

Por Antonio López Hidalgo

Resumen: 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. La supervivencia de los actuales géneros periodísticos, la vigencia de la pirámide invertida, la búsqueda de soluciones visuales para contrarrestar las limitaciones de la lectura en la pantalla, son algunas de las cuestiones que planteo en este ensayo.

Artículo

La aparición de géneros y subgéneros periodísticos complementarios no es un fenómeno vivido aisladamente en la prensa escrita durante los últimos veinte años. Como consecuencia, no son un patrimonio de la prensa escrita, sino que su método ha sido también imitado en la Red, aunque en este caso de manera más sofisticada, atendiendo a las características del medio. (López Hidalgo Antonio, 2002) Las posibilidades que ofrece el hipertexto electrónico ha facilitado que la puesta en marcha de los textos complementarios, sea ya no sólo una realidad sino una señal de identidad para ofrecer información al usuario. Información, además, que encuentra nuevas vías de proyección a través de la infografía animada y de nuevos géneros periodísticos en los que el usuario puede participar gracias a la interactividad que ofrece este nuevo medio. Los diarios digitales también han sabido adaptar a este soporte la mayor parte de los géneros tradicionales tanto informativos como de opinión.

La estructura del hipertexto electrónico

Vannevar Bush fue quien anunció la idea del hipertexto en 1945. Basándose en el funcionamiento de la mente, Bush propuso un índice asociativo en el que los textos mantenían relación entre sí, independientemente de la clasificación jerárquica. Lo que hizo fue abrir paso a la configuración de la textualización virtual, con la concepción de bloques de textos unidos por enlaces electrónicos y dispuestos en forma de red. Pero fue Theodor Nelson quien, en los años setenta, acuñó el término “hipertexto” para expresar la idea de escritura/lectura no lineal de un sistema de informática. Según Nelson, el hipertexto representa la “escritura no secuencial; es decir, aquel texto que se ramifica y permite al lector elegir entre distintas posibilidades de información complementaria”.

Pese a las ventajas y posibilidades que ofrece el hipertexto, otros autores sólo ven la otra cara de la moneda. Éste es el caso de Giovanni Sartori que, en el apéndice de su ya más que conocido *Homo videns*, afirma contundentemente:

“En la cultura del libro el desarrollo es lineal, lo cual significa que el libro enseña consecutivamente, coherencia de argumentación, o por lo menos construcción consecutiva de los argumentos. El hipertexto en cambio es un texto interactivo que acompaña al texto escrito con sonidos, colores, figuras, gráficos, animaciones. Y su característica central es que ya no tiene consecutivo: el usuario lo puede recorrer en el orden que prefiera, es decir, sin orden (y la elección es más fácil).» (Sartori, Giovanni: 1991, pp 187-188)

En la cultura del libro, en efecto, el desarrollo es lineal, pero hace ya algunos años pudimos observar tímidos, pero atrevidos, intentos por romper la consecutio a la que hacía referencia Sartori.

El escritor argentino Julio Cortázar escribió una novela memorable, *Rayuela*, que convulsionó a toda una generación de jóvenes que aspiraba a dedicarse al periodismo y a la literatura. A su manera, explicaba el autor, el libro era muchos libros, pero sobre todo era dos libros. Por tanto, el lector quedaba invitado a elegir entre dos posibilidades. El primer libro se dejaba leer en la forma corriente –es decir, empezando por el primer capítulo, después el segundo y así sucesivamente- y terminaba en el capítulo 56, al pie del cual había tres vistosas estrellitas que equivalían a la palabra Fin. Por consiguiente, Cortázar aconsejaba al lector que prescindiera sin remordimientos de lo que seguía. El segundo libro se dejaba leer empezando por el capítulo 73 y siguiendo luego en el orden que se indicaba al pie de cada capítulo.

Ésta era, en cualquier caso, una de las muchas bromas a las que nos tenía acostumbrados el ingenioso escritor argentino. Pero sin lugar a dudas, más allá de la broma literaria y sin que él tuviera conciencia de su papel de precursor en estos temas, esta estructura nueva y divertida era de alguna manera el primer peldaño de una escalera que tan sólo unos años después la prensa diaria haría suya enlazando distintos textos de un mismo tema con métodos distintos: bien troceando la información principal, bien añadiendo a ésta textos documentales, informaciones gráficas o infografías.

Sin embargo, aunque este método de enlazar informaciones principales con textos complementarios se ha hecho común y cotidiano desde hace casi treinta años, también es cierto que ya en la primera mitad del siglo XX, podíamos encontrar esta fórmula de relacionar textos periodísticos, si bien es cierto que de manera bastante aislada. Pero tanto en la obra de Cortázar como en los textos complementarios de la prensa escrita se rompe la consecutio. Los diarios digitales harán suya también esta técnica de trocear y enlazar textos. En este caso, a través del hipertexto electrónico.

De todos modos, no todos los autores comparten la mirada crítica y pesimista de Sartori. Javier Echeverría (2000), para definir el término hipertexto, acude a Nelson, quien se refiere a éste como a “una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario”.

Javier Echeverría añade que, con la aparición de los ordenadores multimedia, esos nexos no sólo tienen lugar entre palabras, sino también entre sonidos, imágenes y datos: “En lugar de seguir el orden de las páginas de un libro, de las hojas de un periódico, de los compases de una melodía o de la secuencia de un film, el hipertexto proporciona múltiples hilos para recuperar la información en función de los intereses concretos del usuario. Esto tiene múltiples consecuencias en el caso del periodismo electrónico...” (Echeverría, Javier, 2000)

De cualquier manera, tampoco es de extrañar la actitud crítica de Sartori, porque el pensamiento secuencial es un concepto muy arraigado en la cultura occidental desde hace algunos siglos. Este pensamiento es deudor de la filosofía de Thomas Hobbes, quien, en su *Leviatán*, explica cómo “por secuencia o encadenamiento de pensamiento entiendo esa sucesión con que un pensamiento se sigue de otro, y que, para distinguirla del discurso de palabras, recibe el nombre de discurso mental”. Para Armañanzas, Díaz Noci y Meso, sin embargo, el modo en que estos pensamientos se encadenan no es siempre el mismo, y en todo caso es cada persona la que decide cuál es el camino que seguirá. En este sentido, aseguran que tradicionalmente se ha considerado que el texto se construye de una manera secuencial, pero que en algunos tipos de texto, por ejemplo en las producciones científicas, esta estricta secuencialidad se rompe con las notas al pie, ya que “hemos de saltar de un texto (el relato principal) a otro (el de cada una de esas notas), encadenados en determinado punto, para aclarar, por ejemplo, alguna cuestión oscura, para conocer cuál es la referencia de una cita o para ampliar información al respecto. (ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier y MESO, Koldo: 1996, pp.62-63.)

De cualquier manera, compartamos uno u otro punto de vista, está claro que el hipertexto electrónico nos permite elaborar textos principales de breve extensión y enlazarlos con otros textos periodísticos complementarios y, por tanto, es la mejor solución para un periódico electrónico, ya que puede asemejarse más a la estructura del pensamiento humano, creando una red de nodos y enlaces. Los enlaces pueden tener distintas funciones y ser de distintos tipos. Puede ser un enlace textual, palabras o frases, que lleva a otras palabras, frases o textos. Otros enlaces son los iconos, que al ser pulsados por el ratón, o por el dedo en las pantallas táctiles, remiten a otras informaciones, tanto textuales, icónicas como sonoras. El icono es más fácil de identificar como enlace que el texto-enlace. Además de los enlaces, un sistema de hipertexto debe reunir otros elementos, como las ventanas, cuyo aspecto visual en seguida invita al usuario a asomarse para acceder a otras informaciones. Armañanzas, Díaz Noci y Meso, citando a J. Conklin, muestran también la posibilidad de que la información pueda recuperarse siguiendo tres caminos: a) Siguiendo los enlaces y abriendo ventanas para acceder a la información; b) Haciendo búsquedas mediante palabras o descriptores; y c) Usando un visualizador o “browser”, término inglés extendido en la jerga informática”. (ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier y MESO, Koldo: 1996, pp:64-65)

Nuevas formas narrativas para la Red

Desde luego, el avance del periodismo digital está planteando ya la necesidad de encontrar nuevas fórmulas narrativas y formales específicas para el medio, que no estén tan estrechamente vinculadas a los diarios impresos como hasta ahora. La supervivencia de los actuales géneros periodísticos, la vigencia de la pirámide invertida, la búsqueda de soluciones visuales para contrarrestar las limitaciones de la lectura en la pantalla son algunas de las cuestiones que se plantean. Los elementos de la titulación, naturalmente, tampoco escapan a estas nuevas formulaciones, pues si es patente que en un primer momento los diarios digitales suprimieron buena parte de estos elementos, más cierto parece en nuestros días el uso de todos y cada uno de los elementos de la titulación, que no sólo se hace necesaria sino imprescindible para avivar la lectura de los textos periodísticos.

En la red desaparece la diferencia entre medios impresos, sonoros y audiovisuales. La web de un periódico puede ofrecer la reproducción sonora de unas declaraciones; mientras que la página web de una cadena de televisión puede ofrecer todos los textos correspondientes a las informaciones del día. Armentia Vizuetete y Caminos Marcet escriben al respecto: “Es por ello, por lo que todavía no se sabe muy bien cuál es el formato que deben de adoptar las informaciones en este nuevo medio y por lo que, de momento, se tiende a reproducir en la página web el diseño del propio diario”. Y añaden: “La prensa ha trasladado, por lo general a la red, unas técnicas de presentación muy similares a las empleadas sobre papel. Algunas emisoras de radio, mediante la utilización de la aplicación Real Audio, realizan sus emisiones a través de la red. Otras, sin embargo, únicamente ofrecen información referente a sus contenidos. La televisión es la que todavía se encuentra algo rezagada frente a la prensa y la radio, debido en gran parte a las limitaciones de resolución de la imagen en movimiento enviada a través de red”. (ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio y CAMINOS MARCEL, José María: Guipúzcoa, 1998, p. 281.)

La pantalla soporta bastante peor la lectura que el papel. Por ello, Jacob Nielsen recomienda que los textos para la web sean la mitad de largos que los destinados a la impresión en papel. Además, los lectores de papel acostumbran a mirar primero el conjunto de la página, observando qué temas aparecen en ella para después decidir cuál o cuáles de ellos comenzarán a leer. Todas estas cuestiones han llevado a algunos estudiosos del periodismo digital a plantearse la posibilidad de crear un estilo de escritura propia para la red.

Otros plantean ya una redefinición de los géneros periodísticos. De hecho, Manuel Gago hace hincapié en la necesidad de modificar las estructuras textuales de la información para su utilización en la Red. En este sentido, Nielsen aconseja mantener el esquema de la pirámide invertida, pero sostiene que una de las características de estos nuevos relatos debe ser la brevedad, despojando al nuevo texto de ese largo cuello explicativo o de esos párrafos de contexto que el lector ya puede encontrar en la red mediante un simple clic. Además, el periodista que escribe para un periódico en papel ve su estilo influenciado por la necesidad de ocupar un determinado espacio dentro de la propia página del diario. Esta limitación no tiene por qué existir en un documento web, en el que la noticia tendría su longitud necesaria, en función de criterios puramente informativos.

En cualquier caso, ya no es suficiente con que los medios de comunicación se dediquen a “volcar” los textos escritos para la prensa, radio o televisión en este nuevo canal. Los nuevos textos periodísticos, pensados para el periodismo digital, deberán modificar sus estructuras textuales para conseguir una perfecta sintonía entre estructura textual y canal de comunicación. La propia experiencia nos enseña que no es cómodo leer en la pantalla, si bien es cierto que ignoramos si algún día, sobre todo para las nuevas generaciones, dejará de serlo. Mientras tanto, la red ya es un soporte donde podemos informarnos cada día de la actualidad más inmediata y de la actualidad más permanente. La prensa de Estados Unidos, obviamente, fue la primera en utilizar Internet como una plataforma tecnológica para difundir noticias. Hoy es una práctica generalizada en todos los países del mundo. Pero esta presencia de la prensa en la red ha tenido su propio recorrido.

En cualquier caso, no cabe duda de que los diarios digitales han creado una nueva retórica. Como afirma Lizy Navarro Zamora en <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>, la utilización de las redes telemáticas para poner a disposición del usuario del periódico on line la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, de lo que se considera un nuevo medio informativo, han conformado una nueva retórica con unas características específicas:

-En primer lugar, ha sustituido las páginas por secciones, porque el concepto de página deja de tener sentido y se asimila al concepto de sección. Tampoco existen páginas pares o impares.

-No existe la noticia a un determinado número de columnas, como ocurre en la prensa escrita. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación (primera, segunda, tercera pantalla). Se ha perdido la noción de columna y se jerarquizan mediante titulares, secciones y sumarios. La jerarquización de las noticias, por tanto, se plantea como una de las tareas más importantes para el periodista de un diario digital.

-El interés de la noticia no estará determinado por el ámbito geográfico, sino por otros aspectos como la proximidad temática, afectiva, ideológica, política o social.

-Las posibilidades del diario digital no se limitan a un contenido tradicional, sino que la búsqueda de información se amplía al chat, las cartas, foros de debate, etc.

-Pero no existen cambios en el fondo, ya que el diario digital recurre a los conceptos claves de la redacción periodística de selección, valoración, interpretación, opinión y contextualización para comunicarla de manera correcta al lector, como tampoco existen diferencias a la hora de clasificar los géneros periodísticos en informativos y opinativos.

Expuesto lo anterior, podemos afirmar que el periodismo en línea ha comenzado a buscar y a encontrar fórmulas propias para ofrecer información al lector. Busca su propio lenguaje y sus nuevos géneros, o bien, la adaptación de los ya conocidos al nuevo soporte. Partiendo de que la prensa escrita ha encontrado formas visuales para hacer atractivos sus propios textos a través de formatos de lectura rápida -formatos de lectura en doble velocidad y gráficos-, las ediciones digitales continúan explorando esa brecha ya abierta en el papel, troceando textos, diferenciando actualidad y contexto. Para llevar a cabo estas funciones dispone de herramientas como el hipertexto electrónico, que permite al usuario ir de un mundo a otro nuevo, de interrelacionar el presente con un tiempo pretérito y el porvenir. Tampoco la etapa actual del periodismo en línea es su fase final, sino sólo un tramo de su historia que ahora vivimos y que probablemente en sólo unos años sea otra nueva etapa de una historia más extensa que escribimos día a día.

Distintos autores consideran que el formidable avance electrónico ha invadido cuanto toca, de manera que hay quienes creen que se ha creado un idioma a la luz de Internet. Pero Alex Grijelmo: en <http://www.cgcnet.org/nuestroidioma/hemeroteca/ciberlenguaje.html>. defiende que los fenómenos lingüísticos asociados ahora a Internet ya existieron antes. De manera que si en el lenguaje de los telegramas faltaban artículos y preposiciones, en el actual lenguaje de Internet parecen haber desaparecido las oraciones subordinadas. Pero entiende que estamos ante un espejismo, no ante una causa. De la misma manera que hay quien piensa que Internet está aportando supuestamente un caudal léxico impresionante (“bajar”, “archivo”, “comando” o “clickear”), para él nos hallamos ante un nuevo espejismo. Grijelmo prefiere hablar de ciberlenguaje –palabra más cómoda, más adecuada para el idioma español y que define lo mismo con mayor brevedad- que de lenguaje en la red. Y en este sentido, señala que muchas veces el idioma se ve influenciado por las nuevas tecnologías, como ahora ocurre con Internet.

Pero todavía advierte que no habrá nunca un nuevo idioma influido por la red o por la informática: “No hay un lenguaje de Internet como no hay un lenguaje por teléfono. Sólo estamos ante un deslumbramiento. Imaginar que el idioma español no va a dar con el tiempo una respuesta a este desafío, supone un menosprecio a nuestra lengua y a nuestra historia cultural. Y, sobre todo, a nosotros mismos”.

El lenguaje periodístico, no obstante, se adaptará a este nuevo medio, de la misma manera en que el lenguaje de la prensa escrita supo amoldarse a los medios audiovisuales: primero a la radio y después a la televisión, como ya lo había hecho a las agencias de noticias, y como de alguna manera también se ha sabido acomodar a los géneros informativos del periodismo institucional. Pero básicamente, el lenguaje periodístico contiene unas características elementales que lo definen, y que se adapta, con pequeñas variantes, a todos los medios de comunicación, como son la concisión, la claridad y la naturalidad. Pero el lenguaje periodístico también es netamente pragmático, en el sentido de que debe ser eficaz, siendo además mixto. Por todo ello, el lenguaje periodístico debe adaptarse al nuevo canal y poner en práctica unas formas más cercanas al periodismo audiovisual que al periodismo escrito. En este sentido, Armentia, Caminos y otros¹(, 2000, p. 183) entienden que este lenguaje debe reunir las siguientes características:

-Teniendo en cuenta que el espacio visual de la pantalla se circunscribe a un máximo de 25 líneas de texto (más o menos) y que los lectores de prensa digital prefieren más la utilización de links que las barras de desplazamiento, recomiendan el uso de textos más breves que los que se utilizan en prensa escrita.

-Que los textos sean breves implica también que deberían utilizarse menos oraciones subordinadas, menos complementos en cada oración. El manejo de complementos alarga las oraciones y añade dificultad de lectura.

-La redacción debería ser, además, muy tematizada; un texto en el que cada idea nueva se va expresando en una oración; un texto en el que tras dos o tres oraciones referidas a un mismo tema, se pasa a un párrafo nuevo que introduce un nuevo tema. Las oraciones simples, breves y tematizadas incrementan la facilidad de lectura y también la comprensión.

Pese a estos consejos, que comparto plenamente, en la práctica se puede decir que los textos periodísticos digitales deben tender y tienden a la brevedad, pero no siempre se respeta ese principio de que la longitud máxima no deba superar las 25 líneas. También es cierto que el lenguaje debe tender y tiende a la sencillez, del mismo modo que también se simplificó cuando se pasó de la prensa escrita a los nuevos medios audiovisuales.

En cierto modo, podemos afirmar que el lenguaje periodístico que el profesional utilizará en los medios digitales mantendrá las características que definen el estilo periodístico, un estilo que además buscará nuevas posibilidades de adaptación al nuevo medio y que, presumiblemente, se situará a medio camino entre el lenguaje de la prensa escrita y el de los medios audiovisuales, porque, a fin de cuentas, este medio es un compendio de texto, imagen y sonido. Los textos serán breves, también serán breves las oraciones y los párrafos. Se simplificará la estructura de las oraciones hasta ser ágiles y ligeras pero sin llegar a prescindir de un guiño literario, de un juego de palabras o de unos gramos de ternura o de sarcasmo. Al igual que ocurrirá con el lenguaje periodístico, también los géneros se adaptan a la red sin demasiadas asperezas.

Álex Grijelmo no duda de que Internet ha influido en el mensaje periodístico (“el medio es el mensaje”), y así los textos de los diarios digitales van adoptando en la red paulatinamente unas características comunes y nuevas, como “brevedad y sencillez, exclusión de determinados géneros (van desapareciendo las entrevistas largas y los reportajes muy amplios), profusión de otros (infografía animada, cuadros y estadísticas...), interrelación de las noticias mediante enlaces informáticos, facilidad para el picoteo (otros dirán “zapping”) en distintos espacios, documentación poco depurada, disponible en bruto pero con búsquedas rapidísimas del dato deseado...”. Esta repercusión, añade, se extenderá muy pronto “a una mayoría de los periódicos que se imprimen en papel prensa, que ofrecerán más despieces (informaciones complementarias), cuadros, dibujos, tablas comparativas... Porque intentarán no alejarse mucho de las ventajas que muestran los diarios digitales. Y también alcanzará a las cartas que se intercambian los internautas, a menudo muy breves y que constituirán un diálogo ágil, muy lejano de aquellos monólogos románticos de la vieja tradición epistolar”. (Grijelmo, Alex,)

En estos últimos años, los géneros periodísticos han sabido adaptarse sin demasiadas complicaciones a la red. Los diarios digitales no plantean ningún problema para presentar textos breves, de unas 25 líneas, que es la extensión que puede completar una pantalla de monitores normal de 14 pulgadas. Concretamente, la noticia ha encontrado un fácil acomodo en este medio, que a veces encontramos interconectada con otros textos complementarios.

Tampoco los textos de opinión plantean demasiados problemas para adaptarse al medio, siempre que no sean demasiado extensos, como pueden ser el editorial, la columna, el suelto, las cartas al director. Sin embargo, algunos géneros de opinión más extensos, como el artículo de opinión o el ensayo, sí presentan una mayor dificultad, ya que habitualmente ocupan un espacio superior al de una o dos pantallas y, además, difícilmente se pueden despiezar, aunque ya comienza a hacerse en la prensa escrita.

También los géneros informativos que tratan los temas en profundidad –como el reportaje, el informe, la crónica o la entrevista- exigen, por su extensión, un tratamiento especial. La prensa escrita, desde luego, ya ha encontrado fórmulas para hacer estos textos más atractivos y legibles. En los diarios digitales, también se puede acudir a los despieces para resolver la extensión de estos textos profundos y detallados, si sobrepasan las 25 líneas. Es decir, estos géneros informativos más extensos se dividirán, por tanto, en un texto principal y otros complementarios de segundo nivel, con sus respectivos titulares cada uno de ellos para que aporten giros informativos importantes. Se trataría, según determinados autores, de acudir lo menos posible a la barra de desplazamiento y comunicar el texto central con sus fragmentos informativos a través de links.

Armentia, Caminos y otros (1998, p. 183) escriben: “Esta descomposición textual en partes complementarias, exige la creación de un texto matriz (texto fundamental o central) considerado como la unidad informativa básica (recoge los elementos esenciales de la globalidad del texto), pero también entendido como un instrumento de intercomunicación interna entre el elemento central y los textos que circundan y complementan. Es decir, una puerta de enlace entre el texto central y los despieces, a través de unos contactos conectados a través de links”. Esta nueva visión de globalidad que estos autores defienden, obligaría a:

-La utilización de titulares eminentemente informativos que describan la acción principal de forma singularizada a través de una oración simple.

-La creación de un texto matriz en el que se recojan los elementos esenciales de la información, de forma similar a lo que hace en la actualidad un texto periodístico tradicional que utiliza como soporte la prensa escrita.

-La sustitución de las entradillas, entendidas como resúmenes de la información por sumarios –links- que recojan los elementos más importantes de una noticia y permitan, al mismo tiempo, conectar con los despieces en los que se desarrollan los complementos del texto central.

-La descomposición del texto en varios despieces, tantos como giros informativos incluya la información, de un máximo de 25 líneas, para que su lectura pueda llevarse a cabo en su totalidad, sin necesidad de utilizar las barras de desplazamiento.

Además de los géneros tradicionales, tanto informativos como de opinión, la red ha creado sus propias fórmulas narrativas, basadas sobre todo en la interactividad, que permite la participación directa del usuario. Dentro de estos nuevos géneros interactivos podemos hablar de:

-El foro. Bajo la moderación de un especialista, el usuario puede participar en temas abiertos o monográficos en torno a una actualidad más o menos efímera o permanente, e incluso puede proponer temas para su debate.

-El Chat. Permite el diálogo en tiempo real entre el emisor y el receptor sobre cualquier tipo de cuestión de interés y actualidad, pero también la intercomunicación de todos los receptores entre sí y de ellos con el emisor.

-Las encuestas. Muchas de ellas, además del voto, piden la opinión de los ciudadanos sobre cuestiones de máxima actualidad. La mayoría permite la consulta de los resultados, sin necesidad de optar por alguna opción.

-Las entrevistas de los lectores. A una hora concreta y durante un espacio de tiempo determinado, un personaje público responde a las preguntas que le plantean los usuarios. El entrevistado lee en la pantalla las preguntas formuladas y contesta escribiéndolas en el ordenador. Un periodista modera, filtra y selecciona las cuestiones que se someten a las consideraciones del personaje invitado. La singularidad de esta modalidad de entrevista es que el papel de intermediario del periodista es muy sutil y puede pasar desapercibido.

-Las cartas. Permiten contraponer las opiniones de los lectores con la mantenida por la empresa periodística en los editoriales, o por sus colaboradores en artículos y columnas del periódico, en torno a temas de interés informativo. Hay diarios además que dedican secciones diferentes a las Cartas al Director y a otro tipo de quejas y comentarios de los lectores.

Además de estos nuevos géneros periodísticos, los diarios digitales, al igual que los diarios impresos, se apoyan también en formatos gráficos y formatos de información gráfica, ya sean éstos fotografías, dibujos, caricaturas, mapas, organigramas, representaciones estadísticas e infografías; pero donde la red ha aportado nuevas fórmulas narrativas en la infografía animada.

La infografía digital o animada existe desde hace muy pocos años. Y es aquella que, según José Luis Valero, tiene elementos gráficos tales como fotografías, dibujos cinéticos, textos escritos dinámicos o estáticos y/o elementos de tipo sonoro tanto verbales como musicales y ruidos. Además contiene elementos de navegación, interactividad, comunicaciones relacionales que contienen una información de actualidad y cierta significación que le permiten cumplir las funciones típicas del periodismo y de aportación de visualidad. (VALERO SANCHO, José Luis, Zaragoza, 2001, p. 201)

Éste es hasta ahora el paisaje que dibujan los géneros periodísticos en los diarios digitales, pero sabemos también que sólo hemos cruzado el umbral de una puerta que abre un laberinto infinito de puertas que todavía no nos atrevemos a abrir.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

López Hidalgo, A (2002) Géneros periodísticos complementarios. Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.

Sartori, Giovanni, (1991) : Homo vidensl, Ediciones Rialp, Barcelona.

Echeverría, Javier: (2002) "Internet y el periodismo electrónico" en <http://saladeprensa.org/art08.htm>,

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo(1996) El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio, Editorial Ariel, Barcelona.

Armentia Vizuete, José Ignacio y Caminos Marcel, José María, (1998) : La información: Redacción y Estructuras, Universidad del País Vasco, Guipúzcoa.

Navarro Zamora, Lizy: "Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores" en <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>.

GRIJELMO, Álex: "El ciberlenguaje provisional" en

<http://www.cgcnet.org/nuestroidioma/hemeroteca/ciberlenguaje.html>.

VALERO SANCHO, José Luis, (2001) : La infografía: Técnicas, análisis y usos periodísticos, Aldea Global, Zaragoz.

(*) Dr. Antonio López Hidalgo
Universidad de Seilla,
España.