



Junio - Julio 2002

Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de
Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por *María Heidi Trujillo Fernández y Fernando Ramón Contreras*
Número 27

INTRODUCCIÓN

En la Universidad existen ya muchos investigadores muy atentos al futuro de la prensa en la red. No obstante, parece que en esta carrera desenfrenada por encontrar el preciado vellocino de oro, que en este caso no es más que el modelo perfecto de prensa digital, se ha salido desordenadamente y tropezando unos con otros. Esto no es más que una apreciación personal engendrada por la lectura de numerosos autores sobre esta cuestión. Este artículo no pretende solucionar contradicciones, ni tampoco mostrarlas -aunque a veces aparezcan-, sino resumir y presentar algunas conclusiones en las que convergen muchos investigadores. Entre ellas se hará referencia a la interpretación de los nuevos servicios que ofrecen y ofrecerán las empresas de comunicación y a la necesidad de modificar la visión sobre la adecuada interpretación de la prensa digital, ya que los cambios en los medios tecnológicos imponen retos a la inteligencia humana que implican cambios en los patrones mentales usados para interpretar y evaluar la prensa tradicional. Así que nuestro empeño será referirnos a lo que se ha conseguido hasta ahora en el estudio de la prensa electrónica y presentar algunas características que adopta el discurso científico y su lectura en las publicaciones digitales.

DESARROLLO

Los cambios tecnológicos en el periodismo: las primeras experiencias

La verdadera transformación del periodismo en este siglo XXI la provoca el ordenador. La autoedición y los procesos de informatización en la gestión de la información fueron los primeros pasos. El desarrollo de programas (o software) que manipulaban tanto los gráficos como los textos (maquetación electrónica) simplificaron la creación periodística. Ya no era necesaria la intervención especializada de diseñadores y montadores de textos o por los menos, la profesión era renovada por individuos que no poseían una formación directa en artes gráficas. Por otro lado, los avances tecnológicos en la fabricación de periféricos para el ordenador que recortan los procesos de producción periodística también acaban con la servidumbre del periódico respecto a la labor de otros operarios de las artes gráficas. Nos referimos al trabajo electrónico de filmación, de pruebas de imprenta o de la propia impresión (fotomecánica e impresión). La dotación de los periódicos con impresoras láser y de chorro de tinta posibilitan tener a un bajo costo pruebas finales o "artes finales". Las filmadoras CRT¹ y láser permiten realizar la separación de colores y obtener los fotolitos con los que a su vez se obtienen las planchas de la rotativa. Y finalmente, la "impresión digital" acabará con los procesos de fotomecánica para limitarse a imprimir sin necesidad de planchas y fotolitos. En cuanto a la gestión de información, surgen en las redacciones los primeros sistemas electrónicos de documentación y las primeras bases de datos electrónicas. No obstante, los periódicos se encuentran en una primera fase de tecnificación. Los ordenadores son máquinas que auxilian los complicados y lentos procesos tradicionales de producción. En esta primera fase, no surgen cambios significativos en el periodismo. Según lo

expuesto, estos sólo afectan a la creación y producción del producto: el periódico. Es por ello que deberíamos concretar una primera fase en la informatización de la prensa que bien podríamos llamar "fase inicial o de renovación". En ella, lo que tiene lugar no ejerce una clara influencia sobre los esquemas tradicionales del periodismo, salvo quizás por la tendencia hacia un "periodismo iconográfico"² debido al abundante empleo de infografías con respecto a otras etapas de la prensa. Esta tendencia iniciada en los años 80 por el "USA Today" obedece entre otras exigencias a la inclinación del público por el consumo de imágenes más que de textos, y por otro lado, al desarrollo tecnológico -ordenadores y programas con mejores prestaciones para el dibujo y la representación plástica- y a los descubrimientos técnicos de la infografía periodística que la faculta para contar ciertas noticias mejor que mediante el discurso verbal.

Ahora bien, los verdaderos cambios vienen de la mano de tímidas experiencias que no terminan por asentarse, pero que desembocarán en la siguiente fase: "el periodismo electrónico". Sin más circunloquio se está haciendo referencia al periódico en soporte electrónico (discos magnéticos, discos ópticos³, etcétera) y a los proyectos de investigación técnica y periodística mediante el videotexto -en España se llama Ibertex-, el teletexto, el teleperiódico, el audiotext, el periódico por fax, el NewsPad⁴ o los proyectos de las compañías Xerox y 3M en la creación de un futuro papel electrónico⁵. El primer periódico sobre soporte electrónico en el mundo fue "Viewtel 202" aparecía en marzo de 1979 como complemento del diario "Birmingham Post and Mail" (Reino Unido). Todas estas tentativas desaparecen cuando la tecnología de redes de ordenadores construye lo que consideramos hasta la fecha el único soporte lógico de la prensa electrónica: la red Internet. En 1994, el rotativo británico "Daily Telegraph" pone en esta red su edición digital "Electronic Telegraph". Ese mismo año también aparece en la World Wide Web otro periódico norteamericano con una edición íntegra digital es el "San José Mercury News". En España, fue una revista valenciana, "El Temps", la que también inicia esta actividad en 1994.

Desde el principio existe la conciencia de que es un soporte diferente que exige que la información reciba un tratamiento especial. La influencia del medio sobre el mensaje es trascendental en el periodismo digital. El periódico en red ("on line") es un modelo incompleto precisamente por los continuos e interminables cambios tecnológicos. Los nuevos descubrimientos o simplemente, el perfeccionamiento o las mejoras de las tecnologías informáticas obstaculizan el estudio de los formatos de prensa electrónica o la configuración de posibles modelos definitivos. Por ejemplo, las continuas actualizaciones anuales a las que nos tienen acostumbrados las compañías de software provocan una desigualdad en la percepción de las páginas web mediante navegadores actualizados y preparados para recibir ciertos desarrollos en "html dinámico" de la que las antiguas versiones carecen. Este paradigma tecnológico es delimitado a través de los siguientes parámetros fundamentales para la prensa digital:

1.-Transportabilidad. La velocidad de transmisión y tiempo de carga de los archivos que permiten visualizar una publicación electrónica es variable. Ello depende de diversos factores: velocidad del módem, conexión RDSI, la calidad del servidor, formatos de los archivos, etcétera.

2.- Compatibilidad. La capacidad de un lenguaje universal - "html", "javascript", etcétera- con el que se programa el diseño de la publicación que permite salvar el obstáculo de las distintas plataformas y sus sistemas operativos ("window", "os2", "unix", "linux", etcétera). La creación de acuerdos y convenios entre empresas e instituciones a nivel nacional e internacional es fundamental, en este caso para la adopción de estándares universales.

3.- Formatos. Los múltiples formatos de gráficos, sonidos, películas, formularios, etcétera, que logran cada vez más perfeccionar e incorporar un número mayor de servicios en las páginas web.

4.- Convergencia. Las tecnologías de la comunicación tienden hacia una unificación de todas sus posibilidades mediante la integración de estas. Un ejemplo son la unión de las transmisiones vía satélite y la tecnología de cable óptico para mejorar las comunicaciones. O quizás, la combinación de ordenador portátil, agenda electrónica y teléfono móvil que llamamos "ADL".

5.- Operatividad. Nos referimos a la movilidad que ofrecen los nuevos sistemas de comunicación a sus usuarios. Los sistemas de desvío, entre ellos, la telefonía celular o la transmisión por microondas, los satélites, la comunicación por cable (coaxial u óptico) conectan el planeta eliminando las fronteras geográficas.

6.- Seguridad. Finalmente, resaltamos los importantes trabajos en criptografía informática (ej. "PGP") que equipan a las publicaciones de las firmas y certificados electrónicos. Ello será trascendental para el lector de periódicos electrónicos que obtendrá la absoluta seguridad de la autoría del artículo o del origen de la fuente de información.

Los sucesivos tipos de website que aparecían consecuencia de las innovaciones técnicas nos han hecho pensar en distintos modelos de prensa digital.

Cuando sólo contábamos con los motores de búsqueda en la red, las páginas amarillas o los buscadores -y recordemos también los "metabuscaadores"- eran de las direcciones más solicitadas. Pero estos website mejoraron con una tecnología que lograba ofertar más servicios y dieron paso a los "portales". Según observa Jesús Canga Larequi, César Coca, Eloy Martínez (1999) aunque en la red el número de cabeceras de periódicos es muy alto, los portales conseguían restarle atención. Ello lo motiva la multitud de servicios que ofrecen junto a la información. Para los internautas es más atractivo también porque comienzan a constituir comunidades virtuales.

Las comunidades virtuales: hacia un modelo definitivo de periodismo digital

En este artículo se hace referencia indistintamente al objeto de investigación como "prensa digital", "periódico digital", "prensa electrónica" o "periódico electrónico". Existen importantes estudios sobre el error de estas designaciones, así como lo acertado de otras. No es interés de este artículo abordar ese debate, pero sí resulta necesario señalar que con cualquiera de esos nombres siempre se hace referencia en este artículo al periódico digital en la red Internet.

Como ya se había referido los portales ofrecen servicios de distinta índole, y por supuesto, ellos abarcan el ocio y el entretenimiento. En un portal no sólo encontramos un motor de búsqueda, sino información catalogada por descriptores, "chat", "foros", cuentas de correo electrónico gratuito, etcétera. Esta gran oferta contrasta con el paso siguiente en la evolución de los website: las "sedes verticales". Ellas son páginas muy especializadas en determinados contenidos de información. Las sedes verticales son una respuesta funcional a un exceso de servicios y de información que desorientan al internauta y ralentizan el éxito de su búsqueda. Ahora los nuevos modelos de prensa digital se aproximan más a esta filosofía vertical. Ello es consecuencia directa de la interacción social con el medio.

En este artículo se presenta una reflexión que parte de una premisa fundamental; el modelo de periódico digital no será determinado ni por los periodistas y su práctica profesional, ni por las empresas de comunicación y actividades financieras, ni por los servidores de Internet u otras empresas del sector

técnico, ni siquiera directamente por las directrices de la empresa periodística emisora. Se parte de la idea de un modelo de periódico digital perfilado por la demanda del público patente en el uso de las redes telemáticas. La interacción social será la que configure el modelo del periódico digital. Lo cual conduce a considerar el desarrollo técnico, no como el parámetro más importante, sino como un elemento decisivo para la consolidación. Lo definitivo es la filosofía que mueve el proyecto del periódico digital que la controla la emergencia informativa de las comunidades virtuales constituidas por individuos que se asocian libremente formando grupos en torno al espacio creado por la tecnología de red de ordenadores -especialmente por Internet-. Son virtuales porque ya no son fronteras físicas o políticas las que delimitan su extensión, sino que son las propias relaciones simbólicas que originan el interés común las que los fusionan corporativamente. Este interés es la motivación que activa su asociación y obedece a la necesidad de consumir la materia prima de la sociedad de la información y del conocimiento en las que nos situamos: información. Tratamos con individuos que consiguen en su corporación aquella información idónea que cumple con sus expectativas y exigencias. Los medios de comunicación deben averiguar cuales son estos vínculos informativos que los relacionan para ofertar la información correcta a estas comunidades.

Los periódicos digitales en la red son el resultado de esa demanda informativa con un contorno bien definido. El periodista y la empresa periodística en la sociedad de red sabe bien a quien se dirige y lo que se espera de su trabajo. Estas comunidades están formadas y cada día aparecen otras. Pueden tener un interés humanitario como sucede con comunidades con una especial sensibilidad al medio ambiente (grupos ecologistas), a la justicia política o social (amnistía internacional) o por el contrario pueden no tener pretensiones humanitarias (grupos racistas o xenófobos). Pero el interés de su alianza puede ser muy diverso, pensemos en las comunidades de aficionados al mundo de las motocicletas, de los automóviles, de la literatura, de la cinematografía u otros. A primera vista, parece que se dibuja un amplio campo de posibilidades.

Todas estas comunidades necesitarán de periodistas que informen a la comunidad en los términos que ella desea. La principal característica de estas comunidades será la fuerte relación e interacción del profesional de la información con su lector o perceptor. Otra importante cualidad será el conocimiento profundo que tiene el periodista del perfil (social, político, psicológico, etcétera) de este perceptor a través de su pertenencia o afinidad a determinada comunidad. Para lograr esto, resulta muy importante el estudio de la población de donde procede el público o perceptor de la comunicación. "Los estudios de población buscan una caracterización de ciertos sectores a los que va dirigido el perfil comunicacional, para conocer intereses, necesidades, frustraciones, motivaciones, situación afectiva, principales represiones, edad, cultura ... Conocer la población es caminar con paso firme. Suponer en nombre de una población que creemos conocer, es un error en el trabajo comunicativo". (González, V. 1994:11,13)

Estos estudios se hacen más complejos en cuanto a las comunidades virtuales porque el periodismo digital no será un periodismo específicamente político, ni deportivo, ni financiero, ni científico, en resumen, no será un periodismo especializado tal como podemos entenderlo bajo los esquemas del periódico tradicional. El periodismo en la red ofrecerá una información actualizada elaborada por profesionales que alcanzará una mayor capacidad de respuesta y personalización. Los periódicos digitales tienen la posibilidad de acumular ilimitada información y rompen con la secuencialidad de su antecesor, el periódico impreso. Ya no posee una continuidad en el espacio, y en cierta medida, en el tiempo. El soporte técnico distintivo de la prensa digital le confiere unas propiedades específicas que la diferencian del medio impreso: multimedialidad, ruptura de la secuencialidad -

"hipertexto" e "hipermedio"-, multidireccionalidad, multirrelacionalidad, multidimensionalidad, ruptura de la periodicidad, interactividad y complejidad discursiva.

La interacción comunicativa que distingue el proceso de interpretación de esta prensa entra en contradicción con la tradicional lectura de la prensa escrita ya que el perceptor recibe el mensaje mediatizado por la computadora. Esto le permite una interacción con la información basada en un algoritmo de operaciones comunicativas intermedias hombre-máquina para descubrir finalmente la esencia del texto en función del referente cognitivo del perceptor. No se presenta un texto prioritario donde se aprecie su jerarquía con respecto a anotaciones o comentarios del autor como en la prensa escrita. Este nuevo tipo de lectura asume rasgos de desafío para el perceptor que tiene que crear su propio texto y que al mismo tiempo experimenta un encuentro particular con el emisor, el mensaje y el medio, o sea el ordenador y sus posibilidades de lectura al enfrentarse al texto no lineal que le ofrece la prensa digital. Esto posibilita que el perceptor pueda intervenir de modo más directo en el proceso de comunicación, y que participe más activamente en la comunicación al seleccionar la información que requiere a partir de las alternativas que se ofrecen. El perceptor entra así, en una interacción que lo lleva a colaborar en la elaboración del mensaje que interpreta desde su contexto. "Leer es comprender el texto del escritor en el contexto del lector". (Otero, N.1992:61)

El hipertexto se basa en la similitud del proceso mental de asociación o asociacionismo que realizan los seres humanos, es la simulación por parte de una computadora del asociacionismo de la mente humana. La decodificación del hipertexto impone una nueva forma de leer que aflora como una lectura multilineal basada en el establecimiento de una red de conexiones. La novedad de este método de lectura consiste precisamente en la posibilidad de establecer asociaciones infinitas entre las ideas expuestas, ya que la prensa digital puede almacenar mucha más información que la escrita y ofrecerla de modo selectivo; de manera que las bases de datos ofrecidas permiten ilimitadas asociaciones e interpretaciones basadas en la no linealidad de la lectura del texto. Esto resulta una gran ventaja para el perceptor, que tiene ante sí la opción de recibir información a partir de un recorrido transversal por toda o parte de la información ofrecida en el hipertexto.

La variedad de posibilidades de lectura que ofrece la prensa digital puede basarse no sólo en el hipertexto, también puede ofrecer hiperaudio o hipergráficos en dependencia de si se ofrece información textual, audiovisual o gráfica, lo que bien pudiera considerarse más que hipertexto, hipermedio de interpretación de la información. En estos casos los posibles recorridos a realizar por la información resultan impredecibles y su aleatoriedad está determinada por el horizonte cognitivo y comunicativo individual del perceptor, materializado en su selección de información ya sea en texto, imagen, sonido o movimiento. En general la correcta interpretación de la prensa digital puede exigir el análisis de fragmentos de textos y sus asociaciones y el análisis de informaciones no verbales y sus nexos y connotaciones. En esta interpretación puede influir mucho el código que se use y la forma que este adopte; lo que se manifiesta en el diseño del mensaje, el tipo de letra o signo, su color, línea, textura, composición gráfica, ritmo, sonido, etc.

Independientemente de las bondades de la prensa digital es sabio no hiperbolizar el papel del ordenador electrónico en este medio, no se debe olvidar que el papel predominante en toda comunicación lo tiene la inteligencia humana, independientemente de lo avanzada que sea la tecnología que se use, y en este caso particular se destacan las potencialidades de la mente humana para diseñar publicaciones a las que se vinculen registros de bases de datos cada vez más precisos y actualizados. El almacenamiento electrónico de la información debe aflorar como complemento trascendental de las

herramientas tradicionales usadas por el hombre para comunicarse de modo eficiente. Existen algunos criterios en contra del uso de la prensa digital que intentan fundamentar su posición con el argumento, entre otros, de que su accesibilidad es limitada pues no todas las personas tienen posibilidad de usar un ordenador y es un hecho que el hombre aún sigue recurriendo a la lectura de la prensa escrita porque además de la limitante de la accesibilidad la lectura de textos digitales es más lenta y agotadora que la de textos impresos y esto se debe a la fatiga visual que puede presentarse por un uso prolongado del medio. Independientemente de la probabilidad de certeza total de esa información las bondades que ofrece la prensa digital convencerán por sí solas sobre su riqueza y perspectivas.

Otro argumento en contra del éxito de la prensa digital es que la no linealidad del texto exige una implicación mayor en la construcción de la lectura y una preparación mayor en el tratamiento de la información ya que la efectividad de la lectura dependerá en gran medida de las potencialidades individuales para hacer uso de los enlaces con otras páginas y referencias cruzadas, lo que limita su difusión y exige determinada preparación del público, por lo que su consulta no alcanza los niveles de generalización que son tradicionales en la prensa escrita. Si bien esto puede ser cierto y realmente puede resultar compleja la navegación en la consulta de la prensa digital, el medio permite tal ampliación de los horizontes del receptor y le ofrece informaciones tan diferentes sobre un mismo tema y de tan diversas fuentes que estimula en gran medida la capacidad de análisis valorativo del receptor y evita una visión unidireccional sobre el tema en cuestión, por lo que el medio se distinguiría por dirigirse a receptores cada vez más capaces. Además cada vez son más numerosos los grupos de personas que se capacitan para ser internautas eficientes, y el propio prestigio del medio fomentará la concientización de los individuos sobre la necesidad de aprender a navegar en Internet, lo que les facilitará la consulta de las publicaciones electrónicas.

Otro aspecto a favor de la prensa digital es que ofrece una vía de acceso a otra dimensión de la comunicación, ya que ofrece infinidad de oportunidades interactivas al presentar la comunicación con retroalimentación inmediata por un mismo canal comunicativo. Esta retracción comunicativa⁶ posibilita un proceso de comunicación circular interactivo por e-mails o chats que interactúa en una misma dimensión temporal. Esta simultaneidad de establecimiento de comunicación emisor-receptor permite incluso una adaptabilidad o negociación comunicativa en un mismo tiempo de enunciación lo que enriquece significativamente las potencialidades de eficiencia comunicativa entre emisores y receptores aspecto que es imposible de lograr con igual inmediatez por la prensa escrita.

"Esta estructura tecnológica en la cual el mismo individuo es el destinatario y el destinatario de sus propios mensajes y de los producidos y recibidos por otros individuos - también destinatarios y destinatarios- es capaz de producir un texto de muchos estratos y semióticamente heterogéneo con las posibilidades de entrar en complejas relaciones e integrarse con el contexto cultural circundante. Pero también con el efecto perjudicial o beneficioso-está por ver-, de que no sólo transmite la información instalada en él desde fuera, sino que una vez que entra en la red tiene la capacidad de transformar otros mensajes y a su vez generar otros nuevos." (Contreras, F. 2000: 58)

Las características de la prensa digital deben valorarse con detenimiento y el reconocimiento de sus ventajas no debe llevar a un apasionamiento tecnológico que impida ver algunos puntos críticos que no demeritan en modo alguno los efectos positivos que ofrece. Se exhorta a hacer un uso inteligente de la tecnología y la riqueza de la imaginación humana para fomentar la construcción civilizada de un mundo mejor, de modo que se pueda lograr un acceso democrático a la información en el nuevo milenio.

Llegado a este punto, cabe una última reflexión y análisis. Los detractores del periódico digital básicamente fundamentan sus opiniones en la falta de un modelo propio y en la repetición de los viejos esquemas del periodismo impreso en la versión electrónica. "Ahora la llegada del lenguaje electrónico somete al hombre a nuevas formas de conocimiento. Oralidad, escritura y lenguaje computacional parcelan grandes períodos históricos de la humanidad y revelan la necesaria evolución del hombre y de los medios de comunicación. Hoy la escritura es una pantalla frente a la cual el hombre reordena el mundo". (Gómez B; y Castillo M. 1999:83)

La prensa digital no equivale a escribir para poner en pantalla un mensaje de la misma forma que se escribía para la prensa escrita tradicional, el nuevo medio reclama un tratamiento nuevo, diferente; para poder ser explotado en su totalidad. Sin embargo, de hecho, muchos periódicos impresos sólo han vertido sus contenidos en la red para elaborar su edición digital. No obstante, por simples que sean, el hecho de presentarse en el soporte electrónico ofrece posibilidades técnicas al perceptor que le confieren ventajas innegables con respecto al medio impreso.

Urge reconocer que la escritura para la prensa digital no se reduce a una transferencia de la prensa escrita a la pantalla del ordenador, es mucho más que eso. Exige una correspondencia entre las potencialidades del medio, el estilo del emisor, y las necesidades comunicativas de la comunidad virtual.

El desarrollo de la prensa digital ha obligado a reconsiderar las características distintivas de la lectura de la prensa escrita en cuanto a la linealidad y jerarquía seguida en la interpretación del texto. Esto ha contribuido al nacimiento de una nueva conceptualización de texto, lectura, escritura e interacción comunicativa que debe pasarexitosamente y rápidamente por la metamorfosis de concepto nuevo por comprender a concepto ya interiorizado, aceptado y aplicado por parte de los perceptores en las respectivas comunidades virtuales. La movilidad del tejido textual posibilita el análisis de la información de modo multilineal, esto parte del reconocimiento de que la organización del texto va a estar determinada por el horizonte cognitivo y comunicativo del perceptor o sea por sus conocimientos previos y sus habilidades comunicativas y esto puede hacer surgir sentidos diversos en la interpretación de los textos. "De la lectura monológica... se pasó a la lectura como descubrimiento, como búsqueda del sentido del discurso unívoco. El texto tenía un solo sentido que el lector debía encontrar. Hoy el texto es un acertijo que hay que descifrar, donde los laberintos de la significación permiten diversos senderos". (Gómez B; y Castillo M. 1999:82)

Entre otros, los profesores Javier Díaz Noci, María José Pérez Luque, Emy Armañanzas y Jesús Canga Larequi muestran una tendencia clara a confirmar que el periódico digital constituye un medio de comunicación nuevo. Es por ello que quizás sea un esfuerzo inútil analizarlo o estudiarlo según las teorías que articulan la tecnología de la información escrita. Si se aborda el análisis de la prensa digital desde el prisma seguido para el análisis de la prensa escrita tradicional, entonces estas reflexiones no conducirían a ningún sitio.

Para triunfar en la creación del modelo definitivo de periódico digital es imprescindible no establecer relaciones con el periódico impreso, tal como no se hace entre el periodismo televisivo o radiofónico y el periodismo escrito e impreso. Aunque entre el periodismo electrónico y el periodismo impreso haya más denominadores comunes. Sobre ello, opinaba Orlando Sentinel, del grupo "Chicago Tribune", que la tarea del futuro periodista consistirá en llegar al lugar de la noticia transmitir radiofónicamente los acontecimientos; con ordenador portátil y un teléfono móvil actualizar la noticia y su evolución en la página web de su periódico digital; y finalmente, cuando llegue a la redacción, el periodista más sosegadamente reflexionará en profundidad sobre los acontecimientos y redactará reflejando su

opinión en las páginas del periódico impreso que se editará al día siguiente (Arias, J.2000:38). Ello es un impecable ejemplo del futuro periodista multimedia.

La novedad de la prensa digital exige también novedad en la interpretación de la información que se ofrece, y preparación al respecto por parte del receptor para poder explotar adecuadamente el caudal informativo que se ofrece y poder posteriormente operar y aplicar dicha información. Todo esto impone un cambio de mentalidad con respecto al nuevo medio ya que la comunicación que propicia difiere en gran medida de la comunicación que se establece a través de la información escrita.

Interpretación del discurso científico en publicaciones periódicas virtuales

Un estudio interdisciplinar basado en la semiótica, la lingüística, la sociología, la psicología y las teorías de la comunicación y de la información, ha permitido llegar a ciertas conclusiones sobre el comportamiento de una comunidad virtual en la interpretación del discurso científico en sus publicaciones periódicas virtuales. La idea de comunidad frente a la información no es nueva. Pierce, Morris o el propio Eco ya hablan de comunidades "interpretantes". La interpretación de un texto es abierta, porque los individuos producen de sus lecturas significados y sentidos distintos. Sin embargo, aunque las lecturas presentan un número ilimitado de posibilidades -cabría pensar que tantas como individuos haya- lo que realmente surge, es un número limitado de interpretaciones debido al consenso aceptado por individuos que forman comunidades interpretantes.

Generalmente se ha considerado que el discurso científico que aparece en la prensa escrita tradicional posibilita una interpretación predeterminada por la intención del emisor y que no se complica con exquisiteces lingüísticas, lo que no equivale a decir que esté ausente de belleza, sino que no se distingue por un uso frecuente de lenguaje rebuscado, ya que su intención general es ser preciso y directo. Por tanto, se ha dicho que el discurso científico en la prensa escrita se ha distinguido siempre por su sentido recto, y su transparencia, pero estos presupuestos se tambalean ante la demoledora movilidad del tejido textual de la prensa digital, lo que permite un nuevo sentido en el tratamiento del discurso científico en este tipo de publicaciones.

La facilidad que proporciona este medio para el establecimiento de conexiones con otros textos científicos relacionados se manifiesta generalmente en la presentación de hipertextos cuya comprensión depende de la conexión con otros textos que den definiciones, explicaciones causales, cronológicas, evaluativas, jerárquicas, deductivas, ilustrativas, de propósito o de precisión⁷ que resultan importantes para una mayor comprensión del texto. Estas explicaciones se usan para justificar, especificar, aclarar; ratificar o refutar algo dicho en el texto principal⁸ o incluso pueden ofrecer datos de autoridades individuales u organizaciones relacionadas con el tema, correo electrónico y opciones de comunicación.

Otro aspecto relevante es la frecuencia y uso que adopta la descripción en el discurso científico de la prensa digital. Investigaciones realizadas⁹ reflejan que la descripción es el recurso comunicativo funcional con mayor frecuencia de uso en el discurso científico en la prensa escrita sin embargo su frecuencia disminuye considerablemente en la prensa digital debido entre otras razones a la posibilidad de visualizar la información requerida por el receptor, por lo que no resulta necesario recurrir exclusivamente al lenguaje verbal escrito para referirla. La posibilidad de remitir a la consulta de imágenes ahorra muchas descripciones, además de que se ha probado que la imagen es más del agrado del receptor que el texto descriptivo, ya que la información visual ofrece más rápidamente todos los detalles y posibilita al receptor la creación de su propia apreciación sobre la información en vez de imponerle la creación de una imagen a partir de la visión del emisor reflejada en su

descripción. Además el empleo de imágenes enriquece las posibilidades de precisión en la apreciación comunicativa de los perceptores.

El surgimiento del medio digital ha hecho que el discurso científico en la prensa adopte nuevas cualidades, que dan paso a una lectura multilineal producto de la correlación texto-discurso-horizonte cognitivo que se manifiesta en el uso de actos de habla más directos, en informaciones concretas sin explicaciones ilustrativas en el texto principal, recurso frecuentemente usado en la prensa escrita. La centralización en un tema específico que distingue al discurso científico de la prensa escrita se diluye en la prensa digital ante la opción de que el perceptor pueda focalizar el tema central según la intención del emisor pero desviarse hacia otros temas relacionados que pueden en última instancia resultarle más interesantes o necesarios. Esta multiplicidad de comportamientos interpretativos complejiza la responsabilidad del emisor del discurso científico, ya que si bien puede prescindir de explicaciones terminológicas en la prensa digital y ofrecerlas en textos anexos, tiene que partir de un supuesto plan lógico de posibles asociaciones cognitivas que sustenten su discurso. Esa tarea es bastante árdua dada la amplia gama de horizontes cognitivos e interpretaciones posibles y las exigencias de una comunidad virtual basada en el interés por la ciencia y acostumbrada a la precisión del lenguaje científico de la prensa escrita tradicional.

De hecho, se detectan modificaciones en el discurso científico usado en la prensa digital en cuanto a uso de patrones retóricos, selección de exponentes lingüísticos y actos de habla predominantes. Esto puede deberse a la suposición de conocimientos previos o a la certeza del dominio de habilidades de navegación que facilitarán a estos internautas la correcta conexión con los textos e informaciones requeridas para llegar a la adecuada interpretación del discurso.

La posible habilidad de asociación que debe tener el internauta se agudiza en cuanto a la apropiación y uso de información a partir de la consulta del discurso científico usado en publicaciones periódicas digitales. En la prensa escrita se ha velado tradicionalmente por el manejo riguroso de datos, estadísticas etc, sin embargo no se ha apreciado gran frecuencia de aparición de este tipo de información en el discurso científico digital. Se aprecia predominio de referencias cualitativas pero sin ofrecer exactamente datos precisos cuantitativos. Una causa de esto puede ser la inmediatez de la información que caracteriza este medio, su movilidad y constante actualización, lo que pudiera obligar a una revisión más frecuente de la información estadística. Otra causa pudiera estar dada por la relación entre la inmediatez de la información ofrecida y el secreto profesional establecido con respecto a los resultados investigativos referidos por instituciones oficiales y centros de investigación. La prensa escrita generalmente divulga datos ya autorizados y reconocidos y recurre más a recursos lingüísticos cuantitativos. Esta reflexión no significa que en general se considere que el nivel de precisión del discurso científico en la prensa digital disminuye con respecto al de la prensa escrita, pero sí se cree que de hecho se modifica y adopta otras modalidades de referencias lingüísticas.

Realmente la asociación de información que posibilita la prensa digital pone al emisor ante una tarea comunicativa desafiante, cada perceptor puede necesitar, consultar o crear un corpus indefinido de textos a partir de lo que se le ofrece. Si bien la concepción del perceptor activo durante la interpretación de la prensa escrita puede derivar en variedad de mundos interpretativos, esta posibilidad se agiganta y de hecho se propicia en la prensa digital. No obstante, en el discurso científico de la prensa escrita los patrones retóricos del género y los actos de habla usados generalmente contribuyen a una lectura lineal del texto, que permite una interpretación orientada por el emisor. Sin embargo, la prensa digital nos coloca ante una lectura donde la interpretación pasa a ser guiada por el uso de la

intertextualidad que decida el perceptor.

Esta visión reconceptualiza la percepción del discurso científico y su interpretación desde un prisma pragmalingüístico, donde la intención del emisor se fusiona con la del perceptor de manera que interactúan en la determinación del efecto comunicativo. De modo que el aspecto perlocutivo del mensaje estará determinado en gran medida por las características del perceptor; lo que revitaliza su papel en el acto comunicativo y redimensiona su relevancia. Este fenómeno comunicativo con estos nuevos matices emerge en la lectura del discurso científico en la prensa digital e impone retos interpretativos que resultan inusuales en la interpretación de este tipo de discurso en la prensa tradicional.

Los nuevos medios, procesos de comunicación y discursos demandan nuevas conceptualizaciones. Ante los desafíos comunicativos que emanan de la prensa digital el hermetismo del discurso científico se cuestiona, se redescubre y se abre en un nuevo soporte tecnológico. El emisor ausente del estilo de este género pasa a identificarse en matizadores pragmáticos que asoman entre los textos, así mismo los emisores pasan a fundirse con los perceptores en el periodismo digital para ser testigos del advenimiento de un discurso diferente al de la prensa escrita pero tan válido o más que este desde el punto de vista comunicativo y creativo.

Se viven momentos de transformaciones que exigen la sustitución de la resistencia al cambio por una flexibilidad racional ante lo nuevo. "Los cambios que producen pavor en este tercer milenio desembocan en la tecnología de nuestra época: la tecnología de la información y de la comunicación y la tecnología del conocimiento, ambas de naturaleza digital. Estas tecnologías digitales con corazón de silicio (microships) son la base revolucionaria de las transformaciones que en este inicio de siglo comienzan a vislumbrarse". (Contreras, F.2000:49)

Ante las transformaciones conceptuales que se derivan de los avances tecnológicos de hoy, constituye un impostergable reclamo del tercer milenio complementar el corazón de silicio con la chispa de la creatividad inherente al cerebro humano sin perder de vista la dimensión afectiva del corazón del hombre y el valor de su especie, para seguir descubriendo y aplicando constructiva y civilizadamente las potencialidades que ofrecen las nuevas tecnologías de información y comunicación para interpretar y crear discursos en correspondencia con el arsenal cognitivo y afectivo de la dimensión humana y social del siglo XXI.

CONCLUSIONES

El soporte electrónico ofrece posibilidades técnicas que le confieren ventajas innegables a la prensa digital con respecto al medio impreso, tales como multimedialidad, multisequencialidad, multidireccionalidad, multirrelacionalidad, multidimensionalidad, ruptura de la periodicidad e interactividad. No obstante, existen detractores del medio que intentan argumentar sólidamente su posición.

Las características de la prensa digital influyen en la interpretación de la información que se presenta y exigen cambios en su tratamiento. Se impone una reflexión profunda sobre el tema y una continuidad en su estudio para llegar a conclusiones más sólidas. Se evidencia que es urgente un cambio de mentalidad para abordar este medio desde la óptica que merece y no desde el prisma valorativo de la prensa escrita.

Se aprecia que la presentación y frecuencia de los patrones retóricos y estructuras pragmalingüísticas distintivas del discurso científico en la prensa digital difieren de las que predominan en la prensa escrita y requieren una nueva forma de interpretación.

Notas:

- 1 Filmadoras de tubo de rayos catódicos.
- 2 Término tomado de Gonzalo Peltzer (1991).
- 3 En España, tuvimos la primera experiencia del ABC en 1993.
- 4 Proyecto multimedia iniciado por "El Periódico de Catalunya" que se transmitía por medios digitales a visores portátiles.
- 5 Para profundizar sobre estas tecnologías, veáse Armentia, J. A./Elexgaray, J./Pérez, J.C., 1999:201-209.
- 6 Término tomado de A. J. Greimas y J. Cortés (1986): *Semiotique*. Paris.
- 7 Términos tomados de M. H. Trujillo (1999).
- 8- Usos de la explicación referidos en M. H. Trujillo (1999).
- 9- Los resultados de la investigación de J. Swales aparecen publicados en *Examining explanation papers in English Language Research Journal* (1982) .

Bibliografía:

- Arias, J (2000): "Reporteros multimedia, la última moda", en EL PAIS, 17/6/00, p:38.
- Armentia Vizuete, J.I/Elexgaray Arias, J./Pérez Fuentes, J.C. (1999): *Diseño y periodismo electrónico*, Gipuzkoa, Euskal Herriko Unibertsitatea Argitalpen Zerbitzua.
- Bottero y otros (1995): *Cultura, pensamiento y escritura*. Barcelona, Gedisa.
- Canga Larequi, J./Coca, C./Martínez Rivera, E./Cantalapiedra, M.J./Martínez Odriozola, L. (1999): "Del umbral al portal", en ZER, Nº 6, pp:119-136.
- Cebrián Herreros, M. (1999): "Dimensión idiomática del idioma", en *Ambitos*, Nº 2, enero-junio, pp:23-37.
- Contreras, F.R. (2000): *Nuevas Fronteras de la Infografía. Análisis de la imagen por ordenador*. MERGABLUM. Edición y Comunicación. Sevilla.
- Díaz Noci, J/Meso Ayerdi, K.(1999): *El periodismo electrónico*, Gipuzkoa, Euskal Herriko Unibertsitatea Argitalpen Zerbitzua.
- Eco. U. (1999): *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona, Lumen.
- García, M.R.(1997): *Redesigning Print for the Web*. Indianápolis, Hayden Books.
- Gómez, B. y Castillo, M.(1999): "Teoría y Didáctica de la Literatura" en *Cuadernos Pedagógicos No.9*. Universidad de Antioquia. Facultad de Educación, pp:81-103.
- González Castro, V. (1994): *Ese misterio llamado público en El Arte de Comunicarse II*. Colección Trilce. Ciudad de La Habana.
- Greimas, A.J. y Cortés, J.(1986):*Semiotique*. Paris: Hachette.
- Nosty Díaz, B. y otros (1987):*La nueva identidad de la Prensa*. Madrid, Fundesco.
- Otero, N.(1992) *Semiología de la lectura*. (CERLAC). Bogotá.
- Petzler, G. (1991):*Periodismo iconográfico*. Barcelona, Rialp.
- Pfaffenberger, B./Wall, D. (1997):*10 Secretos para el éxito en la Web*. Madrid, Paraninfo.
- Pérez-Luque, M.J. (1998):*El periodismo y las nuevas tecnologías*, Navarra, Newbook Ediciones.
- Raimondo Cardona, G. (1994): *Antropología de la escritura*. Barcelona, Siegel, D. (1997): *Técnicas avanzadas para el diseño de páginas web*. Madrid, Anaya Multimedia.
- Sullivan, P. (1987):*Les graphiques de Journaux*. Darmstadt, IFRA.
- Swales, J. (1982):*Examining explanation papers in English Language Research Journal*.
- Trujillo Fernández, M.H.(1999): *Propuesta psicolingüístico-pedagógica de los actos de habla fundamentales del discurso científico*. Tesis de Doctorado. Ciudad de La Habana.

Enlaces:

- Armañanzas, E. (consultado 11/1/00): "El periodismo electrónico, resultado de una globalidad económica y social", en <<http://www.pd.lp.ehu.es/laboratorio/emyl.htm>>
- Díaz Noci, J. (consultado 17/1/00): "¿Hacia donde va el periodismo en Internet?", en <<http://www.pd.lp.ehu.es/laboratorio/>>
- Díaz Noci, J. (consultado 5/2/00): "El periódico electrónico y el discurso informativo multimedia:fuentes, redacción y confección", en <<http://www.pd.lp.ehu.es/laboratorio/>>
- Fernández, C.(consultado 20/3/00) "Internet: Puerta de acceso a múltiples oportunidades". En *Razón y Palabra*. Número 10, Abril-Junio 1998. <<http://www.razonypalabra.org.mx>>
- Guillem Bach, C. (consultado 20/2/00): "Prensa a la carta: situación actual y posible evolución" en <<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>>
- Pérez Luque, M.J. (consultado 20/2/00): "El reto de crear noticias online. Análisis de la comunicaciónonline actual y perspectivas de futuro", en <<http://www.mmlab.unav.es/>>

Dra. María Heidi Trujillo Fernández

Profesora Auxiliar y Coordinadora del Proyecto de Superación en Lenguas y Comunicación Profesional del Instituto Superior Politécnico "José A. Echeverría". Ciudad de La Habana. Cuba.

Dr. Fernando Ramón Contreras

Profesor de Tecnología de la Información Electrónica de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, España, Profesor de Periodismo Digital de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, España. Miembro Oficial del Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación de la Junta de Andalucía y miembro de la Asociación Semiótica Española y de la IAMCR.

