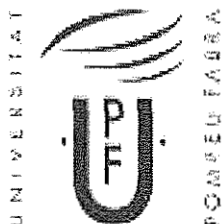


# **INTERNET COMO FUENTE GENERADORA DE CONTENIDOS ESPECIALIZADOS**

**Montse Quesada Pérez (ed.)**

**IX ENCUENTRO DE PROFESORES DE PERIODISMO  
ESPECIALIZADO**

**BARCELONA, 29/30 JUNIO 2009**



**IX ENCUENTRO DE PROFESORES DE PERIODISMO**  
**ESPECIALIZADO**

© Los autores  
© Universitat Pompeu Fabra  
© Instituto de Estudios de Comunicación Especializada  
© Sociedad Latina de Comunicación Social  
*Foto de portada d'Almusaiti con licencia BY-NC de Creative Commons y disponible en*  
<http://www.flickr.com/photos/almusaiti/3862898440/>

1ª edición (diciembre 2010)

ISBN: 978-84-938428-2-6

Se prohíbe, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento o medio, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, la distribución de ejemplares por medio de alquiler o préstamo comercial, la inclusión total o parcial en base de datos y la consulta a través de la red telemática de Internet. Las infracciones de estos derechos están sometidas a las sanciones establecidas por las leyes.

## Contenidos especializados en Internet: redacción y géneros

Pastora Moreno Espinosa  
Universidad de Sevilla

Los medios de comunicación no han perdido la oportunidad de estar presentes en la red, y es aquí donde empieza una nueva relación del periodista con los diarios digitales.

No cabe duda que las informaciones en la red suponen una valiosa aportación en tanto que nos brindan unos conocimientos básicos sobre los que edificar la posterior extrapolación o comparación a otras regiones y países.

La red ha dado lugar a la aparición de un tipo de medios informativos diferentes a los tradicionales. Si bien existen las versiones digitales de los principales diarios de referencia españoles, han nacido otros periódicos propiamente cibernéticos con unas características distintas.

*Si partimos de esta consideración general y admitimos su veracidad, podemos enjuiciar la importancia que encierra el estudio comparado del papel que juegan los medios de comunicación en los temas políticos en un momento histórico de especial importancia como es la etapa actual.*

Sin embargo, quien se haya interesado por aproximarse a alguno de estos aspectos, habrá podido comprobar el escaso nivel de nuestros conocimientos actuales respecto al estudio de los medios de comunicación en la red en temas de política internacional, objetivo del artículo que nos ocupa.

Por tanto, no creemos exagerado sostener que parece necesario el estudio riguroso del lenguaje y del contenido de los medios de comunicación en internet y de las secciones que abordan informaciones relacionadas con el campo de la política internacional en la actualidad. En concreto, *elmundo.es* es el diario que estudiamos.

Dada la importancia que la prensa en papel ha tenido en la aparición de los periódicos digitales, es importante ver cuál es su relación en la actualidad, comprobar si pueden

convertirse en un sustituto, tal como algunos han asegurado, o cómo han adquirido unas características diferentes.

Seguidamente, se estudiará un periódico digital, el que ha realizado una mayor apuesta por la información de carácter internacional, *elmundo.es*, para ver si es posible obtener las mismas clasificaciones de géneros que ya existen en el periodismo especializado en temas internacionales.

Todo esto tiene un principal objetivo que está en saber cuáles son las características más adecuadas en la prensa digital para una comunicación lo más eficaz y atrayente posible para el consumidor.

Según gran parte de los estudiosos, el avance del periodismo digital está planteando ya la necesidad de encontrar nuevas fórmulas narrativas y formales específicas para cada medio, que no estén tan estrechamente ligadas a los diarios impresos como hasta ahora. Destacamos dos características importantes de los diarios digitales: el hipertexto, mediante el que desaparece la lectura secuencial y la desaparición de la diferencia entre medios impresos, sonoros y audiovisuales.

El medio digital permite que se puedan realizar textos breves, algo muy importante debido a que la pantalla soporta peor la lectura que el papel. Es aconsejable mantener en los textos periodísticos digitales el esquema de pirámide invertida, porque una de las características de estos nuevos relatos debe ser la brevedad, despojando al nuevo texto de explicaciones innecesarias o de esos párrafos que el lector ya puede encontrar en la red mediante un simple clic. Por tanto, los titulares deben ser simples y los textos deben ser breves, un máximo de 25 líneas, los párrafos van por temas y hay menos oraciones subordinadas.

Otros aspectos que se deben tener en cuenta es que el periodista que escribe para un periódico en papel ve su estilo influido por la necesidad de ocupar un determinado espacio dentro de la propia página del diario. Sin embargo, esta restricción no tiene por qué existir en un documento web, en el que la noticia debería tener su longitud necesaria, en función de criterios puramente informativos, además de la dificultad de jerarquización debido a que no existen páginas pares o impares ni columnas y la exclusión de determinados géneros (van desapareciendo las entrevistas largas y los

reportajes muy amplios), profusión de otros y documentación poco depurada (viene mucha en bruto).

También podemos hablar de otros géneros: foro, chat, encuesta y entrevista de los lectores.

A pesar de estas apreciaciones, la mayoría de los autores están de acuerdo en que no existen cambios en el fondo ya que el diario digital recurre a los conceptos claves de la redacción periodística como la selección, valoración, interpretación, opinión y contextualización para comunicarse de manera correcta con el lector. Además, coinciden en que tampoco existen diferencias a la hora de clasificar tradicionalmente los géneros periodísticos en informativos y de opinión.

Ante la nueva realidad, el periodista tiene que cambiar muchas cosas, pero nunca apartarse de los códigos de la redacción periodística, el lenguaje periodístico, la técnica para lograr que el mensaje llegue al receptor en términos inteligibles y fiables, con criterios y honestidad.

### **¿Qué son los géneros periodísticos? Diferentes tipologías**

Muchos son los géneros considerados como tales que aparecen a diario en los medios escritos, pero hay algunos con una importancia mucho mayor que la que tienen otros.

En nuestro mundo global, el mensaje periodístico tiene su manifestación específica en los géneros periodísticos, hasta el punto de que durante mucho tiempo se ha llegado a considerar que la construcción de la actualidad se produce desde ellos, con ellos y gracias a ellos.

Según Martínez Albertos (1974: 272), "podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva". Y se refiere al periodista como un "operador semántico, o dicho de otro modo: la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos". Los códigos de la comunicación periodística, añade, se

plasman así en unos estilos y géneros propios de un lenguaje que se diferencia claramente de otros tipos de lenguajes (el literario, el administrativo, etc.).

Además de esto, los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista. Para Javier del Rey (1988: 102) "los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos "el mundo", para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías -la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son éstos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina".

La distinción entre los diferentes tipos de géneros es una convención social. Javier del Rey afirma que la realidad no nos ofrece un editorial, una noticia, una crónica o un reportaje. La realidad es más modesta y se limita a estar ahí. Lo demás -la noticia, el reportaje, el editorial y la crónica- lo pone el medio para recoger la complejidad de lo que acontece y exponerlo a los receptores. Los géneros periodísticos producen orden y concierto en el material informativo, y avalan la legalidad de la comunicación (Del Rey: 1988, 116).

Los géneros periodísticos son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo. A lo largo de la historia del periodismo cada uno de los géneros no ha tenido la importancia que en la actualidad nosotros le damos. La aparición histórica de los géneros periodísticos está estrechamente relacionada con las distintas etapas del periodismo en cuanto hecho cultural.

Según el profesor Ángel Benito (1973: 1) "en líneas generales puede afirmarse que el periodismo posterior a 1850 supone una serie de conquistas de primera magnitud: la conquista de todas las capas de la sociedad, de casi todos los países de la tierra y de todos los temas (...). El periodismo de este siglo largo -1850-1973- puede dividirse en tres etapas bien definidas. Periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación. Esta clasificación, que responde a los últimos estudios de prensa comparada realizados en el mundo, se funda en la consideración de los fines

que en cada uno de estos tres períodos se han propuesto los profesionales de la información". Por tanto, Ángel Benito distingue en el periodismo a partir de 1850 tres etapas bien definidas:

A. El *periodismo ideológico* llega hasta el fin de la primera guerra mundial. Se caracteriza por ser un periodismo al servicio de ideas políticas y religiosas. Es un tipo de prensa con muy pocas informaciones y muchos comentarios, realizada sobre todo por literatos. En ella impera la opinión sobre la información y tienen importancia el artículo, el comentario y el ensayo.

B. El *periodismo informativo* aparece hacia 1870 y coexiste durante cierto tiempo con el periodismo ideológico. Se centra más en la narración o relato de los hechos que en las ideas, como la etapa anterior. Tienen más importancia los géneros informativos: la noticia, la crónica y el reportaje.

C. El *periodismo de explicación* aparece después de la segunda guerra mundial. Supone un reciclaje de las dos etapas anteriores, motivado, sobre todo, por la aparición de la radio y la televisión y las consecuencias sociales que de ello se derivan. El periodismo de explicación aborda los hechos en profundidad y utiliza equilibradamente los géneros básicos, (relato y comentario), situándolos en una nueva perspectiva mediante la cual el lector encuentra los juicios de valor al lado de la narración de los hechos de forma inmediata. Pretende, por tanto, informar y crear opinión a la vez.

Por consiguiente, de acuerdo con su forma discursiva, los géneros periodísticos pueden clasificarse en dos grupos:

1. Los que dan a conocer hechos, que utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa.

2. Los que dan a conocer ideas, que usan fundamentalmente la forma argumentativa.

Esteban Morán Torres sostiene en su libro *Géneros del periodismo de opinión* (1988: 10) que el género interpretativo tiene como elemento principal las ideas. En el



periodismo de opinión el objetivo prioritario se centra en la implantación y mantenimiento de unos determinados principios.

La información en prensa escrita ha quedado en las últimas décadas desbordada por la instantaneidad que ofrecen los medios que aportan rapidez de transmisión. Si el éxito de la comunicación se basara exclusivamente en la rapidez de la transmisión de noticias, la prensa escrita sería ya del pasado. Pero los periódicos ofrecen una serie de ventajas de importancia sobre los medios audiovisuales, como la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse.

Morán Torres, asimismo, piensa que en el periodismo podemos encontrar dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información. Y aunque es necesario realizar un gran esfuerzo para conseguir la máxima simplificación a la hora de clasificar los géneros periodísticos, este autor distingue cuatro géneros informativos y cuatro de opinión:

- Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje.
- De opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística.

Y reconoce que se trata de un ordenamiento discutible, pero que elimina una serie de ambigüedades y complicaciones que caracterizaban a los cuadros de géneros periodísticos que se han aplicado en determinadas obras de consulta.

Por su parte, Juan Gutiérrez Palacio (1984) mantiene en su obra *El comentario periodístico: los géneros persuasivos* que los géneros periodísticos son modos convencionales de captar y traducir la realidad. Las reglas por las que se rigen son bastante flexibles y admiten muchas variedades. Para él, lo fundamental es que cada uno cumple una función distinta y cubre un sector del amplio arco que va desde la noticia hasta el editorial. Destaca cuatro géneros periodísticos: información, reportaje, crónica y artículo o comentario, cada uno con su propia técnica de trabajo.

Por tanto, el número de géneros en cuestión depende de los diferentes autores. Por nuestra parte, nosotros distinguimos: la noticia, la entrevista, la crónica, el reportaje, el editorial, el artículo, la columna y la crítica.

En relación con la aparición de los géneros periodísticos en los medios audiovisuales (radio y televisión) se manifiesta una marcada influencia de los géneros escritos para la prensa. Prácticamente son una adecuación de los textos originales escritos, concebidos para ser considerados géneros periodísticos en el medio prensa.

La adaptación de los géneros, para su difusión del medio impreso al audiovisual, implica un complejo proceso de adecuación al lenguaje específico del medio en relación con el mensaje y con el receptor.

En lo que se refiere al lenguaje, para la difusión de los géneros periodísticos el medio impreso emplea la palabra escrita y la imagen fija (fotografías o caricaturas), mientras que la radio usa la palabra oral, la música y diversos ruidos. La televisión utiliza las imágenes fijas o en movimiento, además de los recursos empleados por la radio.

Hay que tener en cuenta que el lenguaje del periodismo radiofónico difiere del medio impreso en que los textos se escriben para la audición y no para la vista. Debe prestarse atención para no perder el interés del público, de modo que además de las características propias del lenguaje periodístico general, como la sencillez, claridad y precisión hay que añadir el cuidado en la pronunciación y la entonación del discurso.

En cuanto a los géneros periodísticos en la radio, de los géneros informativos, son las noticias las que más se usan, aunque también las crónicas, entrevistas y reportajes.

Por lo que se refiere al periodismo de opinión en la radio adopta la forma de comentarios breves, editoriales cortos y críticas de arte, fundamentalmente, ya que su campo es limitado pues es complicado captar la atención del público para una reflexión larga que difícilmente se puede seguir con el oído.

En el medio televisivo el lenguaje tiene tres dimensiones: la palabra, la imagen y los sonidos. La característica esencial de la difusión televisiva es la imagen y su simultaneidad con el discurso. Ello le proporciona un nivel más emotivo que en los otros medios, ya que se dirige el mensaje al oído y a la vista: el periodista transmite la información y además ofrece imágenes que le proporcionan un conocimiento más completo del suceso, ya que lo tiene ante sí.

Puesto que es más fácil y conveniente a la relación emisor-receptor, predomina la difusión de géneros informativos sobre los géneros de opinión. La noticia, la crónica, la entrevista y el reportaje son los géneros más usados.

Al igual que la radio, en televisión el periodismo de opinión es menos frecuente. El comentario es el más usado, pero no tiene la estructura de un artículo de opinión, sino que complementa la información.

### **Estilo y lenguaje en la red. Texto, hipertexto y contenidos especializados**

El periodista se suele ver en la necesidad de seleccionar su información, de redactar correctamente la noticia y montarla electrónicamente.

En nuestra sociedad podemos hablar de una perfecta convivencia entre los medios *on line* y los tradicionales, aunque muchos de ellos manifiestan una completa dependencia de los medios de comunicación tradicionales, ya sea por su carácter de provisionalidad o por estar en fase experimental. Y esta situación de dependencia se traduce principalmente en el vuelco de los contenidos informativos de los medios tradicionales que cuentan con una mayor dotación de dichos contenidos y una estructura informativa mejor organizada.

Está claro que los avances tecnológicos han dado paso al nacimiento de los nuevos medios digitales que se manifiestan con un lenguaje propio y con unas características de comunicación y contenidos diferentes a los medios tradicionales, ya sea prensa, radio o televisión.

Es decir, podemos hablar de que nos encontramos en estos momentos con un nuevo espacio comunicacional que procura a cada paso reinventar una nueva forma de expresión del mensaje periodístico especializado.

A la vista del reciente escenario al que podemos asomarnos a través de Internet, el nuevo espacio nos permite manejar un medio que al mismo tiempo se ha convertido en una plataforma para la prensa tradicional mediante la publicación digital de sus ediciones. O sea, dicha coexistencia nos conduce a la reflexión sobre el futuro más inmediato del entorno digital multimedia.

Se sumarían además otras posibles cuestiones a analizar en tanto se podría estudiar el tratamiento informativo y el mensaje periodístico en cada uno de los tipos de prensa, o bien de su interrelación o retroalimentación entre ambas, o cuáles son las exigencias que el nuevo medio impone al quehacer periodístico.

Aunque incuestionablemente no podemos negar los recelos y temores que existen acerca de la resistencia de la prensa tradicional a los envites de los nuevos retos de la comunicación digital, es del mismo modo incuestionable la supervivencia de la prensa frente al nuevo medio. Y este pulso se mantiene firmemente mientras las empresas especializadas abren múltiples horizontes en el tratamiento diario de la información.

Afortunadamente, la aparición de nuevos medios no significa necesariamente la muerte de los ya existentes, pero, lógicamente, introducen modificaciones en los consumos, en la inversión publicitaria y en los valores de identidad sobre los que se asienta cada medio. Es, precisamente en este último punto, donde la prensa no acaba de ver claro su futuro, sobre todo, ahora en los momentos en que aumenta la crisis y, desde el punto de vista de los resultados económicos, no parece que la mayoría de los diarios atraviesen un buen momento en la cuenta de resultados de los últimos ejercicios económicos.

Los diarios que publican en papel dedican su espacio, cada vez más, a analizar, explicar, ampliar los acontecimientos y a opinar sobre ellos. Y, en mayor o menor medida, van dando los pasos para convertirse en empresas multimedia que editan en todos los formatos que existen en el mercado.

Un primer análisis comparativo entre el medio digital y el soporte tradicional nos conduce a examinar de cerca el lenguaje propiamente del nuevo medio de comunicación para enfrentarlo a las características propias de la comunicación y los contenidos de los medios tradicionales.

Y si es cierto que una de las claves del futuro de la prensa digital está en los contenidos y en hacer compatible la rapidez de este soporte electrónico con la fiabilidad del papel tradicional, también destaca la importancia de llegar a determinar las características del lenguaje adecuado –digamos que un nuevo lenguaje– para la

transmisión de información a través la red, que ve crecer el número de usuarios día a día.

Pero ni en los periódicos, ni en las revistas, ni en los informativos de radio o televisión ni, menos aún, en la actualización constante que exigen los medios digitales se puede prescindir del texto informativo. Largo o breve, con grandes titulares o en un espacio pequeño, con imágenes y sonido o tal como sale del teclado, es el elemento básico de la tarea de informar, que nunca puede desentenderse de la redacción de la noticia.

Obviamente, hay un giro destacado en el modo de presentar, representar y distribuir la información, rompiendo las barreras de espacio y tiempo que amenazan a la prensa bajo el soporte papel.

La prensa *on line* presenta ventajas de inmediatez y ubicuidad a las que no puede llegar un producto físico como el periódico tradicional, que requiere ser transportado, distribuido y adquirido en un punto de venta concreto. Según algunos expertos, la distribución electrónica sustituirá al modo actual de comercialización de la información impresa. Sin embargo, esta realidad no tiene por qué hacer temer por el futuro de la empresa periodística, ya que gracias a la reconversión tecnológica que los diarios impresos han experimentado en los últimos años, es perfectamente posible responder a una demanda de distribución electrónica desde las actuales redacciones de los periódicos.

Hoy por hoy, la informatización de las redacciones ha hecho de éstas verdaderos nodos de tránsito y recepción de información. El tratamiento, empaquetado y representación de la información se realiza mediante procedimientos basados en la informática. De la misma forma en que se envían las páginas a las plantas impresoras, a las rotativas, puede dirigirse la información hacia las redes de distribución y consumo digitales, como ocurre ya con las ediciones en línea que vemos en Internet.

Las características de multimedialidad que ofrece el soporte digital pueden ser igualmente aprovechadas por los diarios impresos en su edición en línea. Los periódicos con sistemas redaccionales capaces de producir amalgamas multimedia – textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos– se alejaron hace años de la era del

plomo, convirtiéndose en un producto más accesible, dinámico y de mayor flexibilidad, también en relación con los propios contenidos.

Cualquier versión *on line* del diario se caracteriza por un nivel de interactividad con el lector, de personalización de contenidos y de profundización de los mismos mediante los enlaces e hipertextos, que supera las ofertas informativas y de servicios que hasta ahora ha ofrecido la prensa impresa.

La penetración definitiva de la radio y la televisión en la red han hecho más necesaria la apuesta por un modelo de presentación multimedia de los contenidos informativos, hacia el que tiende la prensa en línea actualmente.

Y eso supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos — texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento— para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible a un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo.

A la cada vez mayor presencia de las cabeceras de diarios en Internet hay que sumar la experiencia adquirida en la transmisión de informaciones a través de este medio. La mayoría de los diarios impresos tienen su referente en la edición digital.

Son cifras abrumadoras que desvelan la convivencia actual de dos versiones de un mismo diario en dos soportes diferentes (papel y digital). Esa convivencia, que podríamos considerar amistosa y complementaria, exige la diferenciación en el tratamiento de los contenidos para uno y otro medio, así como la adaptación paulatina de la prensa impresa a las características del medio *on line*.

El lenguaje periodístico digital, que comenzó siendo muy semejante al de los periódicos y utilizaba principalmente las series lingüística, para-lingüística y no-lingüística, puede añadir ahora la imagen en movimiento —tanto vídeos como gráficos animados— y el sonido, siempre que se disponga del *software* adecuado. Y las cabeceras editadas inicialmente en papel, que trasladaron su propio lenguaje a la red, muy poco después tuvieron que introducir y manejar los códigos icónicos y sonoros, hasta ahora exclusivos de la radio y la televisión, para comenzar a producir

contenidos en ese lenguaje múltiple que abarca y abarcará cada vez mejor todos los formatos posibles de la tecnología actual.

Una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, a través de *links* o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separado sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión que sufren otros medios. De este modo, y gracias a las posibilidades de almacenamiento y recuperación de la información que ofrece la red, se pueden manejar a la vez los diferentes elementos de una información, todo un logro para una sociedad como la nuestra en la que la documentación se ha convertido en un instrumento de trabajo de enorme importancia en todas las materias, e indispensable para el ejercicio del periodismo.

En el nuevo lenguaje múltiple de los medios digitales ocupan un lugar relevante, muy distinto del que han tenido hasta ahora, los elementos icónicos.

No sólo se han producido transformaciones en las redacciones periodísticas y en los sistemas de reproducción de los medios impresos, sino, también con el desarrollo de las denominadas “autopistas de la información”, han ido surgiendo nuevos productos periodísticos, con nuevos contenidos y continentes. No sólo las empresas periodísticas han intentado mantener versiones cibernéticas de sus ediciones diarias sino que emergieron nuevos periódicos cien por cien automatizados sin tener producción impresa, sino solamente su canalización en red.

Resulta innegable la necesidad de coexistencia del medio *on line* con la prensa convencional por varios motivos, sin embargo a estas alturas podemos afirmar la existencia de una infraestructura organizativa que ya existe de modo independiente en la edición digital, con la inclusión de contenidos informativos suficientemente elaborados, y la alta profesionalización de periodistas cualificados.

De modo que la prensa digital ha resultado ser uno de los mayores aciertos dentro del mundo de la comunicación de los últimos años. Las principales cabeceras de

periódicos aprovechan la inmediatez de la red para ofrecer primicias, noticias de última hora y una mayor cantidad de información sobre los aspectos relevantes de la actualidad; las revistas impresas cuentan con una versión digital para promocionar su producto a través de Internet, con versiones, incluso, mejoradas; y la tendencia de los usuarios, a pesar de que todavía existen reticencias, es que se empiezan a decantar por la prensa digital. Sus ventajas son innegables: es gratuita, la actualización es constante y la cantidad de información mayor con respecto a la prensa tradicional.

Todos los periódicos de referencia, tanto españoles como internacionales, cuentan desde hace años con una versión en Internet, a veces, más cuidada y completa que la ofrecida en papel. De este modo, se pueden nombrar los casos de *elmundo.es* en España, *lemonde.fr* en Francia o *usatoday.com* en Estados Unidos. Todos ellos son medios de referencia en sus países, y disfrutan de una plataforma digital considerable. Las cifras son llamativas: mientras *El Mundo* en su edición de papel no logra superar los 400.000 ejemplares diarios, su versión en Internet ha sobrepasado el último mes los veinte millones de usuarios únicos, con 340 millones de páginas vistas. Hubo días en los que, incluso, el número de visitas llegó casi a los dos millones de visitantes únicos.

Poco a poco han ido surgiendo nuevas plataformas que únicamente cuentan con su versión digital y que paulatinamente se han hecho con una buena parte del público. Como consecuencia de sus limitaciones económicas y operativas, son medios más modestos, con una infraestructura menos desarrollada, y con una clara tendencia ideológica en la mayoría de las ocasiones. Los que cuentan con una mejor acogida por parte de la audiencia son *libertaddigital.com* y *elconfidencial.com*, con casi dos millones de visitantes únicos cada mes. Otros periódicos digitales, aunque con un menor número de usuarios, son *elplural.com*, *estrelladigital.com* y *periodistadigital.com*.

Las ediciones digitales de los periódicos en papel suelen contar con las mismas secciones que los tradicionales, aunque ampliadas con otros contenidos y algunas informaciones diferentes. Por ejemplo, *elpais.com* juega con la secciones de Inicio, Internacional, España, Deportes, Economía, Tecnología, Cultura, Televisión,



Sociedad y Opinión. Como se puede comprobar, son casi las mismas partes que existen en el periódico de papel. En *elmundo.es*, su cabecera muestra la Portada (considerada como una sección más), España, Mundo, Opinión, Deportes, Economía, Cultura, Ciencia, Salud, Tecnología, Comunicación, Televisión y Solidaridad.

En relación a los contenidos especializados, *elmundo.es*, que estudiamos, es el medio de comunicación digital que ha realizado una mayor apuesta por la información de carácter internacional, por eso lo hemos elegido.

Este medio cuenta con una importante red de corresponsales repartidos por el mundo, ubicados en los lugares más importantes de generación de noticias: María Ramírez en Bruselas, Mónica Prieto en Bagdad o Ricard González en Washington son solamente algunos de los múltiples ejemplos que pueden establecerse. Esta edición digital, la más importante de habla hispana en la actualidad en cuanto a número de visitantes, realiza especial hincapié en ofrecer a sus lectores una información muy diferente a la que viene recogida por las agencias de noticias, centrándose en aspectos más propios de la zona donde se encuentran. Predominan las crónicas y los reportajes, por este orden de importancia, preferentemente sobre aspectos humanos y menos conocidos para el gran público, aunque sin dejar de lado el ámbito político.

Las posibilidades que ofrece Internet son muy variadas, y esto ha sido aprovechado desde la dirección de este medio.

Los *blogs*, una de las herramientas digitales de preferencia a la hora de estar informado, encuentran en *elmundo.es* un aliado, especialmente cuando se habla de información internacional. Este periódico digital ha creado una importante red de *blogs* llenos de crónicas desde los más diversos puntos del panorama internacional: crónicas desde Europa, crónicas desde EEUU, crónicas del Cono Sur, crónicas desde Oriente Próximo...

Los corresponsales del periódico y otros periodistas del lugar, como la poetisa Wendy Guerra o la colaboradora Yasmina Jiménez, realizan crónicas abordando temas de especial relevancia para la región desde donde escriben, que se apartan de la actualidad más inmediata. Narran hechos alternativos, curiosidades, anécdotas, pero siempre desde un punto de vista experto y profesional.

Este medio cuenta con importantes columnistas y articulistas como Antonio Gala, Arcadi Espada o Federico Jiménez Losantos, entre otros. La sección de Opinión cuenta con una sección fija diariamente, que es una transcripción literal de los artículos que aparecen en el medio impreso y otra que se actualiza cada cierto tiempo a lo largo del día.

En la primera, compuesta por editoriales, sueltos y artículos de opinión elaborados por las firmas, se analizan los temas de la actualidad para tratarlos en profundidad, posicionándose a favor o en contra del asunto en cuestión; en la segunda existen muchas más posibilidades, puesto que se trata de las actualizaciones de los blogs que el diario tiene contratados. En ella conviven redactores tan diferentes como los que componen el Consejo Editorial (Felipe Sahagún, Pedro Cuartango o Lucía Méndez) del medio o el escritor Fernando Sánchez Dragó.

El contenido de la mayoría de los artículos de opinión (incluyendo especialmente los editoriales) gira en torno a asuntos de la política y la economía doméstica, quedando la información internacional en un plano mucho más secundario. Rara vez se aborda desde los artículos de opinión un asunto de carácter internacional, y sólo encontramos algunas excepciones.

En cuanto a las formas de expresión de los mensajes empleados por los periodistas de estos *blogs* destacamos:

- El lenguaje es sencillo, sin estructuras complejas, sin apenas oraciones subordinadas y con una ausencia casi total de palabras o términos de carácter técnico. A veces, incluso, es demasiado directo.
- El estilo es explicativo en la mayoría de las ocasiones, con objeto de ubicar al receptor dentro del texto, con datos y aspectos relevantes sobre el tema que se está tratando que son imprescindibles para poder comprender bien la argumentación. Son datos que posiblemente el lector no tiene.
- Normalmente, los periodistas ponen el énfasis en los aspectos personales, curiosos y, algunas veces, sentimentales, con la intención de llamar la atención del lector y provocar su adhesión con los protagonistas del texto.

- En cuanto a la ideología, la actitud que el medio de comunicación adopta varía en función de la zona y del cronista al que se haga referencia. Además, la crónica es un género subjetivo, donde el periodista encuentra una muy personal capacidad de expresión. En este sentido, se pueden tener diferentes opciones, desde las que son críticas con el poder hasta las más benevolentes.

Los reportajes siempre giran en torno a temas de actualidad duradera, es decir, un hecho que no es pura actualidad, pero que podría haberse tratado tres meses antes o tres meses después sin que el texto perdiera mucha vigencia. Se trata de noticias tratadas desde un punto de vista humano, en la mayoría de las ocasiones apelando a los sentimientos del lector y con un lenguaje cercano. Su estilo es más literario. Al tratarse de zonas del mundo y temas poco conocidos por la audiencia, siempre dedican un mayor espacio a explicar la problemática existente, así como los actores principales del hecho. Esta característica es algo que no se aprecia, por ejemplo, en la sección de nacional, donde las informaciones son más cercanas a los lectores.

Los titulares de los reportajes y de las crónicas se convierten en introducciones perfectas para lo que posteriormente se desarrollará a lo largo del texto. Con un tono más creativo y menos informativo, en cinco o seis palabras se condensan numerosas ideas del reportaje, y despiertan la curiosidad del lector para que decida leerlo, sobre todo, al tratarse de temas que, por falta de proximidad o por tratarse de protagonistas desconocidos, son lejanos a la audiencia.

Al ser imposible disponer de un periodista en cada lugar del mundo, *elmundo.es* también hace buen uso de las informaciones enviadas por las agencias internacionales, aunque éstas siempre adquieren un papel secundario con respecto a las propias. Son noticias con un carácter más leve, de menor importancia y que rara vez requieren algún tratamiento posterior en profundidad. Las imágenes también son tomadas de las agencias. Se trata de informaciones en las que solamente interesa conocer un suceso, sin necesidad de adentrarse a explicar las causas o las consecuencias. Su carácter es meramente informativo. Su extensión, tres o cuatro párrafos, lo estrictamente necesario para exponer el tema en cuestión.

## Conclusiones

En nuestra sociedad, el sector de la información y la comunicación se está mostrando como uno de los más dinámicos y renovadores de sus esquemas de trabajo tradicionales. En sólo 30 años, las redacciones de los periódicos han pasado de las linotipistas a los modernos sistemas de software, que permiten la impresión de cualquier edición diaria en distintos puntos geográficos de manera simultánea.

La mayor parte de los medios de comunicación tradicionales cuentan ahora con una versión digital que se ha convertido en una gran fuente de ingresos, han sabido abrir un nuevo mercado. Mención especial merecen las ediciones digitales de los diarios en papel, algunas con más de diez millones de usuarios únicos al mes.

Los diarios cibernéticos en España que no dependen del periodismo impreso son diarios jóvenes, con un lenguaje sencillo y en su mayoría cuentan lo que no se publica en los diarios impresos. Se trata de diarios con muchas diferencias de estilo y de tratamiento de textos, además de diferencias ideológicas.

La versatilidad de Internet permite a los pilares del periodismo escrito adaptarse a los parámetros de lo audiovisual; servirse de complementos como la infografía, la imagen, la palabra para ofrecer la noticia en toda su complejidad, en una suerte de medio híbrido que casa lo mejor de cada disciplina para ponerlo al servicio del lector, cada vez más exigente. La infografía, además, en este caso, se reviste de movimiento, animándose y haciéndose más compleja, e impregnando la noticia de una capacidad pedagógica y educativa que trasciende a las noticias tradicionales.

Pero, quitando los elementos de apoyo, las bases del periodismo que se hace en Internet no distan demasiado de los preceptos más clásicos de la prensa tradicional puesto que los géneros que se utilizan en la red son los mismos que se han consolidado en el periodismo clásico, las fuentes que surten las noticias también son las mismas y, aunque en modelos de organización distintos, la jerarquización de la información también atiende a preceptos de importancia.

Es previsible que este nuevo formato desarrolle sus propios géneros en una evolución natural de los actuales adaptándose a los nuevos espacios, las nuevas

aplicaciones, las múltiples posibilidades que ofrece, aunque por el momento las noticias siguen las definiciones clásicas de noticias, los reportajes están sometidos a los mismos parámetros y también la opinión suele ser un trasvase de lo que aparece escrito en prensa, incluso la entrevista, porque mientras que el formato sea igual y mientras lleve los mismos elementos tipográficos (continúa con titular y, la mayor parte, entradilla), no podremos hablar de un género propio sino de una adaptación del tradicional.

A pesar de que, como observamos, el periodismo en Internet aún se comporta con una cierta mimetización del tradicional, sí que comienzan a definirse algunos elementos propios que lo definen en esta adaptación al medio.

En la actualidad, gracias a los periódicos digitales y al avance de los Medios Audiovisuales, es cierto que el lenguaje escrito ha perdido autoridad a favor de la imagen.

En temas de información internacional, fotografías e infografías de gran tamaño permiten que el lector obtenga gran cantidad de información en poco tiempo.

Por eso, se requiere un nuevo tono y orientación de lenguaje en la prensa capaz de responder a un nuevo y complejo modo de concebir la vida. Para la renovación del lenguaje en el periodismo habría que solicitar movilizar su rigidez, darle flexibilidad y riqueza adaptándose a los nuevos tiempos de la prensa digital.

En los medios digitales, los géneros más empleados dentro del ámbito informativo internacional son la noticia (en mayor medida), la crónica y el reportaje, éstos últimos apoyados por el auge de los *blogs*. Dentro de la opinión, destacan los editoriales y los artículos.

El tratamiento que *elmundo.es* ofrece a la sección de internacional permite a los lectores barajar numerosas opciones: crónicas que llegan desde diferentes lugares del mundo, reportajes en profundidad sobre aspectos poco conocidos y noticias a cada instante sobre hechos recientes.

En consecuencia, los géneros periodísticos tradicionales de la prensa escrita continúan actualizándose día a día. No vamos a contar nada nuevo si hablamos de la innovación que vienen sufriendo desde hace bastantes décadas.

Lo que sí resulta interesante es cómo estos géneros (la mayoría de ellos), han logrado adaptarse a las nuevas necesidades y a los nuevos espacios y herramientas que ha fabricado el ser humano. Nos referimos, concretamente, a su adaptación a internet.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Armañanzas, Emy y Díaz Noci, Javier (1999). Periodismo y argumentación. Géneros de opinión. Bilbao: Universidad del País Vasco

Armentia Vizuete, José Ignacio y Caminos Marcet, José María (1998). La información: redacción y estructuras. Bilbao: Universidad del País Vasco

Armentia, José Ignacio (2000). El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios. Barcelona: Editorial Bosch

Benito, A. (1973). Teoría General de la Información. Madrid

Bezunartea, Ofa; Del Hoyo, Mercedes; Martínez, Florencio (1998). Lecciones de reporterismo. Bilbao: Universidad del País Vasco

Canga Larequi, Jesús; Coca García, César; Martínez Rivera, Eloy; Cantalapiedra González, M.ª José y Martínez Odriozola, Lucía (1999). Diarios digitales: apuntes sobre un nuevo medio. Bilbao: Universidad del País Vasco

Casasús, Josep Maria (1991). "Evolución y análisis de los géneros periodísticos" en Josep Maria Casasús Gurí y Luís Núñez Ladevéze. *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel

Casasús, Josep María (1993). La Periodística com a experimentació de la nova retórica. Barcelona

Del Rey, J. (1988). "Estatuto epistemológico de la redacción periodística" en *Revista de Ciencias de la información*, vol. 5, Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense

- Díaz Noci, Javier (2001). La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao: Universidad del País Vasco
- Díaz Noci, Javier y Salaverría Aliaga, Ramón (coords.) (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel
- EFE (1985). Manual de Español Urgente. 5ª edición del Manual de Estilo. Madrid: Agencia Efe
- Fernández Beaumont, José (1987). El lenguaje del periodismo moderno. Madrid: Sociedad General española de librería, S. A.
- Fontcuberta, Mar de y otros (1986). El periodismo escrito, Barcelona: Mitre
- Fontcuberta, Mar de (1980). Estructura de la noticia periodística. Barcelona: ATE
- Gómez Mompert, José Luis (1982). Los titulares en prensa. Barcelona: Mitre
- Grijelmo, Alex (1997). El estilo del periodista. Madrid: Taurus
- Gutiérrez Palacio, Juan (1984). Periodismo de opinión. Madrid: Paraninfo
- Martín Vivaldi, Gonzalo (1990). Curso de Redacción. Madrid: Paraninfo
- Martín Vivaldi, Gonzalo (1987). Géneros periodísticos. Madrid: Paraninfo
- Martínez Albertos, José Luis (1991). Curso General de Redacción periodística (edición revisada). Madrid: Paraninfo
- Martínez Albertos, José Luis (1974). "Periodismo. Géneros" en obra colectiva Gran Enciclopedia Rialp. Madrid, Tomo XVIII
- Morán Torres, Esteban (1988). Géneros del periodismo de opinión. Pamplona: Universidad de Navarra
- Moreno Espinosa, Pastora (1998). Curso de Redacción Periodística en Prensa, Radio y Televisión. Sevilla: ed. Mad
- Núñez Ladeveze, Luis (1995). Introducción al periodismo escrito. Barcelona: Ariel Comunicación