sin costo. Pero -no podía ser de otra forma- aumenta el número de publicaciones que exigen un pago por las consultas. El Wall Street Journal ya cuenta con 30 mil suscriptores; el New York Times también cobra. Los grandes capitales, en todo caso, aún no se convencen de los beneficios financieros de las supercarreteras de la información y las inversiones en el rubro son escasas.

Para la investigación de temas noticiosos Internet es un recurso formidable. Sin embargo, hay que saber qué se busca y describirlo de la forma más precisa posible, pues de fácil perder tiempo en una telaraña (web) de entrada muchas veces irrelevante. Recuerde que, tal como cualquiera puede acceder información, cualquiera puede ponerla a circular por el ciberespacio. Y aprenda inglés, pues éste es un club anglosajón. De casi un millón de sitios o páginas que existen en las diversas redes, un 85 % están en inglés. La segunda lengua en Internet es el francés, con apenas 2% de los sitios. El número de páginas en castellano es muy pequeño; la mayor parte ha sido creada en México.¹¹⁴

link (enlace)> conecta una página con otra distinta mediante el sistema de hipertextos.¹¹⁵

navegadores> programas de software utilizados dentro de la www, para poder moverse dentro de Internet. Los más utilizados son los Microsoft Internet Explorer y Netscape Navigator.¹¹⁶

network> sistema que enlaza computadoras y otras informaciones/tecnologías telecomunicacionales por cable, inalámbrico, o una combinación de ambos.¹¹⁷

nodo> cualquier computadora conectada a una red.¹¹⁸

¹¹⁴ Sohr, Raúl "Historia y Poder de la Prensa", Editorial Andrés Bello. Barcelona, 1998, p. 221

¹¹⁵ www.geocities.com/siliconvalley/chip

¹¹⁶ Id.

¹¹⁷ Cotton, Bob; Oliver, Richard; Understanding Hypermedia, Phaidon Press Limited, London, Second edition, 1997. p. 177.

¹¹⁸ www.vir.net/glosario/glosario.html

noticia> (hecho noticioso) suceso verdadero, de interés general o específico, que se comunica por una vez en forma masiva y que constituye la base de la información.¹¹⁹

La noticia es la información de un hecho: la materia prima del periodismo. (...) Es un escrito veraz, porque transmite la realidad sin mentir (...), oportuno, porque se refiere a la actualidad inmediata (...), objetivo, porque no admira opiniones ni juicios del reportero.¹²⁰

Si bien las noticias son tan variadas como la realidad, pueden ser calificadas por su relación con tres líneas generales: con la afirmación o negación de un hecho, con la consumación de un suceso y con la fuente que proporcionó los datos esenciales.¹²¹

Los elementos que integran cualquier hecho noticioso reflejan: el hecho (*qué ha sucedido*), el sujeto (*quién realiza la acción*), el tiempo (*cuándo sucedió*), el lugar (*dónde se llevó a cabo*), la finalidad (*para qué o por qué se efectuó*) y la forma (*cómo sucedió*). Estas seis preguntas responden a las interrogantes que suele hacerse cualquier persona en la información. La respuesta determina la amplitud de la noticia.¹²²

on line (en línea)> conectado, on line. Condición de estar conectado a una red.¹²³

password> palabra o cadena de caracteres, normalmente secreta, para acceder a través de una barrera. Se usa como herramienta de seguridad para identificar usuarios de una aplicación, archivo o red. Puede tener la forma de una palabra o frase de carácter alfanumérico, y se usa para prevenir acceso no autorizados a información no confidencial.¹²⁴

periodismo electrónico (o digital)> este concepto hace referencia al uso de la computadora tanto en la realización como en la transmisión de la información¹²⁵. El periodismo electrónico no sólo es practicado por los periódicos y los diarios, sino que también las cadenas de televisión y las emisoras de radio poseen una página web y ofrecen todo tipo de información.

¹¹⁹ De la Mota, Ignacio "Diccionario de la Comunicación (Televisión, Publicidad, Prensa y Radio)", Editorial Paraninfo, Madrid, 1988, p.138

¹²⁰ Leñero Vicente y Marín Carlos "Manual de Periodismo", Editorial Grijalbo, México D.F., 1986, p.47

¹²¹ Id. p.30

¹²² Id. p.58 y 59

¹²³ Fernández Calvo, Rafael "Glosario Básico Inglés Español Para Usuarios de Internet". Tercera edición, 1999 http://www.ati.es/novatica/glosario/glosario_internet.html#ref_RFCALVO

¹²⁴ www.vtr.net/glosario/glosario.html

¹²⁵ Arrabal Gabriel, "Periodismo electrónico e infografía", www.geocities.com/CollegePark/Quard/1225/index2.htm

Así mismo, las posibilidades que da Internet y las páginas web provocan un efecto multimedia, y de interacción con el que el usuario puede desenvolverse de una manera distinta y directa hacia lo que realmente le interesa.

Estos son algunos tipos de periodismo electrónico:

periodismo en línea: por conexión telefónica

con soporte físico: en CD ROOM, compact disc, disquete, etc.

videotex: se envía mediante servidores a ordenadores, televisores o monitores especiales

teletexto: transmitido por ondas recibido en un televisor

audiotex: comunicación vía telefónica

fax: copia o resúmenes de los periódicos o escritos informativos

Internet: en este se puede encontrar, entre otros, periódicos escritos, cadenas de radio con conexiones en directo, más información escrita, cadenas televisivas con información escrita sobre sus programas, fotografías, etc.¹²⁶

plug-in> accesorio que se conecta al navegador y que permite ejecutar aplicaciones multimedia. Extensión que incorpora nuevas capacidades, como video, audio y animaciones en un browser. (Shockwave, Real Audio, VIVO, etc.)¹²⁷

portal horizontal> sitio web que contiene una variada y amplia información, y que a su vez atiende distintas temáticas en torno a su contenido¹²⁸. Por ejemplo, www.yahoo.com.

portal vertical> a diferencia del anterior este tipo de sitios se especializa en contenidos específicos en relación a un solo tema o área de interés. Por ejemplo, www.patagon.com, es un portal vertical, porque todo su contenido está orientado al ámbito financiero¹²⁹.

puerto> se llama así a un lugar donde la información entra o sale de una computadora, o ambas cosas. Por ejemplo, el "puerto serie" de una computadora es donde se conectaría un

¹²⁶ www.geocities.com/siliconvalley/chip

¹²⁷ "Guía de Navegación por Internet", *Revista Paula* (Mayo 2000), p. 11.

¹²⁸ Id.

¹²⁹ Id.

módem. En Internet, puerto también se refiere a menudo a un número que es parte del URL, apareciendo tras el signo “.”, justo después del nombre de dominio.¹³⁰

room> también conocidos como salones de chateo, son los lugares de reunión en la red. Pueden estar orientados a un tema de charla en concreto, o dirigidos a personas de una misma área geográfica, orientación sexual, ideológica, etc.¹³¹

servidor> es el que pone los datos y los programas a disposición de las computadoras conectadas que lo soliciten¹³²

streaming audio-video> sistema de transmisión de formato de audio y video a través de la red en forma continua.¹³³

tecnologías> lenguaje propio de una ciencia o arte. Conjunto de instrumentos y procedimientos de un determinado sector o producto.¹³⁴

Durante las dos décadas que van de finales de los sesenta a finales de los ochenta, una serie de innovaciones científicas y tecnológicas has convergido construyendo un nuevo paradigma (...). La telecomunicación se convirtió en el vector clave para la difusión y máximo aprovechamiento de las nuevas tecnologías, permitiendo el desarrollo de las conexiones entre las diferentes unidades de procesamiento para facilitar la formación de sistemas de comunicación (...)

El nuevo paradigma tecnológico se caracteriza por dos rasgos fundamentales. Primero, las nuevas tecnologías están concentradas en el procesamiento de la información, es decir, en efecto tanto la información como la tecnología han sido elementos cruciales en todas las revoluciones tecnológicas, ya que en el último término, la tecnología supone la habilidad para efectuar nuevas operaciones o para realizar mejor las prácticas ya establecidas sobre la base de la aplicación de nuevos conocimientos(...). La segunda característica se relaciona con los

¹³⁰ www.vtr.net/lglosario/glsario.html

¹³¹ Id.

¹³² Id

¹³³ "Guía de Navegación por Internet", *Revista Paula* (Mayo 2000), p.11.

¹³⁴ Real Academia Española de la Lengua, 11ª edición, 1992, p.1950

principales efectos de las innovaciones tecnológicas recaen sobre los procesos más que en productos.¹³⁵

tracking> seguimiento de navegación de un usuario¹³⁶

unix> sistema operativo diseñado para ser usado por mucha gente al mismo tiempo (es multiusuario) y tiene TCP/IP. Es el sistema operativo más común para servidores en Internet.¹³⁷

url> localizador Uniforme de Recursos, dirección usada para referirse a documentos concretos en la web, más conocido como dirección.¹³⁸

web-cam> imágenes en movimientos obtenidas por una cámara adaptada a una computadora la cual transmite las imágenes que capta a través de la red.¹³⁹

www (world wide web)> creada por el CERN (laboratorio suizo de investigación en física de partículas). Es el sistema de interconexión que permite recuperar información a través de hipertexto con tan sólo hacer un click sobre las palabras o imágenes que aparezcan resaltadas. Las páginas www combinan texto, imágenes, sonido, animaciones, formularios, programas de software, etc.

Para poder manejar dentro de la red de redes se utilizan unos programas denominados navegadores; los más usados son el Microsoft Internet Explorer y Netscape Communicator.

¹³⁵ Castells Manuel, "La Ciudad Informacional, Tecnología de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional", Alianza Editorial, Madrid, 1995, p36,37 y 39

¹³⁶ Vocabulario básico, Suplemento sobre Comercio Electrónico, El Mercurio, jueves 8 de junio de 2000

¹³⁷ www.vtr.net/glosario/glosario.html

¹³⁸ www.geocities.com/siliconvalley/chip

¹³⁹ "Guía de Navegación por Internet", Revista Paula (Mayo 2000), p. 11.

[11: Referencias bibliográficas]

Alarcón Sebastián; Calderón Coral: “Nociones preliminares sobre la prensa electrónica en Chile: El caso de La Tercera en Internet”, número 42. Centro de Investigaciones Sociales Universidad Arcis, Santiago, 1998.

Armañanzas Emy; Noci Díaz Javier y Meso Koldo: “El periodismo electrónico”. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Editorial Ariel, S. A., Barcelona, 1996.

Arrabal Gabriel: “Periodismo electrónico e infografía”.
<http://www.geocities.com/CollegePark/Quad/1255/index2.htm>, sc, sf.

Castells, Manuel “La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura”. Volumen 3, Fin de Milenio. Alianza Editorial. Madrid. 1993

Castells, Manuel “La Ciudad Informacional, tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional”. Alianza Editorial. Madrid, 2ª edición. 1995.

Cotton Bob; Oliver Richard: “Understanding hypermedia 2.000”, multimedia origins, internet futures. Phaidon Press Limited, London, second edition (revised, expanded and redesigned), 1997.

De la Mota Ignacio, “Diccionario de la Comunicación (Televisión, Publicidad, Prensa y Radio)”, Editorial Parainfo, Madrid, 1988

Echeverría, Clara Mirta “Periodismo electrónico: proceso de producción y estrategias discursivas”, Revista Latina de Comunicación Social, nº 21, septiembre 1999. Tenerife.
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

Paci, Álvaro. "Nace un nuevo periodismo en línea", diario MTG, viernes 28 de julio de 2000.

Pachas, Roberto: "Periodismo electrónico".

<http://www.geocities.com/SiliconValley/Chip/9440/cuerpo.htm>, sc, 1999.

Piedrahita Manuel: "Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI". Editorial Universitas, Madrid, 1998.

Ratnesar Romesh; Stein Joel: "Todos somos estrellas.com" en Revista Time de La Tercera. COPESA, Santiago, Volumen 3 N° 12, 2000.

Revista Paula, "Guía de Navegación por Internet", Mayo 2000.

Real Academia Española de la Lengua, 11° edición, 1992.

Se: "Cautivados por Internet" en Show VTR, Departamento de Revistas y Suplementos, COPESA, Santiago, N° octubre, 1999.

Sohr, Raúl Historia y Poder de la Prensa, Editorial Andrés Bello. Barcelona, 1998.

Suplemento especial Tecnología y Comunicaciones, Revista Qué Pasa, 29 de junio de 1999

Quezada María Isabel: "Notas Prácticas para la Investigación en la Comunicación". Ediciones Universidad Diego Portales, Santiago, 1997.

Universidad de Chile, Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, estudio demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet. Santiago, octubre 1999.

Universidad de Chile, Unidad de Computación y Análisis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, estudio demografía y Comportamiento del Usuario Chileno en Internet. Santiago, Julio 1999.

Varios Autores: “Cuadernos de Información número 11”, Internet para periodistas. Ediciones Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 1996.

Varios Autores: “Cuadernos de Información número 13”, La lucha por la calidad. Ediciones Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 1996.

Varios Autores: “Reflexiones Académicas n° 12”, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Centro de estudio mediales, Universidad Diego Portales. Santiago, 2000.

Varios Autores: Revista URL Magazine, Digital South S.A., Buenos Aires. Diciembre, 1999. 6ª edición

www.vtr.net/glosario/glosario.html

[Índice]

□□□□	1> introducción	3
□□	2> marco metodológico	5
	_unidades de observación	5
	_tipo de estudio	6
	_muestra de investigación	6
□	3> la globalización	10
	_globalización de las comunicaciones	13
	_aldea global	15
□□□	4> sociedad de la información	17
□□□□	5> historia y desarrollo de internet	20
	_en el mundo	20
	_en chile	24
	: bitnet	26
	: comienza el <i>boom</i>	27
	_consumo de la red en chile	29
	_características de internet	31
	: requerimientos para una conexión	33
	_internet v 2.0	34
□□	6> periodismo electrónico	37
	_prensa electrónica en el mundo	39
	_diarios electrónicos sin formato de papel	41
	_periodismo electrónico en chile	42

_sitios más visitados y utilizados en Chile	44
□ 7> hipermedia	46
_fusión de los medios	48
_elementos hipermedia	50
□□□ 8> la tercera: un tradicional diario en un nuevo soporte	53
_análisis comparativo de portada la tercera formato papel y electrónico	54
_análisis de contenido de la tercera en ambos formatos	60
: noticias escogidas de manera aleatoria para el análisis	62
_interactividad	67
□□□□ 9> concluimos y comentamos	73
_palabras finales	83
□□ 10> glosario	88
□ 11> referencias bibliográficas	98