
Gutenberg.es

José Manuel Gómez y Méndez



Gutenberg.es

GALLO DE VIDRIO
Sevilla, 2000

Colección *Nuevo Soporte*. Nº 4.

Consejo Editorial:

Gómez y Méndez, José Manuel.

Mostaza, Benito.

Pérez, José Antonio.

Villar, Miguel Ángel.

Ejecución editorial:

Clemente C. López Soler.

Hada Miluska Sánchez Gonzales.

Montemayor Mora Jiménez.

Rafael Vega Jiménez.

Esta edición,
en soportes cibernético y papel,
se ha efectuado por
el Colectivo Cultural GALLO DE VIDRIO,
en su vigesimonoveno año de existencia.
Correspondencia: Apartado de Correos 2.191
41080-SEVILLA.

© El autor de la obra

© De esta edición: Gallo de Vidrio.

I.S.B.N.: 84-931311-5-6.

Depósito legal: SE 3427-2000.

Colaboraciones especiales

De *José Álvarez Marcos* y de *Antonio López Hidalgo*.

Diagramación y realización cibernética. J. M. G. y M.

Dibujo del exterior del estuche: Miguel Ángel Villar.

-----ÍNDICE-----

	<u>Pág.</u>
TEXTOS	
Introducción.....	6
Capítulo 1. El Periodismo Cibernético: un mañana que comienza a ser realidad.....	13
Capítulo 2. Delimitación lexicológica del vocablo diagramación y otras voces tecnológicas.....	17
Capítulo 3. Nuevas Tecnologías y Periodismo.....	45
Capítulo 4. La información no verbal en las publicaciones periódicas.....	53
Capítulo 5. Una sociedad cableada: principio de la democratización periodística.....	62
Capítulo 6. Hacia un modelo de periódico cibernético.....	70

Capítulo 7. Delimitación del vocablo cibernética y otras voces tecnológicas. <i>En colaboración con Eva Leal Gil</i>	89
Capítulo 8. Bibliografía sobre Tecnología Periodística.....	105
Anexo 1. La Prensa escrita ante las Nuevas Tecnologías. <i>Comunicación dirigida a Antonia González Borjas y Elisa Macías Rivero</i>	140
Anexo 2. Necesidad de mayores recursos tecnológicos para una democratización de la Información. <i>Comunicación dirigida a Montemayor Mora Jiménez y Rafael Vega Jiménez</i>	149
Cierre.....	165

CUADROS

Proceso semiológico o semiótico en el Periodismo.....	61
La evolución del Servicio de Cable en España.....	69
La evolución tecnológica en el Periodismo.....	86
La Cibernética de ayer a hoy (Cuadro A).....	87
La Cibernética de ayer a hoy (Cuadro B).....	88

INTRODUCCIÓN

Estoy en mi décimo curso de vida universitaria¹ y por tanto llevo diez años hablando de temas tecnológicos² a quienes desean titularse como periodistas, aparte de horas dedicadas al estudio de los mismos con distintas aportaciones en obras de diferentes denominaciones y en actividades académicas. Han pasado años desde que, en 1455, Juan Gutenberg crease los tipos móviles de metal fundidos en matrices que darían pie a lo que se llamó la imprenta, aunque no tantos desde que, en 1946, John William Mauchly y John Presper Eckert inventaron y pusieron en marcha el primer ordenador moderno con el nombre de ENIAC³.

Una distancia de 545 años desde los tipos móviles al año 2000 y 54 desde la computadora al mítico final del siglo XX, existiendo 491 años entre ambos

¹ Ingresé como profesor de la Universidad de Sevilla el 1 de octubre de 1991 en calidad de Asociado; en diciembre de ese mismo año pasé a ejercer como Titular Interino, opositando la propiedad de dicha Titularidad en diciembre de 1993, tomando posesión de la misma en febrero de 1994.

² Siempre impartí disciplinas académicas relacionadas con las Tecnologías Periodísticas tanto en el Primer como Segundo Ciclo de la Licenciatura en Periodismo, así como en los estudios de Tercer Ciclo conducentes al Doctorado.

³ Existen muchas obras sobre el desarrollo y evolución tanto de la Imprenta como de la Cibernética. Aparte de cuanto se ofrece en este libro, puede ampliarse en el acertado capítulo de RIVA AMELLA, José Luis: “Edición electrónica” en BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, I. Sanz y Torres, Madrid, 1991, págs.109-152.

desarrollos técnicos. Y hoy tenemos los dos procedimientos entremezclados a la vista del desarrollo ciudadano. La imprenta no ha desaparecido y la Cibernética se encuentra en pleno apogeo... Para muchos analistas, el orbe gutenberiano iba a desaparecer... Por todos lados resonó el título de *Adiós Gutenberg* de A. Smith desde que fuese editado en 1980⁴, sin embargo en 20 años se han producido muchas innovaciones en el orbe periodístico y por extensión en el comunicativo, donde queda patente que Gutenberg mantiene su vigencia en el día a día. No ha muerto ni morirá... Hoy es imposible hablar sin la denominada autoedición en el sistema de reproducción periodística, que comenzase a estar en pleno uso en todas las redacciones a lo largo de la década de los años ochenta del siglo XX.

Queda dicho y repito: cuanto se inicia con Gutenberg y se desarrolla durante más de cinco siglos no ha muerto ni morirá. Tan sólo ha ido automatizando sus procesos de elaboración y reproducción, eliminando etapas que antes eran manuales o más lentas, aportando rapidez a la reproducción de la palabra. Antes había un tiempo entre quienes escribían y cuantos leían. Ahora puede ser casi instantáneo ya que en escaso tiempo puede transmitirse el mensaje, si no se hace a tiempo real en diálogos cibernéticos (los llamados *chá* en la red). Y no estamos diciendo que haya finiquitado la imprenta, que en el devenir no se vaya a imprimir. Hablamos de la transmisión en papel. Hasta que apareciese el teléfono (1876 con Alexander Graham Bell) toda comunicación de un mensaje se efectuaba por escrito; a partir de entonces, los canales se abrieron con otros soportes. Y ahora estamos ante un nuevo soporte de unas características inmensas cuyos límites de desarrollo aún no han sido alcanzados.

Insisto: muchas personas pensaron que con la computadora moriría el papel impreso. Creo que la gran transformación no ha sido aún calculada ni estudiada, aunque intentemos acercarnos a ello en el Capítulo 6 de este libro dentro del espacio periodístico: poder imprimir en los domicilios. Hay que valorar que si con Gutenberg iniciamos el camino de la imprenta y ello acabó con la exclusividad de unos pocos en el acceso al Saber por cuanto suponía la difusión del Conocimiento a través del papel impreso, rompiéndose el monopolio de las abadías y monasterios, caímos en la multiplicación del control

⁴ SMITH, A.: *Goodbye Gutenberg*. Oxford University Press, Oxford y New York, 1980. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

en más manos ya que continuó el monopolio al caer en la propiedad de quienes eran poseedores de una máquina de imprimir. Y ahora estamos en el momento pleno de una democratización pues todo ciudadano puede tener en su domicilio una impresora y en ella reproducir cuanto desee. Estamos pasando de la impresión en planta comercial o nave industrial a la impresión doméstica. En momentos actuales, el sistema de impresión ha llegado a tal nivel cibernético que cuanto estás leyendo, lector, se trataría de igual manera dentro del concepto que tenemos de una imprenta como lectores: se prepararía el original en formato de página con unas condiciones técnicas en la computadora y por una impresora de calidad se obtendrían unos plásticos, los llamados fotolitos, para proceder a efectuar unas planchas que colocadas en una máquina de imprimir con tinta y papel nos arrojarían el papel impreso, el cual una vez ordenado (proceso de encuadernación con distintos nombres técnicos) pasaría a ser leído. Entre que está el texto cibernético y sacar el fotolito sería más rápido y más barato que te llegase a tu domicilio (bien mediante soporte de un disco como tienes este libro o mediante envío en red) el mensaje y tú procedas a leerlo en la pantalla de la computadora o si no deseas hacerlo en la misma procedas a reproducirlo en tu impresora, teniendo el papel en tus manos⁵.

Los periódicos a principios del siglo XX estaban en el centro de las ciudades con sus redacciones y talleres en el mismo edificio. La modernización tecnológica fue haciendo que las empresas periodísticas abandonasen sus lugares de ubicación y se trasladasen, a partir de mediados de siglo, a zonas de la periferia de las ciudades, a los nacientes polígonos industriales, ya que eran necesarios nuevos espacios para seguir al día del avance tecnológico, pasándose poco a poco de cuanto era la redacción tertuliana a la redacción individualizada con más necesidad de concentración en el trabajo así como en los talleres se fueron sustituyendo procesos humanos por usos de diversas máquinas. Cuando el siglo XX acaba y se abre el horizonte del XXI, las empresas están volviendo a los cascos urbanos con sus cibernéticas redacciones, instalando nuevas rotativas, ahora a color, en puntos distantes de los lugares de elaboración de contenidos y continentes periodísticos toda vez que ya no es necesario cruzar el dintel de una puerta para entrar en el taller y controlar la impresión del

⁵ Puede accederse a mi texto denominado “En la realidad de la edición cibernética” en *Altozano*. Gallo de Vidrio, Sevilla, 1997.

periódico; a veces ni se están instalando máquinas de imprimir pues existen periódicos sin talleres de reproducción propios siendo alquilados los de otra empresa. Para quien conoce el momento no resulta extraño que se pueda transmitir a kilómetros de distancia todo un periódico para ser impreso, teniendo todo tipo de sorpresa para el neófito en temas tecnológicos.

Cuanto se recoge en estas páginas tiene una recopilación a modo antológico de diversos aspectos en torno a la Tecnología Periodística. Se abre con el Capítulo 1 donde queda recogido un curioso artículo escrito con carácter divulgativo cuando casi nadie hablaba del concepto de Periodismo Cibernético y se concluye con una aportación Bibliográfica hasta ahora inexistente; en todo bagaje científico, la existencia de una Bibliografía específica es de gran utilidad y ello deseo, contando con la misma hasta ahora en otras Áreas periodísticas⁶ pero no en la Tecnológica. Como capítulo 6 se recoge la comunicación que llevé al Congreso de la Sociedad Española de Periodística en mayo del presente 2000. Cuando escribo estas líneas introductoras quiero dejar constancia de mi convencimiento que está a punto de llegar el sistema por el que desde un domicilio se accederá al ordenador central de un periódico a las 12 de la noche y recibiremos el mismo diario que a la mañana siguiente tenemos en el quiosco. Tengo noticias que un rotativo de las dimensiones e importancia como *The New York Times* está trabajando ya en un proyecto sobre ello en convenio con una importante multinacional de la Cibernética. En los primeros meses de 2001 hará público que ofrecerá ese servicio a sus lectores para que en el momento que todo el periódico de cada día esté en el ordenador central de la redacción para poder iniciarse el hasta ahora usado sistema de reproducción para venta en quioscos u otros puntos callejeros pueda ser recibido por quien se suscriba en su domicilio manteniéndose el mismo Contenido y Continente, lo cual tendría además hipervínculos desde las páginas publicitarias y de otras temáticas a distintas fuentes en red. Y todo por el mismo precio que a la mañana siguiente:

⁶ En el ámbito del Periodismo Especializado ha de tenerse en cuenta las aportaciones de ESTEVE RAMÍREZ, Francisco:

- *Bibliografía de la Información Periodística especializada*. Asociación de la Prensa, Huelva, 1988.

- “Aportaciones bibliográficas a la Información Periodística Especializada” en ESTEVE RAMÍREZ, E. (ed.): *Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.

¿Para qué tener que esperar siete u ocho horas desde que está acabado por la redacción para poderlo tener en nuestras manos? ¿Qué quiero leerlo en papel?: imprimamos en un formato con impresora de A-3 (42 x 29,6 cms.). He de confesar en voz baja que me siento inmensamente contento ante la próxima veracidad de esta introspección tecnológica efectuada en mis análisis, cuando al hablar de ella he visto cara de colegas dudando de mis palabras, lo cual era válido y podía no creerse pero sí al menos haberse respetado, llegándose a tildar de poco espíritu académico y más bien de aventurero profético⁷.

Como Anexos se publican dos Comunicaciones, dirigidas por mí y efectuadas, al Congreso Universitario en su Fase Regional en Sevilla en los años 1997 y 2000, por doctorandos en Periodismo: Antonia González Borjas, Elisa Macías Rivero, Montemayor Mora Jiménez y Rafael Vega Jiménez. Dichas aportaciones han sido poco divulgadas a pesar de estar publicadas en las Actas correspondientes de los señalados eventos científicos y considero que deben tener ámbito al ser inmensamente válidas en sus contenidos.

Quiero dejar constancia de mi gratitud a distintos colegas en diversas Universidades que, dentro de la parcela tecnológica, me han recogido de una u otra manera en sus libros: José Manuel de Pablos Coello, Jesús Canga Larequi, José Álvarez Marcos, José Ignacio Armentia Vizuete, José María Caminos Marcet, Jon Elexgaray Arias, Flora Marín Murillo e Ike Merchán Mota. También a otros, que también me citaron en sus obras, más allá del ámbito tecnológico, los cuales quedan por orden alfabético de apellidos pues todos son principio y final dentro de la plenitud: Antonio Avendaño, Francisco Correal, Ricardo Crespo, José Luis Garrido Bustamante, Rafael Guerrero, Juan José Laforet, Antonio López Hidalgo, Juan Luis Manfredi, Benito Mostaza, Juan Carlos Pérez Fuentes, Txema Ramírez de la Piscina, Antonio Ramos Espejo, Ramón Reig, Manuel Ruiz Romero, Aurelio de Vega, Miguel Ángel Villar.

Concluyo. Gracias a todos por adentrarse en las páginas de esta obra. 10 años con el Periodismo en la Universidad y casi 35 con el mismo en la calle desde que vi un primer texto con mi firma en las páginas del viejo *Odiel*; era el

⁷ No hemos de olvidar que en la Historia de las Ciencias existen introspecciones científicas desarrolladas desde las más plenas metodologías académicas, que después se hicieron realidad tras las experimentaciones efectuadas, valorándose que quienes fueron sus autores teóricos no se habían equivocado.

9 de junio de 1966. Dentro y fuera de la Universidad, siempre con el Periodismo...

Universidad de Sevilla, diciembre de 2000.

Capítulo 1.

EL PERIODISMO CIBERNÉTICO: UN MAÑANA QUE COMIENZA A SER REALIDAD

Artículo publicado en las páginas 8 y 9 del número 2 de la revista *Re-volver*, editada en febrero de 1992 por el Aula de Cultura de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

Si un periodista durante su formación en las viejas Escuelas de Periodismo de las finales de los años 50 o primeros de los 60 del siglo XX, hubiese escuchado hablar de Periodismo Cibernético o Electrónico, quizás pensase entonces que le estaban dialogando de algo que suponía una pura ficción del interlocutor que había viajado al extranjero -a Estados Unidos primordialmente y que venían con alguna novedad aprendida de los *yanquis*- o del profesor que había leído alguna de las pocas revistas norteamericanas a las que por aquellas fechas se podía acceder en España. ¿Cómo iban a dejar de existir las linotipias así de una manera tan rápida en los talleres y dejarse de usar las máquinas de escribir en las redacciones con los consiguientes *tochos* de folios corregidos con la parsimonia del tiempo a base de paciencia y lapicero entre cafés y cigarrillos? No podía ser... ¿Cómo las viejas platinas tipográficas no iban a seguir usándose con todo el encanto que ello conllevaba?

No habrían pasado diez años de haber concluido sus estudios cuando paco, nuestro amigo, tras trabajar en las redacciones de varios diarios provinciales, vio como las rotoplanas o rotativas para plomo dejaban paso a un procedimiento que se llamaba offset, donde las linotipias comenzaban a no tener uso pues eran sustituidas por unas pantallas y otros elementos denominados ordenadores. Era el adelanto y se imponía... Sin embargo, eso era en el taller. La redacción seguirá igual, con el ambiente tertuliano, confidencial, con los folios, el bolígrafo, las tijeras, el bote de goma, el lapicero bicolor y el papel pautado.

No pasarían otros diez años cuando el cambio llegó a las redacciones. Paco ya tenía en torno a los cincuenta años. Las máquinas de escribir iban

desapareciendo para ser sustituidas por ordenadores y el encontrar alguna comenzaba a ser una *reliquia* en algún rincón redaccional.

Había habido algunas protestas en diversos periódico concretos, movidas por varios sindicalistas, ya que con la aplicación de los ordenadores se eliminaban puestos laborales en los teclistas -reconvertidos de las linotipias- de los talleres, pues directamente el texto pasaría desde el periodista a la materialización de la imprenta; hasta se justificaron los daños que podían ocasionar para la vista la continuidad de horas ante las pantallas cibernéticas; poco se logró reivindicativamente.

Las redacciones, según avanzaron los años ochenta, cambiaron de aire. Ahora parecían más una oficina empresarial que el lugar tertuliano del encuentro amistoso. Al introducirse las nuevas *máquinas* se había lavado la cara al local y su estructura interna se había modernizado. Paco, al igual que otros muchos periodistas de su edad, decidieron asumir la incorporación de la técnica sin adentrarse mucho en ella; aunque *aprendieron* lo justo para manejar un procesador de texto, no dejaban de olvidarse de cómo se *vivía* periodísticamente en años atrás... ¡Quién le iba a decir -se soliloqueaba a veces Paco- que aquello que le contó en el último día del último año de sus estudios aquel profesor, se iba a producir y que lo iba a vivir él mismo...!

Cuanto Paco tenía a su alrededor era el principio de un nuevo Periodismo. Quizás cuando fuese a jubilarse a inicios del siglo XXI podría conocer nuevos desarrollos comunicativos. Le había tocado terminar de ejercer su profesión en unos años de cambios y de posibilidades a los que lógicamente le iba siendo difícil adaptarse.

Ese mañana que ya se vislumbraba en el inicio de la última década del siglo XX, que se hacía tangible a través de primeras realidades, producía un nuevo choque mental para quienes estaban habituados a la cultura del papel impreso. Era un Periodismo sin intermediarios entre el proceso final de producción y el lector -en la distribución- de un Periodismo que podría denominarse cibernético, al que algunos expertos ya llamaban electrónico, que no eliminaba el Periodismo escrito como algunas voces profesionales creían; acontecía que cambiaba el soporte. El papel dejaba de ser el elemento base para la comunicación, con lo cual se producía un *alivio* y relajo ecológico por aquello de la continua destrucción forestal para *alimentar* las fábricas papeleras.

A través de los ordenadores personales se podía recibir el *Diario Fax*, que leído se podía imprimirse posteriormente o bien directamente a fax autónomo, aunque ahí sí el papel seguía siendo base, eliminándose el proceso de distribución callejera. Desde las pantallas caseras se podía conectar con importantes diarios que a su vez compatibilizaban las tradicionales impresiones en papel -cada vez más reducidas en tirada- con las ediciones cibernéticas que podíamos leer en nuestras propias bibliotecas o despachos gracias al *microchip*. Si se contemplaba el televisor familiar, no era necesario esperar a los boletines informativos para estar actualizado, pues se poseía el teletexto con una plenitud de desarrollo -no como al inicio de los años noventa, que era escaso- en contenidos y soportes. Diversas opiniones autorizadas se podrían aportar como base rigurosa par un mejor conocimientos de cuanto acontecía, pero sería prolijo en una somera descripción de hechos.

Si algo pasaba en algún lugar galáctico, de inmediato lo sabía cualquier ciudadano a través de su ordenador casero. Se iluminaría la pantalla y daría paso a la información siempre que estuviese sin usar; en caso de estar trabajando, surgiría un indicador para poder pasar a obtener esa información que se acababa de almacenar en el *chip* destinado a tal fin. Sin necesidad de tener que esperar a que llegase cada mañana para adquirir un periódico o a tener conectada la radio con el consiguiente ruido que -a veces- no se desea, se podía lograr la conexión direccional mediante la Cibernética.

Capítulo 2.

DELIMITACIÓN LEXICOLÓGICA DEL VOCABLO DIAGRAMACIÓN Y OTRAS VOCES TECNOLÓGICAS

Publicado como Capítulo VII con igual nombre en las páginas 285 a 306 de la obra editada por **Donaciano Bartolomé Crespo** con el título *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, 2, en Dykinson, Madrid, 1992.

1. USOS DE VOCABLOS TECNOLÓGICOS Y SUS SIGNIFICADOS.

1.1. Propósitos.

Se utilizan variadas voces en esta área periodística, las cuales son muy diversas tanto en publicaciones diarias como periódicas, sin delimitaciones de contenidos ideológicos. Nos encontramos que un solo trabajo del quehacer periodístico es llamado de varias formas.

En este apartado intentamos recoger todas las voces que se utilizan para denominar esta área tanto en España como en Latinoamérica, pues estamos entroncados por el mismo habla. Estudiamos el tratamiento del uso que tienen y elaboramos unos cuadros de precisión temática.

1.2. En España.

Diversas son las acepciones que se aplican en España al trabajo de la parcela periodística que está entre la redacción de un medio informativo y los talleres. Parcela tecnológica dentro del ejercicio de la profesión periodística que engloba distribuir las secciones de una publicación, compaginar los elementos redaccionales y publicitarios, así como confeccionar las páginas, incidiendo sobre el Continente de la Información, el cual *“tiene, por sí mismo, una fuerza de impacto independiente del contenido de las noticias, y constituye un proceso*

ampliamente estético”⁸ que llega a desenvolverse como una actividad técnico-artística.

He recopilado directorios⁹ de diversas revistas españolas de las más variadas tendencias políticas y sociales, con periodicidad diversa en su publicación. Los vocablos dados a este trabajo profesional son abundantes; logramos la siguiente catalogación:

1.2.1. Arte.

- 1.2.1.1. Director de arte
- 1.2.1.1. Subdirector de arte.
- 1.2.1.3. Director artístico.
- 1.2.1.4. Asesor artístico.
- 1.2.1.5. Departamento de arte.

1.2.2. Compaginación.

- 1.2.2.1. Compaginación.
- 1.2.2.2. Compaginador.

1.2.3. Confección.

- 1.2.3.1. Confección.
- 1.2.3.2. Confecciona.
- 1.2.3.3. Confeccionador.

⁸ MARTÍN AGUADO, J. A.: *Fundamentos de Tecnología de la Información*. Pirámide, Madrid, 1978, pág. 89.

⁹ El profesor López de Zuazo -Antonio- llama también indicadores y membretes a los directorios, en su *Diccionario del Periodismo*. Pirámide, Madrid, 1977, 1ª ed., págs. 69, 106 y 127.

1.2.4. Creación.

1.2.4.1. Creación.

1.2.4.2. Creación-realización.

1.2.5. Diagramación.

1.2.5.1. Diagramación.

1.2.5.2. Diagramador.

1.2.6. Diseño.

1.2.6.1. Diseña.

1.2.6.2. Diseño.

1.2.6.3. Editor de diseño.

1.2.6.4. Departamento de diseño.

1.2.6.5. Diseño gráfico.

1.2.6.6. Ideación-diseño.

1.2.7. Ideación.

1.2.7.1. Ideación.

1.2.7.1. Ideación-diseño.

1.2.8. Maquetación.

1.2.8.1. Maqueta.

1.2.8.2. Maquetación.

1.2.8.3. Maquetista.

Se aprecian diferentes enfoques en la utilización de los términos... Aparte de los medios que ya utilizan como arte la ejecución de este trabajo técnico-informativo, bastantes revistas distinguen entre diseño, tomado como la realización gráfica de la estructura informativo –según expresión directa de

diversos profesionales-, y confección, considerada como la parte de cálculos tipográficos o compugráficos para dar realidad de conformación a todos los materiales informativos previstos en el diseño, juzgado también como maqueta, aunque algún medio quiera engranar el diseño y la confección en una misma realización y otros consideren que al aplicar un sólo término de esos dos ya está implicada esa función de la acepción no utilizada, aconteciendo así en diversas revistas que usan varios profesionales para diseño y hasta un director para el mismo incluyendo en un solo vocablo la doble función indicada, o como las que emplean el término de confección, teniendo hasta un jefe en tal cometido, y no el de diseño.

Compaginación y diagramación están consideradas por varias publicaciones como el cometido de diseñar y confeccionar, aunque – diagramación se aplique en algunas redacciones como diseño al aparecer en directorios “Diagramación y confección”.

Apreciamos revistas que añaden el apelativo de “*gráfico*” al “*diseño*”, llevando la función implícita de confección. Y quien antepone “*ideación*” a “*diseño*”.

En los diarios españoles se conoce como *confeccionador* a la persona que realiza el cometido de engranar tipográfica o compugráficamente el trabajo de redacción para pasarlo a talleres. Se dice que está confeccionando cuando se elabora en sí en esa parcela de ejercicio profesional y, a veces, cuando se está haciendo sobre la pantalla cibergráfica o sobre papel la compaginación de texto e ilustración se expresa que se está maquetando, llamándose *maqueta* al trabajo resultante. Y a esa maqueta se le llama en bastantes talleres impresores *planillo*, al considerarla un plano para la impresión de las páginas del diario –o también de una revista.

En los directorios de los diarios, en su mayoría, no aparece ninguna nomenclatura. Indicamos a continuación los términos recogidos en sus directorios:

1.2.9. *Confeccionador.*

1.2.9.1. Confección.

1.2.9.1. Confeccionador.

1.2.10. Diagramación.

1.2.10.1. Diagramación.

1.2.10.2. Diagramador.

1.2.11. Diseño.

1.2.11.1. Diseñador.

1.2.11.2. Diseño.

1.2.12. Maquetación.

1.2.12.1. Maquetación.

1.2.12.2. Maquetista.

Apreciamos que los vocablos usados son diversos dentro del panorama de la información del Estado español para precisar el hacer de esta parcela periodística.

En la amplia bibliografía existente sobre los “mass media” y sobre la tecnología de la impresión, editada en España, pocas son las obras que dan nomenclatura a esta parcela de especialización periodística que tratamos y las que lo hacen ofrecen variaciones en los vocablos, aunque con precisiones en sus cometidos.

Así el *confeccionador* será, según el profesor López de Zuazo, el “*periodista encargado del diseño de las maquetas de las páginas de una publicación*”¹⁰. Para Albert A. Sutton es quien ha de “*decidir los materiales que ha de utilizar*”¹¹, haciendo la “*selección de tipos, cierres e ilustraciones que realizarán mejor el mensaje*”, debiendo tener “*una clara comprensión de los*

¹⁰ LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, A.: Op. Cit., pág. 51.

¹¹ SUTTON, Albert A.: Concepción y confección de un periódico. Rialp, Madrid, 1963, págs. 126 y 130.

*principios... para un buen diseño y la habilidad suficiente para aplicarlo convenientemente en disposición armónica con todos los elementos tipográficos de la página*¹². F. Navarro nos expresa que es el hombre que “hará esas indicaciones necesarias al original para mandarlo al taller”. El profesor Martín Aguado dice que es el redactor que hace el “*cálculo de los originales y distribución de los mismos en las páginas*”¹³. Y, según Stanley Morison, el confeccionador determina “*en primer lugar la imposición*” y después establece “*los pormenores de la composición*”¹⁴.

Confección queda definida profesor López de Zuazo como la “realización de las maquetas o diagramas de las páginas de un periódico”¹⁵. Sutton también la expresa como el trabajo realizado por el confeccionador para dar forma al periódico, el cual si quiere “*convertirse en un experto de la confección debe dedicar un cuidadoso estudio al objeto*”¹⁶. Martín Aguado precisa que la confección posee sus técnicas las cuales “*pueden modificar y condicionar el contenido informativo, y hasta deformarlo, en algunos casos, errónea o tendenciosamente*”¹⁷. El profesor José Luis Riva Amella señala que la confección periodística “*exige una previa diagramación de la página en la que se ha de prever con la misma exactitud la distribución total, equilibrada y estética de los elementos que la conforman*”¹⁸.

¹² NAVARRO CARDOSO, Francisco: *La composición en Prensa*. Prensa Española, Madrid, 1973, pág. 11.

¹³ MARTÍN AGUADO, J. A.: Op. Cit., pág. 89.

¹⁴ MORISON, Stanley: *Principios fundamentales de tipografía*. Aguilar, Madrid, 1957, pág. 21.

¹⁵ LÓPEZ DE ZUAZO, A.: Op. Cit., pág. 51.

¹⁶ SUTTON, A. A.: Op. Cit., pág. 347.

¹⁷ MARTÍN AGUADO, J. A.: Op. Cit., pág. 89.

¹⁸ RIVA AMELLA, J. L.: “Edición electrónica” en BARTOLOMÉ CRESPO, D. (ed.): *Estudios sobre Tecnología de la Información, I*. Sanz y Torres, Madrid, 1991, pág. 129.

El *boceto* será el paso previo a la realización de la maqueta. López de Zuazo le describe como “*el proyecto de lo que será una página*”¹⁹, mientras que Sutton lo considera como principio del trabajo a efectuar, como el primer paso ya que “*después de elegir el boceto que ha de seguirse, el confeccionador está ya dispuesto a trazar la maqueta final*”²⁰, mientras que Alastair Campbell lo valora como “*un bosquejo que muestra la idea básica de... un diseño*”²¹ y para Martínez de Sousa es el “*dibujo previo de lo que ha de ser un trabajo tipográfico*”²².

Antonio López de Zuazo define la *maqueta* como el “*modelo de cómo va a ser una página, en tamaño natural o reducido, en el que el confeccionador indica la superficie publicitaria, las ilustraciones, los titulares, los textos y los colores que se van a emplear*”²³. Albert A. Sutton dice que es “*el plano de trabajo o diagrama que debe utilizar el impresor en su trabajo, y cuantas cuestiones deje sin resolver el confeccionador, mayor será la eficacia que consiga aquél*”²⁴, siendo para él maqueta y diseño lo mismo. Campbell precisa que es “*el esquema de un número de páginas utilizado como plano de ubicación de las ilustraciones, los pies de ilustración y el texto*”²⁵. Martínez de Sousa denominará “*maqueta de composición*” a las “*hojas impresas con el recuadro de dimensiones de la caja de composición, donde se van embastando y pegando los textos..., grabados, cuadros, tablas, etc., y al mismo tiempo señalando los blancos correspondientes a la medida exacta*”²⁶, siendo lo mismo para Colín Cohen, quien añade: “*A fin de que después de realizada la página no haya*

¹⁹ LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, A.: Op. Cit., pág. 30.

²⁰ SUTTON, A. A.: Op. Cit., pág. 126.

²¹ CAMPBELL, Alastair: *Manual del diseñador gráfico*. Tellus, Madrid, 1989, pág. 148.

²² MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: *Diccionario de tipografía y del libro*. Labor, Barcelona, 1974, pág. 24.

²³ LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, A.: Op. Cit., pág. 124.

²⁴ SUTTON, A. A.: Op. Cit., pág. 133.

²⁵ CAMPBELL, A.: Op. Cit., pág. 163.

²⁶ MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: Op. Cit., pág. 174.

excesivos recorridos, que estropearían la labor, así como la estética conseguida en el estudio preliminar”, y para él, el maquetista, “también llamado confeccionador”, es “el encargado de preparar el proyecto..., conjugando medidas, tipos, cuerpos, cuadros, tablas, etc., de forma concreta...”²⁷.

Vemos como Sutton llama *diagrama* en las frases anteriores y López de Zuazo también le define como “*maqueta de una página de una publicación, donde se establece el orden de los elementos: publicidad, fotos, textos y titulares*”²⁸. Martínez de Sousa considera que es el “*esquema de la distribución de una composición tipográfica*”²⁹ y Cohen, el “*esquema inicial que representa el primer diseño o idea*”, mientras *diagramar* será el “*diseñar un boceto, libro, revista o cualquier material impreso*”³⁰ y para Martín Aguado, “*definir los elementos fundamentales de presentación que configuran la personalidad de una diagramación*”³¹, siendo esa diagramación “*la ordenación y valoración de todo el material redaccional –textos, ilustraciones y anuncios- que conforman toda la estructura de un diario*”³².

El *diseño* para el profesor García Yruela es “*una acción que se refiere a la realización de formas a través de medios gráficos*” y añade que su objetivo “*es presentar sobre un soporte final un conjunto de informaciones de forma organizada y comprensible*”³³. Para Wucius Wong: “*Un proceso de creación*

²⁷ COHEN, Colín: “Glosario” en *Manuel de producción para Artes Gráficas*. Tellus, Madrid, 1988.

²⁸ LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, A.: Op. Cit., pág. 66.

²⁹ MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: Op. Cit., pág. 78.

³⁰ COHEN, C.: Op. Cit., págs. 124 y 129.

³¹ MARTÍN AGUADO, J. A.: *Lectura estética y técnica de un diario*. Alhambra, Madrid, 1987, pág. 30.

³² MARTÍN AGUADO, J. A.: *Proyecto y diseño de un diario*. Ciencia 3, Madrid, 1991, pág. 68.

³³ GARCÍA YRUELA, Jesús: “Introducción a la Tecnología de la Información en Periodismo Impreso” en BARTOLOMÉ CRESPO, D. (ed.): Op. Cit., págs. 101 y 102.

visual con un propósito”³⁴. Para Alan Swann, en el diseño hay que “concretar qué cantidad de texto hay que incluir” y “se determinará la importancia de los títulos y subtítulos, se discutirán los elementos visuales, como fotografías e ilustraciones y, más importante, se obtendrá una idea sobre... preferencias en cuanto a estilo”, juzgando qué diseñador es aquél que “refleja el ‘aire’ del contenido de cada artículo particular que, lo general, se apoya en tema ilustrativo o fotográfico seleccionado”³⁵. Canga Larequi da el valor de diseño a la diagramación precisando que es “la distribución armónica de todos los elementos que componen la página de un diario”³⁶. Martín Salomón adjetiviza y juzga el “diseño tipográfico” como “una forma de arte especializada que exige una formación práctica considerablemente amplia”, determinando que el diseñador “ha de comprender las características de cada elemento no sólo en cuanto a la tipografía, sino también en relación con todas las demás formas de arte”³⁷. Diseño gráfico es para Joan Costa la “concepción y desarrollo de toda clase de mensajes visuales destinados a las artes gráficas”³⁸ y para Campbell, “diseño basado o que implica dos procesos dimensionales; por ejemplo: ilustración, tipografía y métodos de impresión”³⁹, mientras, para Martín Aguado, el diseño periodístico tiene por objeto “la ordenación y valoración de todo el material informativo –textos, ilustraciones y publicidad- que conforma la morfología de un diario, mediante la utilización de determinados recursos tipográficos y gráficos”⁴⁰. Marion March matiza que “aunque la primera tarea del diseñador es transmitir información o canalizar un mensaje, y hacerlo con

³⁴ WONG, Wucius: *Fundamentos de diseño bi y tri-dimensional*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991, 7ª ed., pág. 9.

³⁵ SWANN, Alan: *Como diseñar retículas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990, págs. 48 y 82.

³⁶ GANGA LAREQUI, J. : *La Prensa y las Nuevas tecnologías*. Deusto, Bilbao, 1988, pág. 170.

³⁷ SALOMÓN, Martín: *El arte de la tipografía*. Tellus, Madrid, 1988, págs. 9 y 12.

³⁸ COSTA, Joan: *Foto-Diseño*. Ceac, Barcelona, 1988, pág. 20.

³⁹ CAMPBELL, A.: Op. Cit., pág. 153.

⁴⁰ MARTÍN AGUADO, J. A.: *Proyecto y diseño...*, op. cit., pág. 11.

*precisión y claridad, el punto de vista acerca de la forma y el contenido es igualmente importante*⁴¹.

Nos preguntamos ante el desarrollo anterior por qué no llamar diagramación a la confección o diseño si el trabajo realizado es el de hacer una o varias maquetas o diagramas. Y por qué no denominar diagramador al confeccionador o diseñador. Interrogantes que nos bullen y preocupan y que intentaremos dar respuesta en próximo apartado.

1.3. En Latinoamérica.

Considerando a los países latinoamericanos que hablan castellano⁴², podemos precisar que en estas tierras existe menos variedad de vocablos para denominar el cometido periodístico de dar forma estética a la información antes de pasarla al proceso de impresión, en comparación con los usados en España.

Recogemos las voces más usadas en revistas y diarios:

1.3.1. Arte.

- 1.3.1.1. Arte.
- 1.3.1.2. Asistente artístico.
- 1.3.1.3. Director de arte.
- 1.3.1.4. Dirección artística.
- 1.3.1.5. Subdirector de arte.
- 1.3.1.6. Subdirector artístico.
- 1.3.1.7. Jefe de arte.

1.3.2. Diagramación.

⁴¹ MARCH, Marion: *Tipografía creativa*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989, págs. 18 y 19.

⁴² En el contexto de Latinoamérica se habla español, portugués, inglés, según sean países que fueron colonizados por España, Portugal, Inglaterra, respectivamente. Se denomina actualmente, en uso oficial de los países latinoamericanos, lengua española a la que enseñaron los españoles y en acepción popular, a veces, se le llama lengua castellana.

1.3.2.1. Diagramación.

1.3.2.2. Diagramador.

1.3.3. Diseño.

1.3.3.1. Diseño.

1.3.3.2. Diseño gráfico.

1.3.4. Gráfico.

1.3.4.1. Diseño gráfico.

1.3.4.2. Supervisor gráfico.

1.3.5. Montaje.

1.3.5.1. Montaje.

En nuestro análisis sobre los directorios y contactos con los medios informativos podemos precisar, y sobre la lectura de las propias voces usadas se pueden vislumbrar, los siguientes grupos:

1.4. Arte.

Consideran bastantes medios que es algo artístico el elaborar la estructura de la información y a los profesionales de este hacer los consideran como artistas. Llegan a existir los puestos de director o jefe y de subdirector o asistente y los profesionales que ejecutan la labor sin mando de jerarquía.

1.5. Diagramación.

La mayoría de las revistas aceptan esta denominación para la conformación informativa antes de pasar a la imprenta. Algunas de esas revistas llegan a tener un director artístico que realiza las funciones de jefe de

diagramación toda vez que la propia empresa considera que la diagramación es un arte. Y reconocen como diagramador al profesional que realiza el cometido de este trabajo informativo.

1.6. Montaje.

Pocas son las publicaciones que llaman montaje a la diagramación, pues tienen director de arte como el jefe de montaje ya que también consideran el montaje como un arte.

1.7. Diseño gráfico-diagramación.

Escasas son las revistas que distinguen esta dualidad tomando el diseño, como parte artística, en un primer paso y la diagramación, como parte técnica, en su segundo término.

En casi todos los diarios de Iberoamérica se llama diagramación al trabajo de esta parcela periodística. Y se reconoce como diagramador a la persona que ejercita tal función.

Dentro del acceso que hemos tenido a medio centenar de obras editadas en países iberoamericanos, no hemos encontrado ninguna definición sobre voces tecnológicas.

2. ANÁLISIS LEXICOLÓGICO DE LAS DIVERSAS VOCES USADAS.

2.1. Propósitos.

Las voces usadas se encuentran ya delimitadas por el análisis de uso efectuado en el apartado anterior. Son un total de veintiún vocablos.

En el presente apartado realizaremos un estudio lexicológico de cada una de esas voces a fin de conocer lingüísticamente su validez de uso.

2.2. Arte.

El término *arte* tiene diversas y amplias acepciones. Señalamos las más precisas: “*virtud e industria para hacer alguna cosa*”, “*todo lo que se hace por industria y habilidad del hombre...*”, “*conjunto de preceptos y reglas para hacer bien alguna cosa*”, “*cautela, maña, astucia*”⁴³.

Tiene su etimología en el “griego $\alpha\rho\tau$ (*ar*), yo dispongo: $\alpha\rho\tau\alpha\epsilon\kappa$ (*arthron*), articulación; latín, *artus*, miembro; *artem*, acusativo de *ars*, *artis*, *arte*”⁴⁴.

Su sinonimia sería “*técnica, tecnología, peritaje, oficio...*”⁴⁵.

2.3. Compaginación.

Para la Real Academia Española y para Casares, compaginación es la “*acción y efecto de compaginar*”⁴⁶.

Roque Barcia en lugar de “*acción y efecto*” precisa que es “*el acto y efecto*”⁴⁷. Y señala que es género femenino.

María Moliner dice que es “*derivado de significado deducible del de compaginar*”⁴⁸.

⁴³ BARCIA, Roque: *Primer diccionario general etimológico de la Lengua Española*. Imp. de Álvarez Hnos., Madrid, 1880, t. 1, pág. 431; CASARES, Julio: *Diccionario ideológico de la lengua Española*. Gustavo Gili, Barcelona, 1975, 7ª tir., 2ª ed., pág. 75; MOLINER, María: *Diccionario de uso del español*. Gredos, Madrid, 1975, pág. 260, t. 1; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario manual e ilustrado de la Lengua Española*. Espasa-Calpe, Madrid, 1950, pág. 150.

⁴⁴ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 431, t.1.

⁴⁵ Ib.; pág.432, t. 1; SANTAMARÍA, Andrés: *Diccionario de sinónimos, antónimos e ideas afines*. Ramón Sopena, Barcelona, 1969, pág. 43.

⁴⁶ CASARES, J.: Op. Cit., pág. 257 de la edición de Barcelona, 1942; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit., pág. 406.

⁴⁷ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 962, t.1.

Su etimología está en el “*latín, compãgŏn~tŏo, trabazón; forma sustantiva abstracta de comp~gŏn~tus, compaginado*”⁴⁹.

2.4. Compaginador.

Compaginador es “*el que compagina*”⁵⁰, el que realiza la compaginación, siendo vocablo de género masculino.

En el epígrafe 2.3. queda analizado el vocablo de compaginación.

2.5. Compaginar.

Se nos hace preciso analizar el vocablo compaginar. Vemos que es verbo activo y que existe su significado concreto en imprenta:

“*Ajustar*” a secas para Casares⁵¹. La Real Academia amplía diciendo que es “*ajustar las planas de un periódico*”⁵² y María Moliner precisa que es “*combinar las galeradas para formar las planas de un periódico*”⁵³.

Su significado en general sería: Componer, armonizar, poner en buen orden o combinar convenientemente las cosas que tienen alguna conexión o relación mutua, hacer compatible u ordenar unas cosas con otras⁵⁴.

⁴⁸ MOLINER, M.: Op. cit., pág. 686, t.1.

⁴⁹ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 962, t.1.

⁵⁰ Ib.; CASARES, J.: Op. Cit., pág. 257 de la edición de Barcelona, 1942; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit., pág. 406. María Moliner no expresa nada.

⁵¹ CASARES, J.: Ib.

⁵² REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit., pág. 401.

⁵³ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 686, t.1.

⁵⁴ Definición de significado a la vista de los diccionarios que manejamos, ya citados anteriormente.

Su etimología procede del “latín *comp~gOn~re*, enlazar una cosa con otra; de *cum*, con y *p~gOn~re*, unir. Propiamente hablado, el latín *comp~gOn~re* no es otra cosa que el frecuentativo de *comping.re*, unir estrechamente”.⁵⁵

2.6. Confección.

Confección es...

... “acción y efecto”⁵⁶ ...

... “acción”⁵⁷ ...

... “el acto y efecto”⁵⁸ ...

... “de confeccionar”.

Vocablo femenino.

Tiene su etimología en el latín “*confectio*”, teniendo dos canales de origen, según gramáticos: como “*forma sustantiva abstracta de confectus, confeccionado*”⁵⁹ y como “*derivado de ‘conficere’ y éste compuesto con ‘facere’*”⁶⁰.

2.7. Confeccionar.

⁵⁵ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 962, t.1.

⁵⁶ CASARES, J.: Op. Cit., pág. 265 de la edición de Barcelona, 1942; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit., pág. 418.

⁵⁷ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 716, t.1.

⁵⁸ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 991, t. 1

⁵⁹ Ib.

⁶⁰ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 716, t.1.

La Real Academia y Roque Barcia expresan: “*Hacer, preparar, componer, acabar, tratándose de obras materiales*”⁶¹.

Julio Casares señala: “*Hacer, formar, componer*”⁶².

María Moliner precisa que es “*hacer*” y añade: “*Se aplica corrientemente a los vestidos, sombreros y calzado, a relaciones o listas y a medicinas, bebidas, manjares*”⁶³.

Verbo transitivo en voz activa.

Etimológicamente procede del “*latín confic.re, perfeccionar; de cum, con, y de ficere, forma frecuentativa de fac.re, hacer*”⁶⁴.

2.8. Confecciona.

Voz verbal de modo indicativo en tiempo simple, singular y tercera persona que expresa, de manera objetiva e independiente, la significación de confeccionar denotando que se realiza en presente habitual por persona única⁶⁵.

2.9. Confeccionador.

Es el adjetivo masculino aplicable a la persona “*que confecciona*”. Tiene su femenino: *confeccionadora*⁶⁶.

⁶¹ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 991, t.1; REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit., pág.418.

⁶² CASARES, J.: Op. Cit., pág. 265 de la edición de Barcelona, 1942.

⁶³ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 716, t.1.

⁶⁴ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 991, t.1.

⁶⁵ ACADEMIA ESPAÑOLA: *Gramática de la Lengua Española*. Espasa-Calpe, Madrid, 1931.

⁶⁶ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 991, t.1; CASARES, J.: Op. Cit., pág. 265 de la edición de Barcelona, 1942; MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 716, t.1; R.A.E.: Op. Cit., pág. 418.

Su etimología: del latín “*confector*”⁶⁷.

2.10. Creación.

Podemos considerar el uso de creación como “*acción de crear*”⁶⁸, y si analizamos crear podemos decir que creación es la acción de “*establecer, fundar, introducir por primera vez una cosa; hacerla nacer o darle vida, en sentido figurado*”⁶⁹.

Su etimología la tenemos del “latín *cre~tus*, forma sustantiva de *cre~tus*, creado”⁷⁰.

2.11. Diagrama.

Vemos qué es diagrama a través de sus significados según señalan las diversas obras consultadas, las cuales coinciden que es masculino.

El “*Diccionario ideológico de la Lengua Española*” dice: “*Dibujo geométrico que sirve para probar una proposición, o para representar de una manera gráfica la variación de un fenómeno*”⁷¹.

En el “*Diccionario General Etimológico de la Lengua Española*” leemos: “*Geometría antigua: Figura o construcción de línea que sirve para demostrar una proposición*”. Procede del “griego * $\Delta \forall \mu \mu \forall$ (diáγραμμα), de *diá*, por, y *grámma*, letra, línea”⁷².

⁶⁷ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 991, t.1.

⁶⁸ R.A.E.: Op. Cit., pág. 461.

⁶⁹ Ib.

⁷⁰ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 1099, t. 1

⁷¹ CASARES, J.: Op. Cit., pág. 374.

⁷² BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 171, t. 2 (Madrid, 1981).

El *“Diccionario del uso del español”* manifiesta: *“Gráfico. Representación mediante un dibujo geométrico de un fenómeno o una ley”*⁷³. En cuanto a su etimología señala que es del griego *“diágramma, de grapho, dibujar”*, siendo *“gram”* la *“raíz del griego grámma, escrito, letra, derivado de grapho, escribir”*, y *“graf”* la *“raíz del griego grapho, escribir, dibujar, describir”*.

El *“Diccionario manual e ilustrado de la Lengua Española”* señala: *“Dibujo geométrico que sirve para demostrar una proposición, resolver un problema o figurar de una manera gráfica la ley de variación de un fenómeno”*⁷⁴.

El *“Diccionario Enciclopédico Salvat”* le recoge como *“esquema que representa un conjunto de datos y conclusiones deducidas de esos datos”*⁷⁵.

2.12. Diagramación.

Podemos precisar que es la acción de diagramar.

Los diccionarios consultados nada traen sobre los términos diagramación y diagramar⁷⁶.

2.13. Diagramador.

Diagramador es quien diagrama, la persona que realiza el diagrama.

Consultados diversos diccionarios⁷⁷, no encontramos recogida esta voz, masculina, que también puede tener su femenino: diagramadora.

⁷³ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 988, t. 1.

⁷⁴ R.A.E.: Op. Cit., pág. 574.

⁷⁵ AA. VV.: *Diccionario enciclopédico*. Salvat, Barcelona, 1967, pág. 1055, t. 2.

⁷⁶ Los diccionarios ya citados.

⁷⁷ Los diccionarios ya citados.

2.14. Diseña.

Voz verbal de modo indicativo en tiempo simple y singular que expresa, objetiva e independientemente, la significación de diseñar denotando que se realiza en presente habitual por persona única⁷⁸.

2.15. Diseñar.

Para la Real Academia y Casares es “*hacer un diseño*”⁷⁹. Verbo transitivo y activo.

Para Barcia: “*Delinear, trazar algún edificio o figura*”⁸⁰. Y para Moliner: “*Hacer el diseño de una cosa*”⁸¹.

2.16. Diseño.

La Real Academia y Casares coinciden al precisar que diseño es “*la delineación de un edificio o una figura*”⁸², teniendo solamente género masculino. Roque Barcia casi dice lo mismo, pero matizando más: “*Plan, traza, delineación sobre una superficie para forma algún edificio o figura*”⁸³.

⁷⁸ ACADEMIA ESPAÑOLA: Op. Cit.

⁷⁹ CASARES, J.: Op. Cit., pág. 383; R.A.E.: op. Cit., pág. 587.

⁸⁰ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 218, t. 2.

⁸¹ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 1014, t. 1.

⁸² CASARES, J.: Op. Cit., pág. 383; R.A.E.: Op. Cit., pág. 587.

⁸³ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 218, t. 2.

María Moliner manifiesta: “*Apunte. Boceto. Bosquejo. Croquis. Esbozo. Esquema. Dibujo hecho solo con líneas para representar algo con poco detalle*”⁸⁴.

Su etimología está en el latín “*designare, de signare y éste de signa*”⁸⁵; “*diseño y designio representan la misma palabra de origen. El designio es el diseño de la conciencia, como el diseño viene a ser un designio del arte*”⁸⁶.

2.17. Diseño gráfico.

El vocablo diseño ya ha sido analizado en el epígrafe anterior 2.16.

Gráfico es un “*adjetivo formado del griego graphe ρ n ((Δ \forall N, ρ <)), escribir, describir, figurar, pintar, que se aplica a las descripciones y operaciones representadas por medio de figuras” o “*signos*”, o bien del griego graphikós ((Δ \forall N4Π $\bar{\Phi}$), “*todo lo que se representa por medio del dibujo*”, todo lo “*perteneciente o relativo a la escritura*”⁸⁷.*

Decir *diseño gráfico* es repetitivo. Añadir gráfico al vocablo diseño es reiterar dos veces el mismo significado, pues las dos voces se refieren a la delineación o representación por medio de figuras o dibujos.

2.18. Ideación.

Ideación es “*génesis y proceso en la formación de las ideas*”⁸⁸. E idea es “*ingenio, talento para disponer, inventar y trazar alguna cosa*”, o bien “*pensamiento de hacer cierta cosa*”⁸⁹.

⁸⁴ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 1014, t. 1.

⁸⁵ Ib.

⁸⁶ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 218, t. 2.

⁸⁷ Ib., pág. 1001, t. 2; R.A.E.: Op. Cit., pág. 789.

⁸⁸ CASARES, J.: Op. Cit., pág. 460 de la 3ª parte de la edición de Barcelona, 1975; R.A.E.: Op. Cit., pág. 845.

Su etimología la encontramos en el griego ἰδέω (idéa) y en el latín *idea*, pudiéndose señalar en su sentido etimológico que el “griego *idéa* representa *vidéa*, como el verbo *εἶδεν* (*eídein*), *idear*, *representa vídein*, equivalencia al latín *videre*, *ver*”, derivando toda esta gran serie del lenguaje “del sanscrito *vid*, que tiene la misma significación”⁹⁰.

2.19. Maqueta.

Encontramos acepción al vocablo maqueta en:

a). El “*Diccionario del uso del español*”⁹¹: “*Proyecto o reproducción exacta de un monumento, edificio, barco, etc. en miniatura*”.

b). El “*Diccionario manual e ilustrado de la Lengua Española*”⁹²: “*Modelo plástico en tamaño reducido de un monumento, edificio, construcción, etc., hecho generalmente con materiales no preciosos*”.

2.20. Maquetista.

En ninguno de los diccionarios consultados⁹³, que han sido varios, encontramos acepción para este término de maquetista.

Maquetista sería la persona que realiza la maqueta. Palabra derivada del radical del vocablo maqueta y el sufijo *ista* que “*denota oficio, profesión*”⁹⁴.

⁸⁹ BARCIA, J.: Op. Cit., pág. 9, t.3; MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 82, t.2; R.A.E.: op. Cit., pág. 845.

⁹⁰ Ib.

⁹¹ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 343, t. 2.

⁹² R.A.E.: Op. Cit., pág. 974.

⁹³ Los diccionarios ya citados.

⁹⁴ A. E.: *Gramática...* Págs. 129 a 140.

2.21. Montaje.

Sobre el vocablo montaje, que tiene género masculino, encontramos acepción análoga a través de las obras que manejamos.

Así Roque barcia dice que es la *“acción y efecto de montar la artillería, una máquina”*⁹⁵.

Julio Casares manifiesta: *“Acción y efecto de montar o combinar las piezas de una máquina”*⁹⁶.

La Real Academia Española expresa: *“Acción y efecto de montar un aparato o máquina”*⁹⁷.

María Moliner recoge la voz montaje como *“acción y efecto de montar cualquier cosa. Especialmente, acción de montar una máquina”*⁹⁸, aplicándola en sus usos cinematográfico y teatral.

2.22. Realización.

Realización es la *“acción y efecto de realizar o realizarse”*⁹⁹, es decir la acción y efecto de *“verificar, hacer real y efectiva alguna cosa”*¹⁰⁰.

⁹⁵ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 814, t. 3 (Madrid, 1981).

⁹⁶ CASARES, J.: Op. Cit.

⁹⁷ R.A.E.: Op. Cit., pág. 1025.

⁹⁸ MOLINER, M.: Op. Cit., pág. 449, t. 2.

⁹⁹ BARCIA, R.: Op. Cit., pág. 604, t. 4 (Madrid, 1982); CASARES, J.: Op. Cit., pág. 706 de la 3ª parte de la edición de Barcelona, 1975; R.A.E.: Op. Cit., pág. 1290.

¹⁰⁰ Ib.

Vocablo femenino, verbal, derivado –primario y nominal- mediante el sufijo *ación*, del verbo –activo y transitivo- *realizar* el cual procede del “*latín re~lis, proveniente a su vez de ‘res, rei’, cosa, y éste, posiblemente de ‘réor’, contar –o a la inversa-*”¹⁰¹.

3. VOCABLOS MÁS APROPIADOS.

3.1. Propósitos.

Las voces en uso no precisan lingüísticamente la realidad del área de la información que tratamos. Ya lo hemos visto en el apartado anterior.

Vamos a buscar, en este capítulo, los vocablos más apropiados. Precisaremos su necesidad. Fijaremos qué vocablos y pasaremos a un estudio sobre la etimología y analogía de ellos. Y finalmente definiremos las voces que proponemos.

3.2. Necesidad.

En apartado anterior hemos analizado lexicológicamente las diversas voces usadas para determinar el área periodística que intentamos precisar en sus acepciones.

Hemos podido ver que ninguna voz tiene la suficiente fuerza léxica ni interpretativa para dar significado real y certero a una denominación que precisa globalmente y con propiedad.

Por tanto se nos hace necesario buscar unas voces propias por diversas razones:

Para uso definitivo en la profesión periodística, a fin de que se dejen de utilizar diversas voces para denominar un mismo trabajo profesional.

¹⁰¹ A. E.: *Gramática...* Págs. 20, 21, 129 a 131 y 135; BARCIA, R.: *Op. Cit.*, págs. 603 y 604, t. 4; MOLINER, M.: *Op. Cit.*, pág. 941, t. 2.

Para evitar un alejamiento lingüístico entre Latinoamérica y España dentro de términos profesionales, toda vez que el encauzamiento común dentro de un nuevo orden internacional de la información se hace necesario.

Para tener unos vocablos precisos y adecuados en las Ciencias de la Comunicación que se verán asimismo beneficiadas, toda vez que el profesional se sentirá más identificado psicológicamente con su trabajo y potenciará el ejercicio periodístico.

Para conformar una estructuración científica dentro de la Tecnología de la Información.

Para lograr una actitud psicosocial favorable hacia los profesionales que laboren en este área.

Para dignificar un sector de la estructuración informativa a fin de que sea un área de especialización.

Las interrogantes surgen sobre los vocablos a utilizar. Sin embargo digo ya *diagramación* como acción y efecto de *diagramar*, pues juzgo que este léxico, no recogido por la Real Academia Española, cada vez más utilizado en el Estado español, pero sí de uso castellano en Latinoamérica, es más puro en su acepción a fin de precisar una parcela periodística, llamando *diagramador* a quien realiza los *diagramas*. Más cuando leemos en el diccionario de la Real Academia Española que *diagrama* es el “*dibujo geométrico que sirve para demostrar una proposición, resolver un problema o figurar de una manera gráfica la ley de variación de un fenómeno*”¹⁰². ¿Y no es un dibujo geométrico el contenido de un diagrama que sirve para demostrar como ha de realizarse tipográfica o compugráficamente la publicación periodística?

3.3. Etimología y analogía.

¹⁰² REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la Lengua Española*. Espasa-Calpe, Madrid, 1970, 19ª ed., pág. 473.

3.3.1. Diagrama.

Tiene su etimología en la palabra latina *diagramma* y ésta su vez en la voz griega *4ζ(Δ∇μμ∇: diseño¹⁰³.

Δζ(Δ∇μμ∇ procede de la preposición *4ζ, que equivale “*a por, a través de, por medio de, a causa de, durante*”, y del nombre sustantivo neutro, de la tercera declinación, tema dental, (Δζμμ∇ que traduce letra, línea, inscripción¹⁰⁴.

Es sustantivo masculino, singular. Vocablo primitivo y simple¹⁰⁵. En plural, diagramas.

3.3.2. Diagramar.

Vocablo deriva, verbal, primario, del sustantivo castellano *diagrama*, a cuyo radical se la ha añadido el sufijo *ar*¹⁰⁶.

Verbo transitivo y regular, de voz activa; pertenece a la primera conjugación¹⁰⁷.

3.3.3. Diagramación.

Es nombre sustantivo verbal, femenino, singular. Para obtener el plural habría que añadir *es*: *diagramaciones*¹⁰⁸.

¹⁰³ Ib.

¹⁰⁴ BARCIA, R.: Op. Cit., págs. 167 y 171, t. 2; BERENGUER AMENÓS, Jaime: *Helade I*, Bosch, Barcelona, 1965, 10ª ed., págs. 168 y 169, y *Helade II*, Barcelona, 1965, 9ª ed., págs. 160 y 161; BERENGUER AMENÓS, J.: *Gramática griega*. Bosch, Barcelona, 1965, 18ª ed., págs. 27 a 29 y 139 a 143.

¹⁰⁵ A. E.: *Gramática...* Págs. 12 a 22.

¹⁰⁶ Ib., págs. 20, 21 y 145.

¹⁰⁷ Ib., págs. 44, 45 y 54.

Derivado nominal, secundario, de la radical *diagram*, de diagramar, más el sufijo *ación*¹⁰⁹.

3.3.4. *Diagramador*.

Adjetivo verbal, masculino y singular. Su femenino sería *diagramadora* y su plural *diagramadores* y *diagramadoras*¹¹⁰.

Voz derivada, nominal, resultante de la unión de la radical de diagramar, *diagram*, con el sufijo *ador*¹¹¹.

3.4. Definiciones.

Tenemos ya delimitadas varias voces, entroncadas en sí, para una profesión en un cometido de especialización: diagrama, diagramar, diagramación y diagramador/diagramadora. Efectuados ya unos análisis sobre etimología y analogía de estos vocablos no nos queda más que hacer una exposición de sus significados para completar un tratado lexicológico.

3.4.1. *Diagrama*.

Diagrama es el modelo, a tamaño natural o reducido de la página de una publicación, donde se establece el orden tipográfico, compugráfico o cibergráfico del texto, ilustración y publicidad, a fin de transmitir un mensaje integral.

¹⁰⁸ Ib., págs. 12 a 22.

¹⁰⁹ Ib., págs. 129, 131 y 135.

¹¹⁰ Ib., págs. 20, 21 y 27 a 30.

¹¹¹ Ib., págs. 129 a 132 y 136.

Diagrama es el modelo de la página de una publicación que utilizará el impresor para poder realizar su trabajo.

Diagrama es el resultado del trabajo realizado por el diagramador o la diagramadora.

3.4.2. *Diagramar.*

Diagramar es preparar, hacer, elaborar, acabar diagramas.

Diagramar es efectuar el trabajo de realizar diagramas.

Diagramar es dar forma estética al texto, ilustración y publicidad antes de pasar al proceso de reproducción periodística.

3.4.3. *Diagramación.*

Diagramación es la acción y efecto de diagramar.

Diagramación es la realización de diagramas de una publicación.

3.4.4. *Diagramador, ra.*

Diagramador (o *diagramadora*) es el (o la) periodista que diagrama.

Diagramador (o *diagramadora*) es el (o la) periodista que, a través de los diagramas, da estructura tipográfica, compugráfica o cibergráfica a las páginas de una publicación.

Capítulo 3.

**NUEVAS TECNOLOGÍAS
Y
PERIODISMO**

Publicado como Capítulo III con el nombre de *Nuevas tecnologías y Comunicación* en las páginas 31 a 37 de la obra editada de Autores Varios con el título *La expresión comunicativa*, en Gallo de Vidrio, Sevilla, 1993. Ha sido actualizado a la fecha.

Estamos ante una sociedad que evoluciona a un ritmo insospechado de cara al tercer milenio. No descubrimos nada cuando ello expresamos, pues a través de distintos Medios de Comunicación nos llegan los continuos mensajes que nos hablan de tal evolución. Y percibimos que todo cuanto es parte de un devenir, aunque sea algo ya tangible, en su aspecto de funcionamiento a través de la máquina está recibiendo el apelativo de Nuevas Tecnologías. Y tal acepción nos suena grandiosa, muy moderna, muy pomposa, cual si se fuese a abrir una caja de Pandora y ahí va: todo resuelto, por arte de esas dos palabras, como si fuese una coraza elaborada con elementos de Nueva Tecnología donde nos imbuimos de dimensión y encanto y, por consiguiente, logramos ser ya el nuevo hombre.

Acontece, ni más ni menos, que el ser humano es un ser evolutivo a lo largo de la historia. No ha sido estático. Y a través del tiempo sus hábitos fueron modificándose por un lado y sus elementos de uso fueron transformándose. He aquí que ahora nos encontramos ante una dimensión infinita. Saltamos de la sociedad industrial a la sociedad cosmológica, donde el hombre encontrará realidades sin fronteras. Iniciamos el siglo XX con los planteamientos y albores de una visión industrial y concluimos el mismo para iniciar el tercer milenio (del mundo en la era cristiana; es decir: d. C. -después de Cristo-) con basamento de una cibernización que nos proporcionará universalidad en las comunicaciones.

Iremos analizando..., y procuraremos no ser paternalistas en nuestros planteamientos pues, como señala Mario Kaplun, *el paternalismo es tan sólo*

*una forma más endulzada del autoritarismo*¹¹². Consecuentemente intentaremos una comunicación no *bancaria*, es decir, huiremos de aquella donde el emisor es quien emite un mensaje para que sea recibido sin más por el receptor, que es donde entran la mayoría de los Medios de Comunicación masivos y otros canales comunicativos como el publicitario directo, el propagandístico indirecto o la palabra transmitida; aspiramos a una comunicación transformadora o liberadora, donde todos seamos emisores y receptores, es decir, *Emirec*, término acuñado por el canadiense Jean Cloutier a partir del Seminario sobre Comunicación Social y Educación realizado en Quito en septiembre de 1982 con los auspicios de la OREAL/UNESCO, surgiendo de la amalgama de las dos acepciones indicadas. Y para ese proceso comunicativo quien emite inicialmente ha de ser breve ante una audiencia, tan sólo ha de poner los elementos fundamentales para que se produzca el diálogo, las premisas para que la comunicación sea, según Antonio Pascuali, *la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad*¹¹³ o como precisa Luis Ramiro Beltrán: *El proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso al diálogo y participación*¹¹⁴.

Ojalá las ideas que vaya exponiendo en mis frases sean incorporadas por los receptores -lectores u oyentes- con la capacidad recreativa de su uso y así se haga realidad las palabras de Paulo Freire que dicen: *La incorporación es el resultado de la búsqueda, de algo que exige de parte de quien lo intenta, un esfuerzo de re-creación, de invención*¹¹⁵.

¹¹² KAPLUN, Mario: *El comunicador popular*. Humanitas, Buenos Aires, 1987, 2ª ed., pág. 21.

¹¹³ PASCUALI, Antonio: *Comprender la Comunicación*. Monte Ávila, Caracas, 1979.

¹¹⁴ BELTRÁN, Luis Ramiro: “Adiós a Aristóteles” en *Comunicación horizontal*. (Revista de Comunicación y Sociedad). N° 6, San Pablo, Brasil, septiembre de 1981.

¹¹⁵ FREIRE, Paulo: *La educación como práctica de la libertad*. Terra Nueva, Montevideo, 1969.

Cuando expresamos tecnología estamos usando una palabra que etimológicamente procede de la composición de *techne* -técnica- y *logos* -ley o tratado-. *Podríamos definir a la tecnología, en una primera aproximación a su concepto, como el tratado de la técnica*¹¹⁶. Tras un ligero recorrido por los análisis de las maneras actuales generales de entender la técnica donde la primera *concepción entiende la técnica como una ciencia basada en el conocimiento mientras que la segunda, por el contrario, lo hace en un sentido empírico basado en la experiencia del carácter metódico de determinados procedimientos*¹¹⁷, podemos entender por técnica *el conjunto de procedimientos para la transformación de una realidad exterior mediante el uso de un instrumento conforme a un lenguaje específico*¹¹⁸ y tecnología sería el estudio sistematizado de la técnica (de ese conjunto de procedimientos).

Emile McAnany concibe la tecnología como *el resultado de una aplicación racional de principios científicos y de ingeniería a la invención y a la manufactura de una herramienta destinada a lograr ciertas tareas específicas*¹¹⁹, mientras para el profesor Harry Katzan la tecnología es *la aplicación sistemática del conocimiento científico, o cualquier otro organizado, a objetos prácticos. Es decir, que sólo cuando un conocimiento organizado llega a convertirse en algo productivo y positivo tendríamos tecnología*¹²⁰. Considerando las opiniones de distintos investigadores, entre ellas las de Luka

¹¹⁶ CANGA LAREQUI, Jesús: *La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de redacción electrónica*. Deusto. Bilbao, 1988, pág. 24.

¹¹⁷ *Ibidem*, pág. 25.

¹¹⁸ Definición aportada por Alberto Díaz Mancisidor en su Memoria inédita del programa docente e investigador para el acceso a la plaza de profesor titular de la asignatura *Tecnología de los Medios Audiovisuales* en la Universidad del País Vasco, en 1986, pág. 14. Recogida por CANGA LAREQUI, J.: Op. Cit., pág. 27.

¹¹⁹ MCANAY, Emili: “Tecnología y cambio social” en *Chasqui*, número 2, enero-marzo 1982, Pág. 99. Citado por CANGA LAREQUI, J.: Op. Cit., págs. 27-28.

¹²⁰ KATZAN, Harry: *Information Technology*. Patrocelli Brooks. Nueva York, 1974, págs. 317-324. Citado por MARTÍN AGUADO, J. A.: *Fundamentos de Tecnología de la Información*. Pirámide, Madrid, 1978, pág. 51, y CANGA LAREQUI, J.: Op. Cit., pág. 28.

Brajnovic al manifestar que nunca se debe separar la tecnología de la actividad a la que se sirve¹²¹ y de Canga Larequi que precisa *siempre debe hablarse de tecnología química, tecnología textil, tecnología del automóvil, etc.*, matizando que *la palabra tecnología debe ir siempre acompañada por otro vocablo que la defina*¹²², señalaremos que hoy puede fijarse el término de Tecnología de la Comunicación al estudio sistemático de todo el procedimiento usado para acceder al conjunto de unas fuentes informativas que han de servirnos para el proceso periodístico. Y cuando hablamos de Nuevas Tecnologías del Periodismo queremos diferenciar entre los métodos sistematizados de la metodología usada en el pasado a las que por la propia realidad transformadora de la sociedad se están aplicando en tiempo actual y lograrán un mayor desarrollo en el devenir inmediato del quehacer periodístico.

Una información emana por sí misma de fuentes primarias o secundarias y en su procesamiento puede necesitar -a veces- de unos antecedentes al ser secundario. El acceso a esas fuentes o bancos de datos sería el objetivo de la comunicación. Y como precisan los comunicólogos Abraham Moles y Claude Zeltmann el problema ya no consiste en registrar o comunicar, sino en recibir¹²³. Y ello conlleva a una necesidad de materializar cuanta información poseemos en unos ficheros sistemáticos para acceder a los mismos en la mayor brevedad de tiempo posible. No es importante, de cara a años venideros quien posee mucha información almacenada, sino aquél que pueda acceder en el más breve plazo de tiempo a un mayor número de datos y para tal accesibilidad habrá de tener una rigurosa *organización de los conocimientos mismos*, respondiendo así a una *verdadera administración de la cultura y a una estructuración de ella*, la cual llevaría *necesariamente a un nuevo principio ético de la organización social*¹²⁴.

¹²¹ BRAJNOVIC, Luka: *Tecnología de la Información*. Universidad de Navarra (Eunsa), Pamplona, 1979, pág. 22.

¹²² CANGA LAREQUI, J: Op. Cit., pág. 28.

¹²³ MOLES, Abraham y ZELTMAN, Claude: “Conserva de la comunicación” en *La Comunicación y los Mass Media*. Mensajero, Bilbao, 1982, pág. 157.

¹²⁴ *Ibidem*, pág. 157.

El ir teniendo una conserva colectiva va dando forma a una valorada fuente, pero el mantenernos respecto al registro a través de métodos manuales supone un retardo en la inmediatez de conocimiento. Se nos hace, por tanto, necesario, el acceso rápido a esas fuentes para poder ofrecer esa información en el más breve plazo de minutos.

Para tal menester hemos de adentrarnos en la actualmente llamada telemática o cibernización. Hace casi cuarenta años una computadora costaba tres millones de dólares, es decir trescientos millones de pesetas, y en momentos del presente, se accede a un ordenador por mil quinientos dólares, unas ciento cincuenta mil pesetas, o quizás menos si adquirimos modelos caseros. El primer ordenador que existió en el mundo, cuando corría 1953, fue el *ENIAC* constando de 18.000 tubos de vacíos, 70.000 resistencias, 10.000 condensadores, 6.000 interruptores y consumía electricidad equivalente al consumo de 14.000 focos de luz.

Actualmente un microprocesador, llamado en el sector como *chip*, de un ordenador personal llega a tener más capacidad que la citada primera computadora y es más pequeño que la uña de un dedo¹²⁵.

La evolución de la cibernética a través de la segunda mitad del siglo XX nos lleva a encontrar una totalidad de uso de la misma para la comunicación. Podríamos citar ejemplos y casos de cómo desde la década de los setenta para acá, en el proceso comunicativo de la elaboración del contenido de la información escrita, va quedándose atrás la intervención manual para dar paso a la computerizada configuración del continente impreso; indicar cómo las viejas habitaciones llenas de enormes armarios está dando paso a pequeñas pantallas con teclados, donde en cuestión de segundos accedemos a las fuentes que deseamos, sin necesidad de consumir fracciones de tiempo en una localización de datos con el riesgo que al final de la búsqueda, ésta haya sido infructuosa.

¹²⁵ COWLAN, Bert: "Visión general del futuro de las comunicaciones" *Chasqui*, número 12, octubre-diciembre de 1984, págs. 65 y ss. Recogido por CANGA LAREQUI, J.: Op. Cit., pág. 34.

Hay que reconocer que capacidad tecnológica va pareja a economía, siendo ésta reservada a partidas presupuestarias distantes del alcance de usos populares. Poco nos serviría el dialogar sobre la aplicación de las Nuevas Tecnologías del Periodismo si no nos adentramos en el uso práctico de las mismas en nuestro cotidiano vivir. Es decir que el hombre saque su uso no dependiente ya que, como señala Carlos Esteva Fabregat, *a un conocimiento concreto de su máquina seguirá manteniendo su interés por ella y su producto, habida cuenta que su relación con éste y aquélla mantendrá al trabajador en una situación permanente de dominio*¹²⁶.

Está fuera de los límites de este análisis científico adentrarnos en los usos pormenorizados de la nueva tecnología en la gran capacidad de la práctica comunicativa. Sin embargo sí queremos dejar constancia que en la comunicación impresa, en el proceso informativo del continente, es decir, de la propia tecnología de la impresión, ésta -a través de la computerización- ha logrado ya una realidad inmediata en su procedimiento sobre anteriores métodos tipográficos, no dejando obsoleta -cuando sí lo ha hecho con otras funciones humanas- la figura del diagramador -periodista especializado en diagramación-: *se le conoce como mezcla de técnico y artista, imaginativo y creador, inmerso en la sociedad en que vive. Tiene una labor mediadora entre el arte y el público por la creación de formas bellas y funcionales. Se acerca al campo del arte y al de la técnica... Ha de ser también informador y cuenta con unos recursos expresivos y tipográficos, así como con sistemas de expresión gráfica: dibujos, mapas, fotografías, colores, espacios, etc. Todo un conjunto de componentes cuya articulación y armonización son importantes*¹²⁷.

Sí habría que lograr -y aún está por hacer- una compaginación de los elementos tecnológicos informativos entre las impresiones manual y cibernética para que se dé una sincronía y transmutación de un proceso a otro -actualmente en fase de consolidación- sin alteraciones sociológicas: *otra idea medular cuando entramos a señalar la posibilidad del cambio en el periódico es aquella primigenia de que las nuevas tecnologías de la información no van a alterar el*

¹²⁶ ESTEVA FABREGAT, Claudio: *Antropología industrial*. Planeta, Barcelona, 1973.

¹²⁷ BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: "El diseño periodístico" en *Estudios sobre Tecnologías de la Información 2*, Dykinson, Madrid, 1992, pág. 70.

producto en el sentido que mejorarán los procesos, modernizando sus sistemas de realización. No hay proceso de sustitución sino de mejora¹²⁸.

¹²⁸ DE PABLOS COELLO, José Manuel: “El periódico informatizado” en *Estudios sobre Tecnologías de la Información 2*, Dykinson, Madrid, 1992, pág. 70.

Capítulo 4.

LA INFORMACIÓN NO VERBAL EN LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Publicado como Capítulo 5 con igual nombre en las páginas 45 a 52 de la obra editada de Autores Varios con el título *Lenguaje informativo y filmográfico*, como nº 1 de la colección *Pliegos de Información* del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla en 1992. Ha sido actualizado a la fecha.

1

Ninguna sociedad puede existir sin la comunicación basada en un proceso de su propia estructura social. La información es la incidencia en el proceso de la comunicación a través del mensaje, teniendo toda una estructura tecnológica. Y el estudio de la Tecnología de la Información tiene como objeto material *“la información periodística, concebida ésta como la selección, tratamiento y difusión de las noticias mediante la utilización de los medios de transmisión o comunicación social”*¹²⁹ y por objeto científico *“el estudio de la información periodística en sus diversos procesos de selección, elaboración y transmisión”*¹³⁰. Dentro del objeto material encontramos instrumentos diversos: *“Conjunto de instrumentos manuales, mecánicos y automáticos que hacen posible la impresión de un periódico”*¹³¹. Y dentro del objeto científico hallamos el conocimiento de las estructuras con su continente y su contenido. En cuanto al continente, podemos precisar que en él influye, subjetivamente, la labor de presentación impresa de la publicación a través de la distribución de los originales, cuya técnica de trabajo, *“con una función técnico-artística”*, según el profesor Martín Aguado¹³², puede *“modificar y condicionar el contenido de la información y hasta deformarlo, en algunos casos, errónea o*

¹²⁹ MARTÍN NAVARRO, J. A.: *Fundamentos de Tecnología de la Información*. Pirámide, Madrid, 1978, pág. 79.

¹³⁰ Ib.

¹³¹ Op. Cit., pág. 80.

¹³² Op. Cit., pág. 89.

tendenciosamente”¹³³. Y el periodista que diagrama ha de tener un conocimiento amplio del objeto material antes indicado pero siendo consciente de la importancia del objeto científico toda vez que su trabajo se encuentra dentro del continente de la estructura informativa que ha de ser “*objeto equilibrado y artístico*”¹³⁴, llegando a ser el estudio de toda la técnica que utilice, las Ciencias del Continente¹³⁵, en las cuales, según el profesor Bartolomé Crespo, “*unas veces predominará la dimensión objetiva, ciencia, sobre la subjetiva, artística*”, ya que “*las nuevas tecnologías posibilitan esa interacción comunicativa*”¹³⁶.

Si intentásemos aportar estética a la página de una publicación a la hora de darle forma, tendríamos que entrar en una búsqueda de “más lenguaje” e iríamos -entre otras opciones- al camino de la Semiótica o Semiología, así como al de la Psicología de la Forma o “Gestalttheorie”, abriéndonos a un campo de la comunicación no verbal.

2

En el nacimiento de la Semiología y la Semiótica encontramos un doble inicio aunque casi simultáneo:

a) En Europa, Saussure marca unas líneas de análisis de la función social del signo a través de su estudio -solamente iniciado, pues no llegó a concluirlo debido a su muerte- sobre la “*totalidad de los signos empleados por el hombre*”¹³⁷.

¹³³ Ib.

¹³⁴ Ib.

¹³⁵ Ib.

¹³⁶ BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: “El diseño periodístico” en BARTOLOMÉ CRESPO, D. (ed.): *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, 2. Dykinson, Madrid, 1992, pág. 162.

¹³⁷ ORIVE, Pedro: *Estructura de la información periodística*, 2: *Comunicación y sociedad democrática*. Pirámide, Madrid, 1978, pág. 152.

b) En Estados Unidos, Pierce “filósofo, lógico y matemático fue el primero en intentar una sistematización científica del estudio de los signos, al establecer los principios de la Semiótica o Teoría de los Signos”¹³⁸.

Estos dos científicos surgen casi a la par en sus estudios y análisis, que serán seguidos hasta hoy por estudiosos e intelectuales. El primero con visión social y el segundo con visión lógica, como expresa el profesor Orive: “*Mientras que Saussure subraya la función social del signo, Pierce insiste en su función lógica*”¹³⁹; manifestación también mantenida por los profesores Blanco Carril y Arias que añaden: “*Los dos aspectos de estudio e investigación están en estrecha correlación, por lo que la Semiología y la Semiótica son, para nosotros, una misma disciplina. Un campo común de estudio, con un repertorio de temas y métodos aún no unificados pero que tienen un objetivo concreto, que son los sistemas de comunicación*”¹⁴⁰.

Queda clarificado que nos encontramos ante dos conceptos que tienen un común denominador: desarrollarse en plenitud como Ciencia, intentando su aplicación en nuestra sociedad. Y tenemos hoy dos escuelas de estudiosos que caminan paralelamente, compartiendo el mismo objetivo, sin vincularse: la de las orillas del occidente Atlántico, que utiliza, en todas sus investigaciones, la denominación de Semiótica y la de la ribera nórdica-oriental del Atlántico que llama estudios semiológicos a sus trabajos científicos.

En el centro mismo de la Semiótica o Semiología encontramos el signo, el cual podemos tomar como “*cosa que sustituye a otra*”¹⁴¹; juzgamos que esa cosa a su vez está impregnada de otras cosas que le aportan soporte a su validez como tal.

¹³⁸ PIGNATARI, Décio: *Información, lenguaje, comunicación*. Gustavo Gili, Barcelona, 1977, pág. 21.

¹³⁹ ORIVE, P.: Op. Cit., pág. 152.

¹⁴⁰ BLANCO CARRIL, R, y ARIAS, H.: *Lengua Española: I, Introducción a la lingüística*. Impreso en Instaprint de España, Madrid, 1973, pág. 41.

¹⁴¹ Definición de Charles Sanders Pierce recogida por Pignatari en op. cit., pág. 21.

Previo al signo encontramos la señal que es la fuerza activadora de las posibilidades perceptivas; en el total del proceso señal-signo-símbolo se centra la clave de esta nueva Ciencia.

Si es necesario que la Semiótica o la Semiología como Ciencia se consolide, también son necesarios los estudios o investigaciones que se vienen realizando sobre sus aplicaciones a la Comunicación de Masas, en sus diferentes manifestaciones: televisión, radio, cine, prensa escrita, publicidad...

La Semiótica o Semiología ha aportado material amplio sobre el proceso comunicacional. Nos ocuparemos en este momento de lo relacionado con los Medios de Comunicación de masas a nivel periodístico, del cómo los signos y símbolos gráficos llegan a ser comunicación.

Recordemos el objeto de la investigación semiológica o semiótica: *“Reconstruir el funcionamiento de los sistemas de significación ajenos al lenguaje”*¹⁴². En comunicación de masas se puede por tanto profundizar ampliamente en ese objetivo; por ello creemos que el contenido y el continente (de un diario, de una revista) deben ser tratados de igual forma, o sea no relegar uno al otro puesto que en proceso semiológico o semiótico dependen de los dos aspectos.

Para situarnos, tomemos en nuestras manos un ejemplar cualquiera de una revista: estamos ante sus páginas. ¿Qué captamos antes de entrar en el análisis del contenido lingüístico? Un todo, constituido por un amplio conjunto al que Barthes denomina “corpus”¹⁴³.

Antes de que el “corpus” esté organizado debe tenerse en cuenta una serie de factores que constituirán la señal de los futuros-inmediatos signos y símbolos que entre todos constituirán el mensaje. Esos factores, que estructuran el papel de los mass media, son: tamaño, forma, color, espacio, continuidad, variedad, etc. Llegará a existir la intención de que el “corpus” sea recibido y el mensaje bien captado. Barthes nos dice que para organizar el “corpus” se debe tener en

¹⁴² BARTHES, Roland: “Elementos de semiología” en *La Semiología*. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972, 2ª ed., págs. 65-66. Citado también por ORIVE en op. cit., pág. 169.

¹⁴³ Ib., pág. 66. Citado también por ORIVE, op. cit., pág. 170.

cuenta: “a) Ser bastante extenso como para que sea razonable esperar que sus elementos saturarán un sistema completo de semejanzas y diferencias; b) Ser lo más homogéneo posible. Aquí pueden distinguirse dos tipos de homogeneidad: b1) homogeneidad de sustancia, b2) homogeneidad de temporalidad”¹⁴⁴.

A pesar de los esfuerzos por establecer un tipo de “corpus”, pensamos que no se ha llegado a profundizar en una cantidad de elementos que están presentes, que son necesarios, que son utilizados, pero que se les ha tomado solamente como parte del todo, como elementos constitutivos.

Nos referimos a las líneas, puntos, diferencias de cuerpos y serie de las letras, ínter espacios, espacios vacíos, espacios oscurecidos, aclarados, tipos de ilustraciones (foto, dibujo, caricatura), títulos, destacados, sumarios, ladillos, recuadros, tramas y posiblemente sean muchos otros los elementos constitutivos de ese “corpus” que ahora se escapan, pero que están en la página impresa y que han de ser protagonistas en la Semiología o Semiótica de la Comunicación de Masas.

Todos estos elementos constituyen los sistemas de comunicación no lingüísticos, clasificados por Buysens como asistemáticos¹⁴⁵, que llegan a constituir el continente del mensaje impreso el cual no debería quedar rebajado en jerarquización ante el contenido del mensaje cual es el texto -expresión directa de lo verbal-, debiendo de recibir ambos igual atención toda vez que los dos constituyen el “corpus” y son los que producen el “engrama” (véase cuadro 1), pues en el acto sémico los dos son plenamente activos y válidos.

Por tanto la Semiología o Semiótica de la Comunicación de Masas deberá tener en cuenta cada uno de esos elementos pero dándoles un tratamiento adecuado, o sea que tendrá que llegar a desarticular los componentes del mensaje colectivo a fin de hacer un estudio de ellos, ya que de todos depende el que se capte o no la señal primaria y se activen los signos y símbolos en el receptor para que así se pueda llegar a cubrir el objetivo: identificación de una realidad supuesta (ejemplo: una página cualquiera de un periódico) con la

¹⁴⁴ Ib., pág. 67. También citado por ORIVE, op. cit., pág. 170.

¹⁴⁵ ORIVE, P.: Op. Cit., págs. 162 y 166. En estas páginas recoge la clasificación de sistemas no lingüísticos según Buysens.

realidad mental del receptor para que la conjugación de ambas realidades dé respuesta de comunicación, produciendo una huella o “engrama”.

3

Los planteamientos de la Psicología de la Forma -o la “Gestalttheorie”- son también necesarios considerarlos para comprender la importancia del continente de la información y su proyección no verbal. Todo en cuanto se nos muestra en la página de una publicación son también formas que han de ser percibidas por el receptor del mensaje.

Viglietti dice: *“La psicología de la forma parte... de formas o estructuras -Gestalten- consideradas como datos primitivos, el auténtico primum psychicum de nuestro proceso cognitivo”*¹⁴⁶. Y puntualiza: *“El análisis fenomenológico de la percepción ha revelado, sin lugar a duda, la existencia de una Gestalt”*¹⁴⁷. Morgan nos precisa que las palabras en una página llegan a ser tomadas como figura en una percepción sensorial, quedando la página en sí como fondo¹⁴⁸. Katz, al hablarnos de las propiedades de las formas, nos dice: *“En la estructura de una forma se determinan mutuamente la totalidad y sus miembros, por lo que la calidad total domina como fenómeno sobre las calidades de los miembros... La simplicidad mínima de la forma es la simplicidad de la uniformidad; la simplicidad máxima, la de la articulación completa”*¹⁴⁹.

¹⁴⁶ VIGLIETTI, M.: *La psicología de la forma y la Gestalttheorie*. Don Bosco, Barcelona, 1975, pág. 10.

¹⁴⁷ Op. Cit., pag. 14.

¹⁴⁸ MORGAN, Clifford T.: *Introducción a la Psicología*. Aguilar, Madrid, 1970. 1ª reimp. De la 1ª ed., pág. 281.

¹⁴⁹ KATZ, David: *Psicología de la forma*. Espasa Calpe, Madrid, 1967, 3ª ed., pág. 50.

Es patente que para poder conformar la estructura de la página impresa ha de tenerse en cuenta los hallazgos gestálticos¹⁵⁰: figura-fondo, agrupación y profundidad, los cuales servirán para la recepción plena del mensaje.

¹⁵⁰ El profesor Miguel Ángel Pérez escribe: “1) *Figura-fondo. Es una organización básica para la estructuración de los estímulos y fácil de comprobar. Si en una cuartilla en blanco echamos un borrón de tinta, al estilo de las manchas de Rorschach, inmediatamente percibimos la mancha como un estímulo colocado sobre un fondo blanco. Esta relación entre mancha-papel, puede ser reversible, destacándose cuando una cuanto otra, a voluntad, pero con la importancia particular de que la parte que actúa más cerca del espectador el primero que el segundo... Perspectiva. Una de las formas más sencillas es trazar dos líneas convergentes, diciendo que son paralelas y que dan la impresión de unirse en el horizonte, como los raíles del tren. Sin embargo, se puede lograr con la disminución de tamaño y con la altura en el plano horizontal...*” (PÉREZ RUIZ, Miguel Ángel: *El mensaje publicitario y sus lenguajes*. Instituto Nacional de Publicidad, Madrid, 1979, págs. 230 a 233).

**Cuadro del
PROCESO SEMIOLÓGICO O SEMIÓTICO
EN EL PERIODISMO**

Sistemas de
Comunicación
lingüísticos



Sistemas de
Comunicación
no verbales



Texto



**Elementos tipográficos,
compugráficos, lasergráficos
o cibergráficos**



C O R P U S



SEÑAL - SIGNO - SÍMBOLO



se
produce



una **huella** o **engrama**

Capítulo 5.

**UNA SOCIEDAD CABLEADA:
PRINCIPIO DE
DEMOCRATIZACIÓN PERIODÍSTICA**

Publicado como Capítulo 7 con igual nombre en las páginas 58 a 63 de la obra editada por Juan Luis Manfredi y José Manuel Gómez y Méndez con el título *La industria audiovisual en Andalucía en 1995-96*, como nº 7 de la colección *Pliegos de Información* del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla en 1998.

Una fecha marca el antes y el después de la parcela comunicativa del cable en el Estado español: el 23 de diciembre de 1994. En ese día, el Consejo de Ministros aprobó el envío al Congreso de los Diputados de los Proyectos de Ley de Telecomunicaciones por Cable y de Televisión Local. Entonces *“muchos entendieron que el vacío legal del cable en España llegaba a su fin”*;¹⁵¹ sin embargo al no existir acuerdos entre las formaciones políticas parlamentarias, produjo que no se lograra mayoría para la elaboración definitiva de la ley: *“Convergencia i Unió se opuso al proyecto propuesto por el PSOE, al no satisfacer éste sus demandas de competencia autonómica, y todas las formaciones políticas pidieron una nueva prórroga en la elaboración de la Ley del Cable”*¹⁵². Demos por tenido el anhelado marco legal¹⁵³ y consideremos que *“el desarrollo de las redes de cable afecta a numerosos sectores económicos que cubren desde las operaciones de cableado hasta las más diversas*

¹⁵¹ “Cruce de cables” en *Forum Media*, número 2, Madrid, septiembre de 1995, págs. 8-15.

¹⁵² *Ibíd.*

¹⁵³ El 23 de diciembre de 1995 publicaba el Boletín Oficial del Estado (número 306 de 1995) la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las Telecomunicaciones por Cable, modificada por el Real Decreto-Ley 6/1966, de 7 de junio, de Liberación de las Telecomunicaciones (BOE nº 139 de 1996, del 8 de junio, págs. 18973 a 18977 con correcciones en el BOE nº 149, pág. 20203). Y el 26 de septiembre de 1996, el BOE divulgaba el Real Decreto 2066/1966, de 13 de septiembre, por el que aprobaba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Cable” (BOE nº 233 de 1966, págs. 28738 a 28757) para regular, según indica en su preámbulo, *“la prestación conjunta de servicios de telecomunicación y audiovisuales a través de las nuevas tecnologías del cable, lo que permitirá el desarrollo ordenado en el futuro de las redes digitales de servicios integrados de banda ancha, con el consiguiente impacto positivo tanto en el desarrollo tecnológico e industrial como en la prestación de los servicios a los ciudadanos y a las empresas y en la evolución de los mercados audiovisuales”*.

actividades ligadas a la programación”¹⁵⁴. Y concretamente en el mundo de la información, “*las repercusiones industriales son particularmente sensibles, con numerosas influencias en la elaboración de logísticas para la gestión de redes cableadas y de los diversos servicios interactivos previstos. La instalación de redes de teledistribución conlleva un amplísimo registro de consecuencias. Las decisiones que deben tomar los poderes en materias de normas y definiciones técnicas exigen, por supuesto, elecciones industriales. Sistemas de satélites, las propias configuraciones de las redes cableadas, opciones financieras: los componentes de un plan de cableado imponen una visión prospectiva del futuro económico de un país*”¹⁵⁵.

Los antecedentes del cable están en la década de los años cuarenta del siglo XX en los Estados Unidos cuando “*algunas emisoras comenzaron a distribuir sus programas por cable en pequeñas zonas rurales en las que el terreno creaba interferencias en las señales. Esta tecnología mantuvo su carácter rural y restringido hasta que, en 1976, un canal de televisión de pago, el Home Box Channel (HBC), comenzó a utilizar un transpondedor del satélite Satcom 1 para quedar conectado a varias redes de cable. El HBC alcanzó un éxito inmediato e inició algo muy cercano a una revolución: diez años después, aproximadamente la mitad de los hogares estadounidenses estaban conectados al cable*”¹⁵⁶. En Europa, las preocupaciones por el cable prosperó inicialmente en Bélgica, Países Bajos, Dinamarca, Suecia, con una fuerte penetración, llegando a altas cotas de uso en algunos de ellos, siendo Francia, Reino Unido y España los que actualmente están más desigualados¹⁵⁷, manteniéndose evolutiva la aceptación del cable, si se tiene en cuenta que en 1973, cuando se iniciaba, solamente se hallaban conectados en Europa 275.000 hogares, estando a los

¹⁵⁴ “Hacia una nueva televisión” en *Forum Media*, número 2, Madrid, septiembre de 1995, pág. 11.

¹⁵⁵ *Ibidem*.

¹⁵⁶ *Ib.*

¹⁵⁷ Véase mi capítulo segundo titulado “Aportaciones de la tecnología avanzada en la información dentro de la Europa de las Naciones” en *Espacio y Tiempos Informativos* (Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, Universidad de Sevilla, 1976, págs. 20-32) donde concretamente en su Cuadro 1 aporto datos, a 1992, de la penetración de la televisión por cable en Europa Occidental y Estados Unidos.

quince años, en 1988, en 16.000.000 de usuarios, siendo ello el 18% de los 130,1 millones de hogares con televisión, teniendo la misma el 96% de los hogares en contraste con los 86.000.000 de hogares que poseen aparato de vídeo¹⁵⁸.

En España, el camino del cable se inició con la década de los ochenta, cuando comenzó a desarrollarse el vídeo comunitario, primordialmente en Andalucía, extendiéndose al resto del Estado español. Inicialmente *“eran iniciativas de particulares que ponían a disposición de las viviendas de un edificio... un canal de cine con las películas que, como público particular, obtenían en un videoclub”*¹⁵⁹. Propietarios de distintos comercios locales relacionados con el mundo del audiovisual o expertos en ello, comenzaron la experiencia rural del cable: *“Lo lucrativo del negocio -bajo coste e ingresos proporcionales a los suscriptores- potenciaba la extensión del servicio a varios edificios, llegando a configurar en algunas zonas redes con varios millares de abonados. La ilegalidad de varias de estas empresas proviene del fraude que realizaban a los propietarios de los derechos de los programas que emitían por sus redes, así como de la baja calidad”*¹⁶⁰. Se fue produciendo una estructura empresarial con inversiones concretas que mejoraron la calidad del sector, dándose paso a las producciones propias con emisión a través de las llamadas Televisiones Locales por Cable, pues otros intentos serán las experiencias por ondas, surgiendo colectivos iniciales para agrupar a los propietarios de redes: Avideco, Avico, BTV Europa. Muchos de esos vídeos desaparecieron o fueron cerrados por orden judicial, bajo las denuncias de las empresas propietarias de los derechos de las cintas emitidas, habiendo intervenido a 1995, las fuerzas de seguridad del Estado español en 340 vídeos comunitarios: *“El número de estas empresas se sigue manteniendo constante en el sur de España (unos 622 identificados en Andalucía y 72 en Murcia) y no siempre cumpliendo la normativa de respeto a la propiedad intelectual: más del 70% emiten cada día una película sin autorización, aunque son muchos los que operan*

¹⁵⁸ Datos procedentes de “Hacia una nueva televisión” en *Foco Media*, op. cit., y “Cultura y Audiovisual” en *Europa 15*, Comisión Europea-Representación en España, nº de mayo de 1997.

¹⁵⁹ “Evolución del servicio de cable en España” en *Foco Media*: op. cit., págs. 12-13.

¹⁶⁰ *Ibidem*.

legalmente”¹⁶¹. Según se fue abriendo el horizonte, el panorama tomó interés empresarial: “Desde la aparición del primer borrador de Anteproyecto de Ley de Cable, la evolución de los agentes ha sido diferente. Mientras los vídeos comunitarios mantienen la explotación de un negocio, no siempre todo lo legal que debe ser respecto a la programación emitida, las redes de televisión por cable se ha ido consolidando”¹⁶². Así surgieron tres colectivos aglutinadores de la mayoría de los operadores: la Asociación Española de Distribuidores de TV por Cable (AESDICA), la Asociación de Televisiones Locales (ACUTEL) y la Asociación Española de Empresarios de Televisión por Cable (ESPACABLE). Y han ido apareciendo nuevos agentes, que se preparan para introducirse en el mercado de cara a las explotaciones de próximas licencias en el territorio estatal, surgiendo distintos consorcios: Grupo Cable, Sevillana de Cable, Cable del Guadalquivir, Cablevisión, Cable Europa, Cable TV Europea, Cable País Vasco, Santander de Cable, Cable Compostela, Zaragoza Cable, Burgos Sistemas de Cable, Tarrasa Cable, Baiz Llobregat Cable. La regulación definitiva y las concesiones de las demarcaciones correspondientes¹⁶³ pondrán en orden el sector, actualmente el más en alza dentro de la Comunicación, toda vez que son once millones las viviendas susceptibles de ser cableadas con altas inversiones como pueden apreciarse en el Cuadro sobre el Cable en España (al final de este capítulo).

Si hiciésemos una prospectiva a varios años y nos situásemos en el 2005, apreciaremos que este sector es uno de los de mayor desarrollo con todo el vigor

¹⁶¹ Ib.

¹⁶² Ib.

¹⁶³ “La empresa Supercable Andalucía -participada por Sevillana de Electricidad, Endesa, El Monte, Caja San Fernando, Caja General de Granada, Caja Provincial de Jaén y la argentina Supercanal- se ha hecho con las demarcaciones I (Almería, Granada y Jaén), II (Córdoba y Málaga) y III (Sevilla). Existe una cuarta zona que acabará de adjudicarse antes del próximo verano. Las demarcaciones de Cádiz capital y el Puerto de Santa María se han concedido a la empresa Cableeuropa, en la que participan los bancos Santander y BCH y empresas como Ferrovial o Multitel. Por último, la de Vélez-Málaga la ha ganado Cable-Axarquía, la única con capital exclusivo de Andalucía” (Documentos, nº 5, Sevilla, marzo-abril 1998). La Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía informaba que antes de 2001 los servicios de telecomunicaciones por cable de Andalucía estarán en servicio total, suponiendo para la Comunidad una inversión de 160.000 millones de pesetas.

que supone la especulación comercial desde las más estrictas reglas del juego dentro de la sociedad de libre mercado, teniéndose tres frentes o premisas: actores (múltiples, tanto de proveedores de redes y servicios como suministradores de servicios como usuarios últimos), estrategias reguladoras (será necesaria las condiciones para una competencia equitativa en el suministro de telecomunicaciones, basadas en las pautas que darán como resultado un mejor servicio al usuario final y que estimularán la economía para la producción de muchos bienes y servicios útiles) y demandas (transmisión de imágenes en el sentido más amplio de la palabra: *“películas digitales bajo demanda de calidad normal y la televisión de alta definición serán realidad. Los abonados podrán seleccionar desde su sillón la película deseada, ya sea para su entretenimiento, educación o información, Además podrán efectuar las compras desde casa, jugar, etc.”*¹⁶⁴ Y programas bajo demanda debido a la evolución en el campo de las demandas, donde la *“videoconferencia ayudará a la introducción del televiaje”*¹⁶⁵, así como nuevos servicios ganarán en importancia: *“Son los servicios de multimedia que incluyen los componentes básicos del futuro servicio de banda ancha: voz, imagen, vídeo y datos”*¹⁶⁶.

Como persona con trayectoria de compromiso social y como estudioso de temas periodísticos, me preocupa enormemente el papel del receptor cuando tenga ante sí la posibilidad de acceder a cientos de canales comunicativos. Armand y Michèle Mattelart escriben: *“Los individuos son actores determinados por el peso de las estructuras sociales. Del reconocimiento de esta determinación social a la integración del determinismo sólo hay un paso y esta fue una de las razones suplementarias para que un gran número de análisis, escondiéndose detrás del axioma según la cual la cultura de masas tendría un efecto masivo de dominación y de alineación, subestimaran la eventual complejidad del momento de la recepción”*¹⁶⁷. Y el receptor puede

¹⁶⁴ VAN LANDEGEM, T.; PRYCKER, M. de y VAN DEN BRANDE, F: “2005: una visión de la red del futuro” en *Comunicaciones eléctricas*, n° del tercer trimestre de 1994, con edición en París por la empresa Alcatel, págs. 231-240.

¹⁶⁵ *Ibidem*.

¹⁶⁶ *Ib.*

¹⁶⁷ MATTELARD, Armand y Michèle: “Los Medios: ¿hacia la soberanía del consumidor?” en *Comunicación Social/Tendencias*, Fundesco, Madrid, 1996, págs. 207-214.

quedar en previsible protagonista o ser sencillamente un consumidor. Si hasta hoy el mensaje periodístico tuvo receptores según las posibilidades técnicas, en el devenir condicionado a nuevos soportes tecnológicos, ha de posibilitarse el abaratamiento de los materiales de uso y recepción para que no quede el acceso a los contenidos y continentes periodísticos para el privilegio de unos pocos, es decir de aquellos que puedan pagar tecnología, toda vez que hoy por hoy así está ocurriendo. Más cuando esa posibilidad venidera pudiera proporcionar desequilibrios dentro del orbe occidental por no utilizar ya las palabras de mayor desigualdad entre países ricos y pobres. En el caso del cable, si se fija un precio asequible, con posibilidades de pago dentro de una economía familiar baja, todos los ciudadanos podrán acceder por igual a la recepción de los mensajes y ser él mismo el seleccionador, siempre que llegue todo por ese cable y que no sea contenido de una oferta selectiva. Si todo se produce por igual entre los habitantes de este espacio terrícola, llegaríamos por principio a una realidad democrática a través del Periodismo, pues otra cosa sería posibilitar al receptor la información necesaria de quién es quién detrás de cada estructura productiva del mensaje periodístico para poder tener los conocimientos necesarios a la hora de su elección y así a través de una sociedad cableada arribar a una democratización periodística, al menos a un principio de ello para después seguir profundizando en la convivencia y la tolerancia.

**CUADRO SOBRE
EL CABLE EN ESPAÑA¹⁶⁸**

La evolución del Servicio

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Hogares cableados (millones)</i>	0,9	1,5	2,3	3,2	4,2	4,9
<i>Hogares conectados(millones)</i>	135	285	530	865	1.260	1.765
<i>Penetración %</i>	15	19	23	27	30	36

**Inversiones anuales estimadas
(valor promedio del coste por hogar: 45.000 ptas.)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Hogares cableados (millones)</i>	0,15	0,6	0,8	0,9	1,0	0,7
<i>Inversiones anuales (millones de ptas.)</i>	6.750	27.000	36.000	40.500	45.000	31.500

Volumen de ingresos

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Nuevos abonados (miles)</i>	3	115	245	335	395	505
<i>Ingresos por enganche (millones de ptas.)</i>	300	1.150	2.450	3.350	3.950	5.050
<i>Ingresos por abonos (millones de ptas.)</i>	5.100	8.550	15.900	25.950	37.800	52.950
<i>Mercado total estimado (millones de ptas.)</i>	5.400	9.700	18.350	29.300	41.750	58.000

¹⁶⁸ El Cuadro está publicado en el n° 2 de *Foco Media*, revista ya referenciada en notas anteriores, tomando como fuente a Price Waterhouse.

Capítulo 6.

**HACIA UN MODELO
DE
PERIÓDICO CIBERNÉTICO**

Comunicación presentada con igual nombre en el VI Congreso de la Sociedad Española de Periodística (SEP), celebrado en la sede de la Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la Universidad Carlos III (Getafe, Madrid) los días 19 y 20 de mayo de 2000. Los cuadros han sido añadidos posteriormente.

Podríamos hacer una completa exposición de ciencia-ficción al hablar de los Medios de Comunicación del siglo XXI, sin embargo no será ese nuestro objetivo pues otros analistas con capacidad creativa -y no quiero expresar que considere que me falte- podrán efectuarla. Entraríamos en un aislamiento de la realidad científica, basada en la tangibilidad sobre hechos evolutivos, y desde ese plano del ayer al hoy y en pasos de investigaciones que se están efectuando actualmente, basaré cuanto exponga.

Nos encontramos en unos momentos de total desarrollo tecnológico en los Medios de Comunicación Social. Desde la vieja tipografía en los periódicos hasta los modernos sistemas de reproducción, se produjeron unos cambios inmensos que permiten no sólo transformar los continentes sino también los contenidos en su dinámica de valoración y presentación ante el lector. En los últimos veinte años, ha ido mutándose la epidermis de los mass media, acercándonos hacia la desaparición del diario impreso y vislumbrándose la existencia próxima de un periódico de total elaboración cibernética que pueda leerse directamente desde una pantalla personal conectando con el ordenador central de una redacción sin que con ello se abandone el placer de poderse leer mediante impresión pues podría lograrse a través de impresión doméstica en vez de sistema reproductor en nave industrial.

1. LA EVOLUCIÓN TIPOLOGICA.

Desde la invención del tipo móvil o movable¹⁶⁹, la tecnología ha generado profundos cambios con fuertes impactos sociales. Fernando Lallana señala que *la estructura física de los elementos que componen cada unidad tipográfica, los*

¹⁶⁹ Véase: DE PABLOS COELLO, José Manuel: *Tipografía para periodistas puesta al día. Gutenberg resucita con la autoedición*. Editorial Ciencia 3 Distribución, Madrid, 1994. En sus páginas 23 y 24, habla sobre la validez de denominar a los tipos, móviles y no móviles como se le ha venido denominando.

*blancos y la interrelación de las distintas unidades que forman el alfabeto*¹⁷⁰ ha tenido una evolución cronológica dando la calidad de arte a la imprenta. Los diseños de tipos salieron de manos de grandes artistas. *El arquetipo de Leonardo da Vinci, las creaciones de Aldop Manuzio y Alberto Durero han quedado como prototipos de los que han partido infinidad de nuevos trazados para posteriores alfabetos*¹⁷¹. Así tenemos las renovaciones, con sus correspondientes aportaciones, de los diseños de Claude Garamond, cuyo tipo lleva su nombre, siendo tan usado actualmente, y las creaciones de Bodoni y Didot.

Dejemos constancia de las tipografías que siguen vigentes en el presente, aparte de las citadas anteriormente, como las surgidas de William Caslon, John Baskerville y Santley Morrison, diseñadores los dos primeros de los alfabetos que llevan sus propios apellidos y el tercero del Times New Roman que presenta una versión actual de los caracteres de origen latino. Es obligatorio citar a Bauhaus que aporta sus creaciones a partir de trazos sin remates que supusieron, en su momento, una ruptura con las tipografías clásicas vigentes. Según apuntan investigaciones recientes, los tipos de palo ofrecen mayor resistencia a la lectura que las letras que llevan remates, ya que éstas ayudan a unir los elementos y dan mayor velocidad y comprensión.

En la actual década de los noventa del siglo XX, se hacen tipologías mediante sistemas informáticos o computerizados, dando paso a lo que podríamos denominar la **Compugrafía**. Lallana precisa: *La digitalización permite desarrollar con un soporte de rejillas diseños que ofrecen múltiples variaciones partiendo de un original ya creado. Es fácil resolver el vaciado de una letra así como crear su sombra, su relieve y todas las combinaciones que se obtienen de ellas. Soluciones que ya se han integrado en programas de edición con ordenador*¹⁷². Claudio Canciola y Ricardo Hernández señalan: *Dentro de una organización y según el nivel de ubicación, el profesional podrá percibir un*

¹⁷⁰ LALLANA, Fernando: *Proyecto Docente sobre Tecnología de la Información*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, Madrid, 1990. Inédito. Págs. 106-107.

¹⁷¹ Ib.

¹⁷² Ib.

*beneficio inmediato, que podrá expresarse de formas distintas, como ahorro de tiempo y esfuerzo, con una eventual mejoría en lo que concierne a la calidad de la actividad desempeñada, mediante el aumento de la productividad individual y de equipo; y dejando espacio, o quizá creando, el ámbito para el desarrollo de la creatividad*¹⁷³.

En el campo de la Información, las innovaciones han alcanzado un progreso y desarrollo insospechados desde finales de la década de los sesenta. La nueva tecnología, que deja atrás a la **Tipografía**, ha de servir para la creatividad y dar paso a la investigación de nuevas formas para la conformación del continente informativo dentro de la versatilidad de usos que la cibernética ofrece a través de la segunda mitad del siglo XX dentro de un proceso comunicativo de elaboración del contenido de la información escrita, quedándose atrás la intervención manual para dar paso a la computarizada configuración del continente impreso.

Hay que reconocer que capacidad tecnológica va pareja a economía, siendo ésta reservada a partidas presupuestarias para su aplicación. Poco nos serviría dialogar sobre la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información si no nos adentramos en el uso práctico de las mismas en nuestro cotidiano vivir; es decir que saquemos el uso no dependiente, ya que, como señala Carlos Esteva Fabregat, *un conocimiento concreto de su máquina seguirá manteniendo su interés por ella y su producto, habida cuenta que su relación con éste y aquella mantendrá al trabajador en una situación permanente de dominio*¹⁷⁴.

Hay que dejar constancia que la comunicación impresa, en el proceso informativo del continente, es decir de la propia tecnología de la impresión -ésta a través de la computarización-, ha logrado una realidad inmediata en su procedimiento sobre anteriores métodos tipográficos, no dejando obsoleta -cuando sí lo han hecho otras funciones humanas- la figura del diagramador, perfilado por el profesor Bartolomé Crespo como *mezcla de técnico y artista*,

¹⁷³ CANCIOLA, Claudio, y HERNÁNDEZ, Ricardo: *Informática en Periodismo*. Ed. Trillas, México, 1992, pág. 154.

¹⁷⁴ ESTEVA FABREGAT, Claudio: *Antropología industrial*. Ed. Planeta, Barcelona, 1973, pág. 56.

*imaginativo y creador, inmerso en la sociedad en que vive, teniendo una labor mediadores entre el arte y el público por la creación de formas bellas y funcionales. Se acerca al campo del arte y de la técnica. Ha de ser también informador y contando con unos recursos expresivos y tipográficos, así como sistemas de impresión gráfica: dibujos, mapas, fotografías, colores, espacio, etc.; todo un conjunto de componentes cuya articulación y armonización es importante*¹⁷⁵.

Sí habría que lograr -y aún está por hacer- una compaginación entre las impresiones manual y cibernética para que se dé una sincronía y transmutación de un proceso a otro -actualmente en fase de consolidación- sin alteraciones sociológicas: *Otra idea modular cuando entramos a señalar la posibilidad del cambio en el periódico es aquella primigenia de que las nuevas tecnologías de la información no van a alterar el producto en el sentido que mejorarán los procesos, modernizando sus sistemas de realización. No hay proceso de sustitución sino de mejora*¹⁷⁶.

2. LA APLICACIÓN CIBERNÉTICA.

El profesor Esteve Ramírez indica: *Las nuevas tecnologías han supuesto unos considerables avance en las Ciencias de la Información al incorporar nuevas técnicas al desarrollo del proceso comunicativo, enriqueciendo así, tanto el contenido como el tratamiento del mismo*¹⁷⁷. El desarrollo cibernético producido desde que en el 14 de febrero de 1946 entrase en funcionamiento por vez primera un ordenador, supone una tercera revolución social con amplitud para una nueva era intelectual. El profesor Orive escribe: *Más que ampliar las capacidades físicas del hombre, como ocurrió en las revoluciones agrícola e industrial precedentes, la actual, de carácter telemático progresivo, lo que*

¹⁷⁵ BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: "El diseño periodístico" en AA. VV.: *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, 2. Dykinson, Madrid, 1992, págs. 163-164.

¹⁷⁶ DE PABLOS COELLO, José Manuel: "El periódico informático" en AA. VV.: *Estudios sobre Tecnologías de la Información*, 2. Dykinson, Madrid, 1992.

¹⁷⁷ ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Proyecto Docente sobre Información Periodística Especializada*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Madrid, 1989. Inédito. Pág. 67.

*propicia es la conformación de una nueva estrategia intelectual*¹⁷⁸. Del mismo modo, Bell¹⁷⁹ establece las cuatro principales revoluciones de los Medios de Comunicación basándose en el cambio de soporte comunicacional: el lenguaje, la escritura, la imprenta, la telecomunicación y la telemática.

Según los profesores Fernández del Moral y Esteve, la revolución telemática ha supuesto un cambio radical en la concepción de la información que se ha convertido en el soporte imprescindible para todo tipo de interrelación humana en la sociedad actual. Gracias a estos avances, la humanidad puede acceder mayoritariamente a los bienes informativos posibilitando así la comunicación planetaria¹⁸⁰. Y precisan: *La información cibernética sirve para potenciar la actividad intelectual del hombre ampliando sus posibilidades científicas e investigadoras. La denominada inteligencia artificial establece un nuevo modelo de diálogo comunicacional entre los agentes del proceso informativo. El médium adquiere un rol especial dentro de este diálogo, con las posibilidades y limitaciones que esto comporta. Por ello, la mayor parte de los teóricos de la Información coinciden en afirmar la importancia y trascendencia que supone para esta ciencia la incorporación de estos elementos tecnológicos*¹⁸¹. El profesor Orive Riva¹⁸² indica que gracias a la ciencia y a la tecnología en general, y a la informática en particular, millones y millones de seres humanos han sido incorporados a la vida total. Hoy, a diferencia de épocas pasadas, las gentes del planeta se ven en la necesidad de asimilar cuanto existe en el mundo. La evolución experimental en el seno de las masas, cuyo desarrollo es efectivo, concreto, aconseja el acceso de cada uno de sus miembros a la cultura, política, el recreo, etc. La profesora Fontcuberta

¹⁷⁸ ORIVE RIVA, Pedro: *Los españoles ante los telediaros*. AESCAS, Madrid, 1988, pág. 18.

¹⁷⁹ BELL, D.: "La télécommunication et le changement social" en *Cahiers de la Communication*, vol. 1, París, 1991, pág. 18.

¹⁸⁰ FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier, y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Ed. Síntesis, Madrid, 1993, pág. 186. Subrayado, de los autores.

¹⁸¹ *Ib.*, pág. 187. Los subrayados son de los autores.

¹⁸² ORIVE RIVA, Pedro: *La comunicación humano-social en la era del microordenador*. Seminario de Estudios Sociales, Torrelavega, 1983, pág. 27.

subraya: *Las nuevas tecnologías son los vectores de un cambio que no ha hecho más que empezar pero que ya tiene consecuencias. Una de las más importantes es paradójica: la supresión de barreras comunicativas en un mundo que, por otra parte, muestra cada vez más las fronteras entre los que poseen la información y lo que la reciben*¹⁸³.

Alvin Kernan expresa que *el violento torbellino que hoy arrastra todas las instituciones más importantes basadas en la imprenta es una prueba irrefutable de que, una vez más, estamos en medio de un cambio radical en nuestra forma primordial de crear, almacenar y transmitir información. A este respecto, el momento actual es similar a las transiciones anteriores de la cultura oral al manuscrito y de éste a la imprenta. El procesador de texto, la televisión, el casete de audio, el teléfono y otros aparatos electrónicos están desplazando en todas partes al viejo mundo de la imprenta y sus instituciones, y eso trae consigo un cambio en la conciencia humana y en las prácticas de la economía y los negocios*¹⁸⁴. Y matiza: *La verdadera pregunta ya no es si se están produciendo cambios revolucionarios en las instituciones de los medios impresos, sino cuál es la mejor forma de responder a los cambios que hoy están en plena marcha. (...) Sin embargo, los medios electrónicos no van a destruir la civilización: los nuevos métodos de comunicación cambiarán de un modo radical nuestra forma de actuar y pensar, pero, a su tiempo, nos darán la oportunidad de organizar y entender al mundo a fin de hacer de él un lugar donde el ser humano realmente pueda vivir*¹⁸⁵.

La cibernética incide en el proceso de transmisión de la información. El profesor De Pablos indica: *En numerosas ocasiones, los textos no son materia propia de la información remitida por los colaboradores de mano o por correo, sino textos ajenos enviados desde extramuros de la redacción, por medio de procedimientos de telecomunicaciones. También puede ser un material remitido desde fuera de la redacción por corresponsales, enviados especiales o desde redacciones remotas y descentralizadas. En tales casos, el rol que han de jugar*

¹⁸³ FONTCUBERTA, Mar de, y otros: *La comunicación internacional*. Ed. Mitre, Barcelona, 1985, pág. 7.

¹⁸⁴ KERNAN, Alvin: "¿El adiós a la lectura?" en *Facetas*, nº 2 de 1994, págs. 68 a 72.

¹⁸⁵ *Ib.*

*las transmisiones es fundamental, de ahí que se tenga que tener muy en cuenta el importante protagonismo de las telecomunicaciones, de las nuevas tecnologías de las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones de interés para el periodismo escrito. Tal es el caso de las conexiones ordenador de agencia, de corresponsal, de colaborador o de redacción externa con el ordenador central de un rotativo o el empleo de otras nuevas tecnologías, como fax o télex conectado al ordenador, para incorporar en primer impulso las pulsaciones del teclista emisor*¹⁸⁶. En los últimos años, han quedado patente las aplicaciones informáticas a las operaciones materiales, a los procesos de elaboración de los diarios impresos, con el encauzamiento del periódico informatizado y un cambio radical en los escenarios geográficos de todas las redacciones sometidas a la necesaria e imprescindible transformación tecnológica tras la llegada de la informática: escritura en pantalla, abandono de las máquinas mecánicas o electrónicas anteriores; pérdida del protagonismo del papel como soporte principal y único de la información escrita; elaboración de copias de ilustraciones gráficas en el modo 'luz día', reproducción automática de las planchas...¹⁸⁷

El profesor Canga Larequi escribe: *En los últimos años, la Prensa ha sufrido una enorme transformación dentro de la 'nueva sociedad' informatizada e interactiva en que han quedado englobados los llamados Medios de Comunicación de Masas y que ha supuesto una verdadera revolución en el sector. Esta transformación ha dado lugar a unas perspectivas de futuro, tanto de un punto de vista tecnológico como social, que no habían sido contempladas hasta la fecha y en las cuales la Prensa habrá de adaptarse necesariamente a los nuevos tiempos*¹⁸⁸. Añade: "Hemos asistido a una erupción de dispositivos para manejar las comunicaciones y la información con medios electrónicos cada día más eficaces que han posibilitado los actuales avances, tanto en los productos como en los soportes, de los Medios de

¹⁸⁶ DE PABLOS COELLO, José Manuel: *Proyecto Docente sobre Tecnología de la Información*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, 1990. Inédito. Págs. 42-43.

¹⁸⁷ Ib.

¹⁸⁸ CANGA LAREQUI, Jesús: *El diseño periodístico en Prensa diaria*. Bosch, Barcelona, 1994, pág. 9.

Comunicación Social"¹⁸⁹. Y se abre hacia el mañana: "las nuevas tecnologías aplicadas al sector Prensa no son su enemigo, sino su principal aliado y permiten ver el futuro con cierto optimismo"¹⁹⁰.

No hay que dejar en el olvido que la cibernética ha producido un cambio económico en la sociedad a través de sus aplicaciones ya que las nuevas tecnologías aportan -y tienen- un valor comercial internacional. José Ramón Blanco manifiesta: *Las consecuencias de la elaboración del proceso tecnológico son un auténtico proceso productivo, un hecho económico estricto. Tales invenciones y fuentes de innovación no pueden ser consideradas como un dato, sino que son el objeto de una actividad económica deliberada, que modifican el horizonte económico vigente. Se trata de unas tecnologías que: a) están concentradas en el tiempo; b) alteran radicalmente la geografía económica; c) hacen posible la producción de bienes y servicios nuevos; d) amplían el mercado para una variada gama de productos industriales, al incorporar estas tecnologías en sus procesos productivos; e) los bienes creados por tales tecnologías son de los llamados de inversión, capital fijo cuyo origen puede estar en el ahorro público o privado; f) la inversión en estas tecnologías es en términos keynesianos productiva, pues representa una adición al equipo de bienes de capital reales, traduciéndose en un incremento de renta real que permite una posibilidad de contar con mayores recursos y en definitiva incrementar el desarrollo económico*¹⁹¹. Dos expertos como Mattelart y Schmucler advierten: *La naturaleza integradora de la tecnología informática, que aparece como una nueva locomotora que arrastra tras sí al conjunto de elementos del sistema, impone un reacomodo de todos los aparatos de comunicación y de información y redefine la función que cumple cada uno de ellos en la producción del consenso*¹⁹². Mientras C. Canciola y M. Hernández preconizan: *Aún cuando la calidad es un atributo difícilmente aprehensible, es de vital importancia que se mejore la imagen de cualquier producto informativo*

¹⁸⁹ Ib., pág. 10.

¹⁹⁰ Ib., pág. 12.

¹⁹¹ BLANCO RODRÍGUEZ, José Ramón: La nueva economía del chip. Ed. Mitre, Barcelona, 1989, pág. 12.

¹⁹² MATTELART, Armand y SCHMUCLER, Héctor: América Latina en la encrucijada telemática. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1983, pág. 63.

*mediante sistemas electrónicos de redacción, edición y fotocomposición. Una presentación que corresponda a los lectores, ... podrá ser uno de los mejores beneficios de automatizar lagunas rutinas: conseguir nuevos interesados*¹⁹³. Julio Alonso ha escrito: *La audiencia es la mayor beneficiada cuando un periódico utiliza un sistema de edición electrónico que permite escribir y editar textos con mayor rapidez e incluso fiabilidad, o cuando se reduce a un tiempo casi insignificante el proceso de composición, obtención de planchas e impresión gracias al rayo láser y a la informática. Todo esto desemboca en la distribución automatizada de los periódicos o en la composición simultánea en varios lugares de un mismo país o del mundo*¹⁹⁴. Finalmente dejemos hablar a Carmen Gómez para que nos sitúe al ser humano en su cosmogonía cibernética: *Entre más penetra el hombre por el universo, más pequeño resulta su espacio habitacional. Los Medios de Comunicación y, sobre todo, las modernas tecnologías, tienen su parte en esto: se ha vuelto cada vez más fácil desplazar informaciones a través de las redes de comunicación. (...) y no es que la tecnología en sí sea buena o mala: lo graves es el grado de ignorancia con que la aceptamos*¹⁹⁵.

3. COMPUGRAFÍA, LASERGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA.

Al llegar la redacción cibernética, los sistemas de impresión cambian. Para el profesor Martín Aguado, *en los últimos treinta años hemos asistido a un cambio radical en las técnicas y métodos de trabajo en las empresas periodísticas. Ello se ha debido a la reconversión tecnológica que, en sucesivas fases, ha ido modificando los sistemas tradicionales de elaboración del diario*¹⁹⁶. Se produce toda una transformación desde la vieja **Tipografía**, donde

¹⁹³ CANCIOLA, Claudio y HERNÁNDEZ, Ricardo: Op. cit., pág. 156.

¹⁹⁴ ALONSO, Julio: "La Prensa ante las Nuevas Tecnologías" en DÍAZ MANCISIDOR, Alberto y DIEZHANDINO, Pilar: *Los Medios de Comunicación ante las Nuevas Tecnologías*. Ed. Universidad del País Vasco, 1988, págs. 13-14.

¹⁹⁵ GÓMEZ MONT, Carmen: *Nuevas Tecnologías de Comunicación*. Ed. Trillas, México, 1991, pág. 11.

¹⁹⁶ MARTÍN AGUADO, José Antonio; PIÑUELA PEREA, Antonio, y GONZÁLEZ DIEZ, Laura: *Tecnologías de la información impresa*. Ed. Fragua, Madrid, 1993, pág. 43.

encontramos dos períodos que denominamos personalmente como las etapas de la *Compugrafía* y de la *Lasergrafía*; la primera marcada por cuanto supuso la fotocomposición desarrollada desde finales de los años sesenta donde existió la fotolitografía que tenía sus partes de montaje y obtención de fotolito con posterior pasados de planchas e impresión y la segunda donde la fotocomposición y fotolitografía se tecnifican en un sólo proceso tecnológico, saliendo ya de la impresora cibernética el fotolito para posteriormente efectuar la plancha y seguidamente la impresión.

El futuro inmediato, a través de la etapa que llamaremos *Cibergrafía*, podría proporcionar una eliminación de la necesidad de planchas antes de la impresión. El profesor Canga Larequi ya ha comentado: *El reto actual que tienen las nuevas tecnologías con respecto a la prensa clásica (periódico soporte/papel) es el de encontrar una nueva forma de envío electrónico aceptable que permita suprimir la operación manual de la distribución. El día que eso se consiga, el periódico soporte/papel puede verse abocado a la desaparición*¹⁹⁷. Esta etapa dará lugar al periódico cibernético, donde la impresión en planta sería eliminada por parte de la empresa periodística, ya que los procesos de reproducción y posproducción quedarían suprimidos; desde la redacción, teniendo todo en el ordenador central, directamente al lector mediante una pantalla, el cual podría acceder a la impresión individual si lo desease; el Periodismo, y en sí el periódico no muere, cambia en este caso de soporte; de papel a electrónico; actualmente están efectuándose estudios sobre este tema de unas inmensas perspectivas, pudiéndose además cambiar todo el concepto actual de diagramación. El teletexto tiene los elementos de un periódico electrónico, sin embargo no es un modelo que ha absorbido la atención mayoritaria del ciudadano; además hay que perfeccionarlo bastante (mejorarlo con programas de ilustración). La vía a utilizar para que una persona obtuviese el periódico en su casa sería mediante una tecnología de acceso directo al ordenador de la empresa periodística. Existe un modelo que está siendo estudiado en estos momentos por Knight Ridder Information Design

¹⁹⁷ CANGA LAREQUI, Jesús: "Los nuevos métodos de producción en las tareas redaccionales de un diario" en DÍAZ MANCISIDOR, A. y DIEZHANDINO, P.: Op. cit., pág. 23.

Laboratory, a cuyo frente se encuentra Roger F. Fidler¹⁹⁸, trabajándose sobre el esquema de periódico plano, que no es por concesión de red con un ordenador central, sino que la distribución se realizaría por disquetes a adquirir en los quioscos o en puntos donde estén situadas terminales de comunicación - "teledock"-; se denominaría periódico plano porque se proyecta sobre una pantalla de tamaño reducido y con características similares a las del televisor de pantalla de fósforo (televisores pequeños -de 2"-), pantallas líquidas en las que podríamos hasta observar el interior del disquete. Y en las que se pulsaría táctilmente o bien se usaría un lápiz óptico para ampliar imágenes.

Por otro lado, habría que tener en cuenta que la lectura del periódico en una pantalla no sólo reduce su tamaño, sino también y, en consecuencia, el impacto visual. Ante ello, el impacto publicitario, de gran importancia en las páginas de los diarios, se reducirá mucho y podría generar importantes cambios en los ingresos publicitarios. Los cambios en la publicidad por tanto tienen que ser distintos. En concesiones continuas desde un domicilio u oficina con el ordenador central de un periódico, la publicidad puede aparecer en el movimiento de páginas de una manera en que conscientemente no percibamos su impacto. En la pantalla del ordenador podrían aparecer módulos publicitarios alrededor de la página o páginas del periódico o revista.

Coincidimos con Roger F. Fidler cuando dice: *Hay que admitir que la información personalizada y el ocio a la carta suministrado por vía electrónica son conceptos enormemente atractivos. Pero dar por sentado que los servicios de acceso personalizado a la información, o la televisión interactiva, llegarán a sustituir algún día a los periódicos editados y preparados por periodistas profesionales, es confundir sus papeles claramente diferenciados*¹⁹⁹. Puntualiza: *Para que los periódicos y revistas puedan tener éxito en sus formas digital, se necesitarán tecnologías totalmente distintas de las implícitas en los monitores convencionales basadas en el vídeo. (...) Inicialmente, las ediciones electrónicas diseñadas para pantallas electrónica serán complementarias de las*

¹⁹⁸ Roger F. Fidler es quien ha acuñado el término Mediamorfosis para llamar a la evolución de los periódicos desde su soporte papel a un proceso de computarización donde éste llegará a desaparecer en su producción.

¹⁹⁹ FIDLER, Roger F.: "La aparición de los Medios de impresión digital" en *Comunicación Social 1995/Tendencias*. Ed. Fundesco, Madrid, 1996, pág. 235.

*ediciones impresas. Para la mayoría de los editores de periódicos, revistas y otros productos impresos de carácter efímero, la mayor rentabilidad y las superiores cualidades de la tinta digital y del papel de silicio harán finalmente irresistible la conversión total de esta forma de edición²⁰⁰. Consideramos que en el devenir existirán Medios que dejarán de imprimirse en papel para ser producidos cibernéticamente. El profesor Álvarez Marcos declara: *Los periódicos venden noticias, no papel. Y para cumplimentar su función informativa y de servicio a la sociedad no precisan necesariamente un soporte predeterminado. Los editores de periódicos deben elegir en los próximos años, quizás meses, si siguen depositando la práctica totalidad de su valiosa mercancía en manos de los quiosqueros o, por el contrario, sirven electrónicamente a domicilio el diario, multiplicando de esta forma su difusión, potenciando sus posibilidades publicitarias y reduciendo los costes de producción en más de un 50%*²⁰¹.*

Mario Santoli, director técnico de "El Periódico de Catalunya", expresa: *Las empresas periodísticas conocen con exactitud las exigencias del usuario, y están progresando en el conocimiento del medio para saber cómo producir mejor la información. Las industrias de informática y de electrónica de consumo están avanzando para llegar a producir la tecnología necesaria a precios de mercado más amplio. Pero hace falta la chispa que encienda el proceso y catalizador que lo acelere. Hace falta imaginación. Es preciso que los actores principales (las empresas editoras, las industrias de telecomunicación, la industria informática y la electrónica de consumo) pongan a trabajar en común sus imaginaciones para crear las aplicaciones que encenderán la mezcla y dispararán el mercado. Y la interacción constante entre el usuario y los proveedores de información y las industrias tecnológicas catalizarán el proceso²⁰². Y advierte: *Los jóvenes de hoy, ya ahora acostumbrados a los sofisticados juegos electrónicos de consola, estarán más familiarizados con los sistemas multimedia que con cualquier otro tipo de**

²⁰⁰ Ib., pág. 240.

²⁰¹ ÁLVAREZ MARCOS, José: "La Mediamorfosis" en AA. VV.: *Creatividad y Comunicación*. Ed. Trípode, Sevilla, 1995, pág. 57.

²⁰² SANTOLI, Mario: "La Prensa y los nuevos Medios" en *Comunicación Social 1995/Tendencias*. Ed. Fundesco, Madrid, 1996, pág. 243.

*medio de información, y serán la audiencia a la que mayoritariamente se deberán dirigir los Medios de Comunicación del mañana*²⁰³.

Actualmente están en desarrollo los accesos a servicios de publicaciones periódicas por la red Internet, las cuales no son los diarios y revistas en su totalidad tal y como salen de la rotativa a los puntos de venta tras su distribución, sino unos tratamientos adaptados para los servicios por los caminos de las denominadas super autopistas informativas, en este caso concreto en Internet, donde existe un considerable número de periódicos y revistas para sus accesos diarios o semanales.

Queda patente que ante el desarrollo de la Tecnología Avanzada, el papel impreso está siendo objeto de estudio para poder ser suplido y que el periódico pueda cambiar de soporte. Actualmente no existe ninguna tangibilidad de periódico cibernético aunque sí se están efectuando estudios a través de distintas empresas cibernéticas e investigadores universitarios, aparte de la recepción de los distintos tratamientos a través de redes comunicativas. No hemos de olvidar la realidad, a la vista de la evolución tecnológica: cómo se encuentra hoy el proceso de producción periodística a través de sus sistemas de impresión. Todo ha sido automatizado hasta el punto de obtenerse los fotolitos -concluidos contenido y continente informativo- desde el ordenador central; desde la redacción manual hasta la actual redacción electrónica hemos cambiado inmensamente en tres décadas en las empresas periodísticas incidiendo en redacción y parte de talleres y no en la reproducción y posproducción. Si analizásemos las distintas opciones consideraríamos que existirían consideraciones directas e indirectas dentro de una utilidad empresarial; por un lado se ahorraría toda la impresión y distribución del periódico que supone como se ha indicado anteriormente más del 50% del coste actual, abaratándose por tanto el producto o al mantenerse en los mismos precios de venta, sería una ventaja económica al repercutir en mayores ingresos empresariales, mientras por otro siempre seguirá siendo una dura situación la continua elevación del valor del papel que tan sólo de 1991 a 1995 ha subido un 20%; los cambios en las empresas periodísticas vienen dados por las rentabilidades empresariales; así ha sido desde la *Tipografía* hasta la *Lasergrafía* donde nos encontramos. Inicialmente haría falta un programa cibernético que permita acceder al receptor

²⁰³ Ib., pág. 244.

del ordenador de cada periódico vía modem o mediante cable para recibir -en su totalidad- el mismo periódico que se pasa a fotolitos para su comercialización impresa. Y según fuese pasando los días, con el correr del tiempo -imposible determinar ahora- se dejaría de imprimir. Y entonces se avanzaría hacia una nueva configuración del Contenido y Continente en cuanto a sus elementos comunicativos; no olvidemos los actuales aportes de la Infografía; la tecnología posibilitaría una cambiante configuración del Continente que sería totalmente distinto a un periódico en soporte papel. Importante las perspectivas publicitarias: el periódico cibernético seguiría teniendo su basamento económico en la publicidad, la cual lograría un procedimiento de impacto distinto sobre el lector a como ahora se viene produciendo; el movimiento infográfico en pantalla -el tiempo de enganche desde una pantalla al ordenador de la empresa periodística, para su recepción, es un tiempo real y por tanto continuo- tendría un valor a considerar para las nuevas creaciones publicitarias y sus mensajes, aparte de poder desarrollar nuevos lenguajes. Si el receptor del mensaje periodístico puede tener distintas reacciones ante el Medio y ser recipiendario de distintas maneras vivas no deseando leer el periódico en pantalla, sino en papel, lo cual sería totalmente viable, ya que procedería a reproducirlo a través de su impresora. Así se continuaría leyendo, no siendo por tanto una negación para quienes no deseen leer en pantalla. Tan sólo estamos a un paso..., a falta de un programa cibernético que nos posibilite cuanto hemos expuesto.

No haría falta el acceso por vía estable, sino por una móvil podríamos acceder asimismo. No olvidemos que la computadora portátil existe y cada vez es más reducida en el mercado; por otro lado tenemos el teléfono inalámbrico... Si ustedes juntan los dos elementos ya mismo tenemos un portátil con acceso a bases de datos. En cualquier momento y desde el sitio que deseemos podríamos acceder al ordenador central de un periódico para recibirle. Tengamos presente que ya tenemos el teléfono móvil con fax incorporado, por lo que mencionar el ordenador telefónico no es ninguna ficción.

A partir de aquí sí que entraríamos en una inventiva total. Unan ustedes la realidad virtual, jueguen con la creación de nuevos productos tecnológicos, hagan tablas de posibilidades y encontrarán espacios para llenar de imaginación. En ello no deseamos entrar, pues insistimos que los Medios son productos que siempre estarán al servicio social desde los intereses de la empresa que los mercantilece. Y por muy rápido que se desarrollen los elementos tecnológicos,

los contenidos cambiarán de soporte y seguirán existiendo un emisor y un receptor.

LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA EN EL PERIODISMO					
TIPGRAFÍA	COMPUGRAFÍA		LASERGRAFÍA		CIBERGRAFÍA
	<i>en galerada</i>	<i>en página</i>	<i>en papel</i>	<i>en plástico</i>	
redactor	Redactor	redactor diagramador	Redactor Diagramador	redactor diagramador	redactor diagramador
maquetista	Diagramador				
linotipista	Teclista				
corrector					
ajustador	Montador				
	Fotolitógrafo	Fotolitógrafo	Fotolitógrafo		
tejista	Pasador de plancha	Pasador de plancha	Pasador de plancha	pasador de plancha	
Maquinista	Maquinista	maquinista	Maquinista	maquinista	
repartidor	Repartidor	repartidor	Repartidor	repartidor	
quiosquero	Quiosquero	quiosquero	Quiosquero	quiosquero	
lector	Lector	lector	Lector	lector	lector

**LA CIBERNÉTICA DE AYER A HOY
(Cuadro A)**

Año	Acontecimiento
1832	“Máquina analítica” del matemático británico Charles Babbage con los principios operativos del ordenador moderno: programación, lectura de resultados, almacenamiento de datos y secuencia de instrucciones.
1937-38	El matemático británico Claude Shannon concibió sistemas eléctricos para operaciones lógicas, además de operaciones aritméticas.
1943	El informático británico Alan Turing da forma al <i>Colossus</i> , el primer ordenador electrónico.
1945	El ingeniero norteamericano Howard H. Aiken, profesor de la Universidad de Harvard, dirige para IBM la construcción del ASSC, primer ordenador de funciones universales, conocido como <i>Mark I</i> .
1946	El <i>ENIAC</i> (Electronic Numerical Integrator and Calculator), primer ordenador moderno, construido en la Universidad de Pennsylvania, con dirección de los ingenieros norteamericanos John William Mauchly y John Presper Eckert, entra en funcionamiento. Pesaba 30 toneladas. Almacenaba 18.000 válvulas, 70.000 resistencias, 50.000 conmutadores y varios centenares de kilómetros de cables. Estaba destinado a cálculos de artillería del ejército estadounidense. Era 500 veces más rápido que el <i>Mark I</i> .
1947	La empresa Bell Telephone Laboratories inventa el transistor.
1949	El <i>Edsac</i> , primer ordenador de arquitectura secuencial y memoria interna programable, es inventado por Maurice Wilkens.
1951	J. W. Mauchly y J. P. Eckert dieron forma al <i>Univac I</i> , primer ordenador comercial con terminal, integrando programas y registrando datos en cintas magnéticas que sustituyen a las tarjetas perforadas. Pertenece a la empresa Remington Rand.
1952	La firma IBM pone en el mercado su primer ordenador comercial: el <i>IBM 701</i> .

LA CIBERNÉTICA DE AYER A HOY
(Cuadro B)

Año	Acontecimiento
1956	El <i>Fortran</i> , como primer lenguaje de alto nivel, posibilita la interacción usuario-máquina. El circuito integrado es inventado por Jack Kiby. La empresa Bell Telephone Laboratories construye el <i>Leprechaun</i> , primer ordenador comercial transistorizado.
1964	Se fabrican chips de silicio semiconductor con destino a los componentes necesarios para las operaciones lógicas del ordenador. Tenemos el primer ordenador de circuitos integrados.
1971	La firma Intel crea un microprocesador miniaturizado que agrupa a 3.200 transistores, en un solo circuito, sobre una placa de silicio de 49 mm ² . Le denomina <i>Intel 4 004</i> .
1973	André Troung da forma al primer ordenador con microprocesadores.
1976	Steve Wozniak y Steve Jobs desarrollan el <i>Apple I</i> para Apple Computer .
1978	El ingeniero norteamericano Seymour Cray fabrica, a través de su empresa Cray Research, el primer ordenador vectorial de segunda generación: la supercomputadora <i>Cray I</i> .
1985	Se crea el <i>Cray II</i> por la firma Cray Research. Surge el primer ordenador de paralelismo masivo con 65.356 procesadores: <i>Connection Machine</i> . Su artífice, Daniel Hillis.
Década de los 90 del siglo XX	La miniaturización prosigue con los ordenadores portátiles y agendas electrónicas. La investigación se encauza hacia los ordenadores celulares y de redes de neuronas formales (ordenadores de paralelismo masivo y paralelismo total).
2000 y...	Se estudia, analiza y experimenta sobre los ordenadores ópticos, realizándose las interconexiones mediante fotones y no electrones, lo cual si se produce en todas las fases daría paso a la sustitución de la electrónica por la óptica.

Capítulo 7.

DELIMITACIÓN DEL VOCABLO CIBERNÉTICA Y OTRAS VOCES TECNOLÓGICAS

Comunicación redactada conjuntamente con EVA LEAL GIL y presentada con igual nombre en el *I Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodístico*, organizado, con el título *Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia*, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense por el Departamento de Periodismo I de la indicada Universidad, los días 15, 16 y 17 de noviembre de 2000.

1. INTRODUCCIÓN.

Desde que en 1963 se publicase el *Daily Oklahoma* con aplicación de las nuevas tecnologías que habían abierto nuevas singladuras desde 1946 con la entrada en funcionamiento del primer ordenador o computadora de nueva generación, hemos asistido a una transmutación de los Medios de Comunicación Social que hasta ahora mantenían la transmisión del mensaje mediante canales impresos. El profesor Riva Amella²⁰⁴ señala: *Los periódicos de todo el mundo se vieron abocados desde esa fecha a acomodarse paulatinamente a las nuevas tecnologías que han transformado tanto los talleres como las redacciones.*

No solamente se han producido transformaciones en las redacciones periodísticas y en los sistemas de reproducción de los Medios Impresos, sino, con el desarrollo de las denominadas Autopistas de la Información²⁰⁵, 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

²⁰⁴ RIVA AMELLA, José Luis: “Edición electrónica” en BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: *Estudios sobre Tecnologías de la Información*. Sanz y Editores, Madrid, 1991, pág. 116.

²⁰⁵ No hemos de olvidar que desde 1974 tenemos la primera red tecnológica preparada en un país, concretamente en Estados Unidos de América que tardó ocho años en su puesta a punto desde el Atlántico al Pacífico, habiendo sido Al Gore, aspirante a presidente estatal en el 2000, quien en 1992, nada más ocupar la vicepresidencia del Estado, manifestó su impulso universal a cuanto se refiriese sobre canales tecnológicos a través de interconexiones mundiales. Desde entonces, la gran Red de Redes como es Internet entró en su gran florecimiento occidental.

red. Y así han ido surgiendo diferentes adjetivos para este nuevo campo del Periodismo: Cibernético, Computacional, Digital, Electrónico, Informático.

Acontece que según sea desde un lado del Atlántico o desde otro, se usan diferentes voces para adjetivizar o usar denominaciones en esta parcela periodística. El profesor y académico Manuel Seco²⁰⁶ ha divulgado: *El aparato llamado en España “ordenador” –palabra tomada del francés- recibe en los países americanos los nombres de “computadora” o “computador” –tomadas del inglés- que por otra parte tampoco son desconocidos en España. Las tres palabras son acogidas por la Academia. En coherencia con sus respectivas lenguas fuentes, España prefiere “informática” –tomada del francés- para designar la técnica y el mundo de los ordenadores, mientras que América adopta “computación” –tomada del inglés-; así como los adjetivos “informático” (España) y “computacional” (América). Este último, aunque no recogido por la Academia, también circula en España. Y por otra parte tenemos dos verbos diferentes: “informatizar” y “computarizar”. En España se usan los dos; en América, al parecer, solo “computarizar”. Y el estudioso José Martínez de Sousa²⁰⁷ ha escrito: En gran parte de Hispanoamérica se utiliza la palabra “computadora” mientras que en España se suele utilizar “ordenador”.*

2. USOS DE VOCABLOS.

Existen 22 Academias de la Lengua Española con sede en España y en las distintas repúblicas latinoamericanas²⁰⁸, las cuales han iniciado un camino

²⁰⁶ SECO, Manuel: *Diccionario de Dudas y Dificultades de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 1998, 10ª ed., pág. 121.

²⁰⁷ MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de usos y dudas del Español Actual*. VOX, Barcelona, 1996, pág. 155.

²⁰⁸ El año de creación se indica entre paréntesis: Real Academia Española (1713), Academia Colombiana de la Lengua (1871), Academia Ecuatoriana de la Lengua (1874), Academia Mexicana (1875), Academia Salvadoreña de la Lengua (1876), Academia Venezolana de la Lengua (1883), Academia Chilena de la Lengua (1885), Academia Peruana de la Lengua (1887), Academia Guatemalteca de la Lengua (1887), Academia Costarricense de la Lengua (1923), Academia Filipina de la Lengua Española (1924), Academia Panameña de la Lengua (1926), Academia Cubana de la Lengua (1926), Academia Paraguaya de la Lengua Española

conjunto, a través de la Asociación de Academias de la Lengua Española, con la reciente publicación de la *Ortografía de la Lengua Española*²⁰⁹, la cual armoniza posturas en la totalidad de usos. Y habría que seguir en la unificación de términos para que no se abran diversificaciones y acepciones distintas que llevarían a realidades que a veces, con el tiempo, no tienen retroceso. Ahí queda como testimonio para una labor vinculante, el reciente galardón del *Príncipe de Asturias de la Concordia*, concedido a las 22 Academias, que fue recogido por los directores de las 22 instituciones el pasado mes de octubre²¹⁰.

Intentamos recoger en este apartado las voces que se utilizan en el Estado español y en Latinoamérica para el trabajo de esta parcela periodística. Y realizaremos más adelante un estudio lexicológico a fin de conocer lingüísticamente sus valores de usos. Los vocablos quedarían catalogados de la siguiente manera:

2.1. Cibernético.

- 2.1.1. Ciberartista.
- 2.1.2. Ciberespacio.
- 2.1.3. Ciberia.
- 2.1.4. Cibernauta.
- 2.1.5. Cibernética.
- 2.1.6. Cibernético, a.
- 2.1.7. Cyber.

(1927), Academia Dominicana de la Lengua (1927), Academia Boliviana de la Lengua (1927), Academia Nicaragüense de la Lengua (1928), Academia Argentina de las Letras (1931), Academia Nacional de las Letras, de Uruguay (1943), Academia Hondureña de la Lengua (1949), Academia Puertorriqueña de la Lengua Española (1955), Academia Norteamericana de la Lengua Española (1973).

²⁰⁹ AA. VV: *Ortografía de la Lengua Española*. R.A.E. y Espasa Calpe, Madrid, 1999.

²¹⁰ El acto se celebró en la tarde del día 27 de octubre de 2000, en el Teatro Campoamor de Oviedo (Asturias).

2.2. Computacional.

- 2.2.1. Computación.
- 2.2.2. Computacional.
- 2.2.3. Computador, a.
- 2.2.4. Computadora.
- 2.2.5. Computadorización.
- 2.2.6. Computadorizado, da.
- 2.2.7. Computadorizar.
- 2.2.8. Computarización.
- 2.2.9. Computarizado, da.
- 2.2.10. Computarizar.
- 2.2.11. Computer.
- 2.2.12. Computerización.
- 2.2.13. Computerizado, da.
- 2.2.14. Computerizar.
- 2.2.15. Computista.

2.3. Digital.

- 2.3.1. Digital.
- 2.3.2. Digitalización.
- 2.3.3. Digitalizador.
- 2.3.4. Digitalizar.
- 2.3.5. Digitalmente.
- 2.3.6. Dígito.

2.4. Electrónico.

- 2.4.1. Electrónica.
- 2.4.2. Electrónicamente.

2.4.3. Electrónico, a.

2.4.4. Electronizar.

2. 5. Informático.

2.5.1. Informática.

2.5.2. Informáticamente.

2.5.3. Informático, a.

2.5.4. Informatizar.

Como queda reflejado la obtención de un total de 36 términos se agrupan en 5 bloques que son los que apellidan una parcela del Periodismo a través de sistemas automatizados: Periodismo Cibernético, Periodismo Computacional, Periodismo Digital, Periodismo Electrónico, Periodismo Informático. Y en cada uno de los vocablos se pueden apreciar diversos usos para definir lo mismo en un quehacer con las diversas variantes en aplicaciones de acciones y efectos dentro de la lengua española, hoy hablada por unos 400 millones de personas. Hemos acudido a una variedad de diccionarios plenamente lingüísticos y otros temáticos, así como a obras tecnológicas que contenían un glosario, las cuales hemos usado para los análisis correspondientes, quedando reflejadas en la bibliografía final.

3. ANÁLISIS LEXICOLÓGICOS.

3.1. Cibernético.

Numerosas obras vienen a coincidir que la Cibernética sería *la Ciencia o disciplina que estudia los mecanismos automáticos de comunicación y de control o técnica de funcionamiento de las conexiones de los seres vivos y de las máquinas autogobernadas*, acepción femenina procedente del griego *kybernetike* (arte de pilotar o gobernar) y del francés *cybernétique*, acuñada por Norbet Wiener tras postular, en 1948, a la Cibernética como una nueva disciplina científica tras sus investigaciones basadas sobre el cálculo de probabilidades, el análisis y la teoría de la información²¹¹.

²¹¹ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Planeta, Barcelona, 1990, t. 3, pág. 632.

Cibernético sería el adjetivo masculino y femenino para denominar todo cuanto *tiene relación con la cibernética: órgano cibernético, proceso cibernético* o que *está especializado en cibernética*, así como también a la *persona que se dedica a ella*²¹².

Cibernauta, masculino y femenino, es el usuario y la usuaria *de las diferentes redes de transiciones de datos, viajeros de mundos virtuales a través*

AA. VV.: *Diccionario de la Lengua Española*. R.A.E. y Espasa-Calpe, Madrid, 1992, 21ª ed., pág. 331.

AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Espasa Calpe, Madrid, 1998, pág. 426.

AA. VV.: *Gran Diccionario de la Lengua Española*. Larousse, Barcelona, 1999, pág. 304.

BARCÍA, Roque: *Diccionario general etimológico de la Lengua Española*. Tip. Álvarez Hermanos, Madrid, 1880, tomo I, pág. 871.

BRENNAN, Richard P.: *Diccionario básico para la Actualidad Científica*. Celeste Ediciones, Madrid, 1994, pág. 63.

CLAUDÍN, Víctor y ANABITARTE, Héctor (1986): *Diccionario General de la Comunicación*. Mitre, Barcelona, 1986, pág. 41.

CORRIPIO, Fernando: *Diccionario de ideas afines*. Herder, Barcelona, 1985, 2ª ed., pág. 193.

CHANDOR, Anthony: *Diccionario de informática*. Alianza, Madrid, 1989, pág. 77.

GARCÍA-PELAYO, Ramón: *Diccionario Manual de la Lengua Española*. Larousse Planeta S.A., Barcelona, 1994, pág. 166.

MARTÍN, E. y TAPIZ, L.: *DEAIG: Diccionario enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1981, pág. 121.

MOLINER, María (1991): *Diccionario de uso del Español*. Gredos, Madrid, 1991, vol. 1, págs. 621-622.

MOTA, Ignacio H. de la (1988): *Diccionario de la Comunicación*. Paraninfo, Madrid, 1988, vol. I, pág. 31.

SECO, Manuel: *Diccionario de Dudas y Dificultades de la Lengua Española*. Espasa, Madrid, 1998, 10ª edición, pág. 445.

²¹² AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 3, pág. 632.

AA. VV.: *Gran Diccionario de la Lengua...*, Op. Cit., pág. 304.

SECO, Manuel; ANDRÉS, Olimpia y RAMOS, Gabino: *Diccionario del Español Actual*. Aguilar, Madrid, 1999, pág. 1033.

*del Ciberespacio o habitantes de Siberia, que sería el ámbito o espacio hipotético o imaginario de quienes se encuentran inmersos en la civilización de la electrónica, la informática y la cibernética*²¹³, denominándose Cyber al prefijo usado por los profanos para describir temas relacionados con Internet²¹⁴ siendo ciberartista la persona que realiza obras de arte valiéndose de los medios cibernéticos²¹⁵.

Cibernauta, masculino y femenino, es el usuario y la usuaria de las diferentes redes de transiciones de datos, viajeros de mundos virtuales a través del Ciberespacio o habitantes de Siberia, que sería el ámbito o espacio hipotético o imaginario de quienes se encuentran inmersos en la civilización de la electrónica, la informática y la cibernética²¹⁶, denominándose Cyber al prefijo usado por los profanos para describir temas relacionados con Internet²¹⁷ siendo ciberartista la persona que realiza obras de arte valiéndose

²¹³ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 426.

HELD, Gilbert: *Diccionario de Tecnología de las Comunicaciones*. Paraninfo, Madrid, 1997, pág. 102.

JOYANES, Luis: *Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. McGraw-Hill, Madrid, 1997, págs. 5-15-88-91-99-124.

MUÑOZ, José Javier: *Argot del Periodismo Actual*. Librería Cervantes, Salamanca, 1995, pág. 36.

PARRA, Eduardo: *Diccionario de Internet*. Noesis, Madrid, 1997, pág. 28.

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.033.

²¹⁴ PARRA, Eduardo: *Diccionario de Internet*. Noesis, Madrid, 1997, pág. 27.

²¹⁵ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 426).

²¹⁶ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 426.

HELD, Gilbert: *Diccionario de Tecnología de las Comunicaciones*. Paraninfo, Madrid, 1997, pág. 102.

JOYANES, Luis: *Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. McGraw-Hill, Madrid, 1997, págs. 5-15-88-91-99-124.

MUÑOZ, José Javier: *Argot del Periodismo Actual*. Librería Cervantes, Salamanca, 1995, pág. 36.

PARRA, Eduardo: *Diccionario de Internet*. Noesis, Madrid, 1997, pág. 28.

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.033.

²¹⁷ PARRA, Eduardo: *Diccionario de Internet*. Noesis, Madrid, 1997, pág. 27.

de los medios cibernéticos²¹⁸.

3.3. Digital.

Digital, procedente del latín *digitales*, aparte de ser un adjetivo *relativo a los dedos*, se dice del *computador u ordenador en que todas las representaciones de magnitudes se traducen en números, con los cuales opera para realizar los cálculos con datos susceptibles de adoptar estados discretos a través de sistemas, dispositivos o procedimientos*, teniendo aplicación técnica en el orbe de los libros para *indicar dónde empiezan secciones o puntos importantes de consulta*²¹⁹.

Denominamos digitalizar (verbo transitivo) cuando codificamos *numéricamente la información, convirtiendo una información analógica o una imagen convencional desde un estado nominal a código digital pudiendo ser almacenados en la memoria del ordenador y ser utilizados en las salidas diversas*. El término digitalizador se usaría para denominar la *tabla de*

²¹⁸ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 426).

²¹⁹ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 4, pág. 967.

AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., pág. 530.

AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 595.

AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 541.

BRENNAN, R. P.: Op. Cit., págs. 111-112.

CORRIPIO, F.: Op. Cit., pág. 306.

CHANDOR, A.: Op. Cit., pág. 130.

DREYFUS, John y RICHAUDEAU, François: *Diccionario de la edición y de las Artes Gráficas*. Fundación G. Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990, págs. 167 y 168.

GARCÍA-PELAYO, R.: Op. Cit., pág. 286.

HELD, G.: Op. Cit., pág. 173.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Manual de Edición y Autoedición*. Pirámide, Madrid, 1994, pág. 64.

MOLINER, María: Op. Cit., vol. I, pág. 998.

MUÑOZ, J. J.: Op. Cit., pág. 50.

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.608.

conmutadores o dispositivos de detección de posición que hace posible la conversión anterior²²⁰.

Siguiendo en este bloque, tenemos digitalización, femenino procedente del francés *digitalisation*, que sería *la acción y efecto de digitalizar*. También el adverbio digitalmente para todo cuanto sea *de manera digital*, mientras que el adjetivo masculino dígito, del latín *digitus*, define a *cada uno de los símbolos de una señal digital*, que puede adoptar un número finito de valores diferentes²²¹.

3.4. Electrónico.

El término femenino electrónica se usa para delimitar la *Ciencia o rama de la física que estudia el movimiento o comportamiento de los electrones y otras partículas atómicas cuando están sometidas en una atmósfera de campos electromagnéticos* y el adjetivo electrónico, con masculino y femenino, abarcaría todo *lo relativo a la electrónica*²²².

²²⁰ AA. VV. Diccionario de la Lengua... Op. Cit., pág. 541.
AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 595.
GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., pág. 286.
HELD, G.: Op. Cit., pág. 173.
MARTÍN, E.: *Composición gráfica*. Edebé, Barcelona, 1995, pág. 168.
SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.608.

²²¹ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 4, pág. 967.
AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., pág. 530.
AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 595.
AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 541.
CHANDOR, A.: Op. Cit., pág. 130.
DREYFUS, J. y RICHAUDEAU, F.: Op. Cit., pág. 168
GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., pág. 286
HELD, G.: Op. Cit., pág. 173.
JOYANES, L.: Op. Cit., pág. 65.
MARTÍN, E. y TAPIZ, L: Op. Cit., pág. 185.
MOLINER, María: Op. Cit., vol. I, pág. 998.
SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.725.

²²² AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 4, pág. 1.038.
AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., págs. 562-563.
AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 643.

Tenemos el adverbio electrónicamente para abarcar todo aquello que sea *de manera electrónica* o que tenga *aspecto electrónico* y la forma verbal transitiva de electrónizar para *hacer que algo funcione mediante dispositivos electrónicos*²²³.

3.5. Informático.

Informática es *el conjunto de conocimientos científicos y técnicos que hacen posible el tratamiento automático y racional de la información por medio de ordenadores o computadores electrónicos, considerada como soporte de los conocimientos y las comunicaciones, a través de caracteres, símbolos, representaciones y reglas*. Término femenino que procede del francés *informatique*, el cual tiene el adjetivo de informático, con masculino y femenino, para toda *persona especialista en informática* o todo sobre *la informática, los ordenadores o las computadoras*²²⁴.

AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 585.

CASARES, Julio: *Diccionario ideológico de la Lengua Española*. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, 2ª ed., pág. 315.

CHANDOR, A.: Op. Cit., pág. 155.

GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., págs. 307-308.

MOLINER, María: Op. Cit., vol. I, pág. 1.036.

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.725.

²²³ SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., pág. 1.725.

²²⁴ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 6, pág. 1.639.

AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., págs. 562 y 822.

AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 956.

AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 916.

CLAUDÍN, V. y ANABITARTE, H.: Op. Cit., pág. 114.

CHANDOR, A.: Op. Cit., págs. 203-204.

GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., pág. 483.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: *Diccionario del Periodismo*. Pirámide, Madrid, 1990, 5ª ed., pág. 107.

MARTÍN, E. y TAPIZ, L: Op. Cit., pág.313.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: Op. Cit., pág. 263.

MOTA, I.: Op. Cit., vol. II, pág. 33

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., vol. II, pág. 2.626.

Dos vocablos aún para este bloque: informatizar e informáticamente. El primero es verbo transitivo para *aplicar los métodos de la informática en un negocio, proyecto, servicio, organismo, etc., dotándolos de los medios o recursos proporcionados por la misma*. El segundo, el adverbio para concretar todo aquello que sea *de manera informática*²²⁵.

3.6. Ordenador.

Como añadido a los cinco bloques analizados, hemos considerado necesario pararnos en el término ordenador, por cuanto en el bloque computacional se ha estudiado el vocablo computadora y veíamos que era una acepción que puede tener la misma delimitación lexicológica que ordenador.

Adjetivo masculino y femenino, procedente del francés *ordinateur*, que *ordena*, siendo una *máquina automática o sistema electrónico de tratamiento de la información, capaz de efectuar complejas operaciones aritméticas y lógicas, que funciona bajo el control de un programa, previamente registrado, funcionando a altas velocidades*²²⁶.

²²⁵ AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., pág. 822.
AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 956.
AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 916.
GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., pág. 483.
SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., vol. II, pág. 2.626.

²²⁶ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 9, pág. 2.230.
AA. VV.: *Diccionario de la Lengua...* Op. Cit., pag. 1.051.
AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Espasa*. Op. Cit., pág. 1.325.
AA. VV.: *Gran Diccionario...* Op. Cit., pág. 1.229.
BRENNAN, R. P.: Op. Cit., pág. 296.
CLAUDÍN, V. y ANABITARTE, H.: Op. Cit., págs. 152-153.
CORRIPIO, F.: Op. Cit., pág. 646.
CHANDOR, A.: Op. Cit., págs. 279 a 281.
DREYFUS, J. y RICHAUDEAU, F.: Op. Cit., págs. 571-572.
GARCÍA-PELAYO, R. : Op. Cit., pág. 614.
HELD, G.: Op. Cit., pág. 378.
MARTÍN, E.: Op. Cit., pág. 170.
MARTÍN, E. y TAPIZ, L: Op. Cit., pág. 411.

Encontramos que distintos estudiosos como Ignacio de la Mota, José Martínez de Sousa, Fernando Corripio, E. Martín en obra individual y en libro conjunto con L. Tapiz y Manuel Seco, así como autores varios a través del *Diccionario Enciclopédico Larousse*, expresan²²⁷ que ordenador es igual a computador o computadora, dependiendo de donde se hable en español.

4. VOCABLO MÁS APROPIADO.

Fijaremos en este apartado el vocablo más apropiado para su uso periodístico, concretando su necesidad y perfilando su definición para que así no se vaya a abrir un abismo léxico entre las 22 repúblicas latinoamericanas y el Estado español, en uso común de una lengua que aumenta día a día siendo internacionalmente la segunda en volumen de habla.

La necesidad viene emanada desde la misma demanda de unificación de términos para que no se produzcan divergencias, sino que siempre todo sea hacia unificaciones. Como hemos visto hasta ahora, todas las acepciones están recogidas técnica y científicamente en el diccionario de la Real Academia Española y en otros diccionarios apreciando y procurando unificar sus acepciones en la convergencia de las diferentes voces.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: Op. Cit., pág. 346.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Manual de Edición y Autoedición*. Pirámide, Madrid, 1994, pág. 264.

MOTA, I.: Op. Cit., vol. II, pág. 147.

SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.: Op. Cit., vol. II, pág. 3.306.

²²⁷ AA. VV.: *Diccionario Enciclopédico Larousse*. Op. Cit., t. 9, pág. 2.330.

CORRIPIO, F.: Op. Cit., pág. 646.

MARTÍN, E.: Op. Cit., pág. 170.

MARTÍN, E. y TAPIZ, L.: Op. Cit., pág. 411.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: Op. Cit., pág. 346.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J.: *Diccionario de usos y...* Op. Cit., pág. 155.

MOTA, I.: Op. Cit., vol. II, pág. 147.

SECO, M.: Op. Cit., pág. 121.

En 1997 se doctoraba en la Universidad de Sevilla, el periodista José Álvarez Marcos²²⁸ con una tesis sobre el *Diario Expo 92*, que fue pionero en sistemas automatizados, sin soporte papel y que pudo conocerse día a día por los miles de visitantes que acudieron entre abril y octubre de 1992, a la sevillana Isla de la Cartuja con su Exposición Universal. El hoy doctor y profesor había sido director de esta pionera empresa que duró seis meses de comparecencia pública, aparte de los meses anteriores de preparación en exhaustiva planificación de lo que fue la primera experiencia de Periodismo en pantalla. En su conclusión décima dice: *Cibernético es el mejor calificativo que define al periódico multimedia producido, distribuido y consumido mediante equipos electrónicos*. El mismo investigador en su obra titulada *Tecnologías para la Información Periodística*, cuando habla de la necesidad de nombres y apellidos para el quehacer periodístico que comienza a desarrollarse técnicamente y que en el devenir tendrá más auge, escribe: *El periódico cibernético es, desde nuestro punto de vista, el calificativo conceptual más profundo y atinado para definir al diario en los albores del siglo XXI*. Y añade: *El término cibernético define mejor a los nuevos diarios concebidos con criterios multimedia y en los que textos y fotografías se mezclan con sonido e imagen en movimiento*²²⁹.

No es que el Periodismo sea otro, sino que estamos ante un nuevo soporte, que se está cambiando lentamente, que entramos paso a paso en nuevos caminos donde el soporte será otro. Y nada más. No hay un nuevo Periodismo. Será el mismo que hacemos hoy, con contenidos y continentes adaptados dentro de las posibilidades que permitan ese soporte que se usará para su transmisión y que ya no será mediante papel impreso llevado al quiosco, sino desde el ordenador o computadora de una redacción al ordenador o computadora de un receptor, desapareciendo por tanto el quiosco, lo cual no quiere decir que no se imprima pues el receptor sí que podría reproducirlo en la impresora ubicada en

²²⁸ ÁLVAREZ MARCOS, José: *Una experiencia de Periodismo Cibernético: Diario Expo 92*. Tesis en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, defendida en junio de 1997 y editada con el título de *Sevilla y el Periodismo Multimedia: la experiencia pionera de "Diario Expo 92"* por Padilla, Sevilla, diciembre de 2000.

²²⁹ ÁLVAREZ MARCOS, José: *Tecnologías para la Información Periodística*. Mad, Sevilla, 1999, pág. 169.

su domicilio en el formato que desease: en los llamados A-4 (29,5x21 centímetros) o A-3 (29,5x42 centímetros) y a todo color.

Pautados, desmenuzados, vertebrados los análisis anteriores, tenemos que asumir los vocablos más apropiados aquellos de más habla: cibernético y computadora; son hablados por casi 360 millones de hispanohablantes, mientras electrónico, informático, digital y ordenador están en el uso de poco más de 40 millones de personas, las que habitan en el Estado español. No es que haya que renunciar a nada, sin embargo, sí es bueno tener tendencias a la unificación como caminos para mantener los nexos lingüísticos.

Si aplicamos el término Cibernético al quehacer tecnológico actual y próximo del Periodismo tendremos el *nombre y apellido* de Periodismo Cibernético que sería el Periodismo que realizamos mediante la Cibernética, es decir a través de mecanismos automatizados de comunicación y de control o técnica de funcionamiento desde las redacciones periodísticas, conectadas mediante seres periodistas, y las computadoras gobernadas por personas. Cuando se efectúen próximas ediciones de diccionarios o glosarios de distintas obras, quienes tengan la responsabilidad de su revisión o elaboración, deberían recoger como hemos expresado el concepto de Periodismo Cibernético dentro de una nueva acepción a aplicar en Cibernético o Cibernética, donde podría indicarse tras las barras correspondiente y en último lugar, si se desea, Periodismo Cibernético y a continuación la exposición de su significado. Una parcela social como es el Periodismo -desde una profesión sin formación reglada a inicios del siglo XX hasta la consolidación como Ciencia al iniciarse el siglo XXI- se lo merece.

5. BIBLIOGRAFÍA.

5.1. Fundamental.

Como Bibliografía Fundamental ha de considerarse la que está citada a pie de página.

5.2. Complementaria.

Reflejamos seguidamente la bibliografía consultada y no usada en la investigación:

BARTOLOMÉ CRESPO, D.; GARCÍA YRUELA, J; PABLOS COELLO, J. M. y otros: *Estudios sobre Tecnologías de la Información. 1*. Sanz y Torres, Madrid, 1991.

BERNERS-LEE, Tim: *Tejiendo la red*. Siglo XXI de España, Madrid, 2000.

HUIDOBRO, José M.: *Comunicaciones*. Paraninfo, Madrid, 1997.

KRAYNAK, Joe: *Fácil Internet*. Ediciones B, Barcelona, 2000.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario General del Periodismo*. Paraninfo, Madrid, 1881.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de Ortografía Técnica*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Salamanca y Madrid, 1987.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de Redacción y Estilo*. Pirámide, Madrid, 1993.

Capítulo 8.

**BIBLIOGRAFÍA SOBRE
TECNOLOGÍA PERIODÍSTICA**

Se ofrece seguidamente una variada Bibliografía sobre Tecnología Periodística, desde la vieja maquetación hasta los productos emergentes cibernéticos, en el gran espacio multicultural de la Sociedad de la Información con la finalidad de acceder a la comprensibilidad del impacto y transformación de las Nuevas Tecnologías en la transmisión del Periodismo. Está cerrada a diciembre de 2000, habiéndose incluido diversas ediciones que se sabían estaban a esa fecha en preparación por distintas empresas editoriales:

AA. VV. : *Comercio y negocios en la Sociedad de la Información*. Fundación Cotec, Madrid, 2000.

AA. VV.: *Cómo combinar y elegir colores para el diseño gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991.

AA. VV.: *Curso práctico de diseño gráfico*. Génesis, Madrid, 1991.

AA. VV.: *Diseñadores del siglo XX*. Eds. Ceac, Barcelona, 1993.

AA. VV.: *Empresas con iniciativas*. Fundación Cotec, Madrid, 1999.

AA. VV.: *Ética de las Comunicaciones Sociales*. Librería Editrice Vaticana. Ciudad del Vaticano, 2000.

AA. VV.: *Europa 1995. Nuevas tecnologías y cambio social*. Fundesco, Madrid, 1987.

AA. VV.: *Formación de técnicos e investigadores en Tecnologías de la Información*. Fundesco, Madrid, 1986.

AA. VV.: *Grandes inventos contemporáneos*. ABC-Larousse, Madrid-Barcelona, 1998.

AA. VV.: *Industria de la Comunicación, La*. Banco Bilbao Vizcaya, Madrid, 1995.

AA. VV.: *Iniciativas en información y noticias: jornadas técnicas*. Proyectos y Producciones Editoriales Cyan, Madrid, 2000.

AA. VV.: *Sistema español de innovación: diagnósticos y recomendaciones*, *El*. Fundación Cotec, Madrid, 1998.

AA. VV.: *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra, Madrid, 1990.

AA. VV.: *Vigilancia tecnológica*. Fundación Cotec, Madrid, 1999.

AGAZZI, Evento: *Bien, el mal y la ciencia*, *El*. Tecnos, Madrid, 1996.

AGUILERA, M. y VIVAR, H. (ed.): *Infografía, La*. Fundesco, Madrid, 1990.

AGUIRRE ROMERO, Joaquín M^a: “Revistas digitales y la vida académica, Las” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nº 6 y 7, 1997 y 1998, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

ALONSO, Julio: “Grafía, el trabajo en una Agencia de Prensa especializada en infográficos” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 8, agosto de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.

ALONSO, Maximiliano y otros: *El teletexto*. RTVE, Madrid, 1988.

ÁLVAREZ MARCOS, José: “Ciberprens@: el medio de los `diez mil nombres`” en *Ámbitos*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, 2000, nos. 3-4, págs. 113 a 122,

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*,
Universidad de La Laguna, nº 31, julio de 2000,
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

ÁLVAREZ MARCOS, José: “Mediamorfosis, La” en LÓPEZ HIDALGO, Antonio; FERNÁNDEZ, Manuel Carlos; ÁLVAREZ MARCOS, José y CASTRO, Jesús Jacinto de: *Creatividad y Comunicación*. Ediciones Trípode, Sevilla, 1995.

ÁLVAREZ MARCOS, José y LÓPEZ HIDALGO, Antonio: *Periodismo que viene, El*. Fundación Cruzcampo, Sevilla, 1997.

ÁLVAREZ MARCOS, José: *Sevilla y el Periodismo Multimedia*. Padilla, Sevilla, 2000.

ÁLVAREZ MARCOS, José: *Tecnologías para la Información Periodística*. MAD, Sevilla, 1999.

AMAT, Nuria: *Biblioteca electrónica*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990.

ANCOCHEA SOTO, “Telecomunicaciones, motor de la Comunicación Social, Las” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 1, diciembre de 1996, págs. 39 a 50.

ÁNGULO USATEGUI, José María: *Electrónica digital moderna*. Paraninfo, Madrid, 1993.

ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier y MESO, Koldo: *Periodismo electrónico, El*. Ariel, Barcelona, 1996.

ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio; CAMINOS MARCET, José María; ELEXGARAY ARIAS, Jon; MARÍN MURILLO, Flora, y MERCHÁN MOTA, Iker: *Diario digital, El*. Bosch, Barcelona, 2000.

ARMENTIA VIZUETE, José I.; ELEXGARAY ARIAS, Jon I. y PÉREZ FUENTES, Juan C.: *Diseño y Periodismo Electrónico*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio; CAMINOS, José María; ELEXGARAY, Jon y MERCHÁN, Iker: “Información en la prensa digital, La: redacción, diseño y hábitos de lectura” en el nº 8 de *Zer*, 2000, Universidad del País Vasco, <http://www.ehu.es/zer>

ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio: “Nuevas propuestas formales de la Prensa española ante el fin de siglo: del protodiseño periodístico al diario de servicios, Las” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 5, noviembre de 1998, págs. 201 a 224.

ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio: *Nuevas tendencias en el diseño de la Prensa, Las*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1993.

ARNOLD, Edmund C.: *Diseño total de un periódico*, El. Edamex, México, 1986, 2ª ed.

ARRIBAS URRUTIA, Amaia: “¿Centralizar o descentralizar los sistemas de información en la empresa?” en *Ámbitos 3-4, Revista Andaluza de Comunicación*, y en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 31, julio de 2000, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

ATTALI, Jacques: *Milenio*. Seix Barral, Barcelona, 1991.

BALLE, Francis y EYMERY, Gérard: *Nuevos Medios de Comunicación masiva, Los*. Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

BANN, David: *Manual de producción para Artes Gráficas*. Tellus, Madrid, 1988.

BARNHURST, Kevin G.: “Cuadros gráficos, Los” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 16, abril de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

BARNHURST, Kevin G.: “Diseño gráfico: de las cavernas a la era digital, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 19, julio de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

BARNHURST, Kevin G.: “Diagramación de noticias, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 14, febrero de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

BARNHURST, Kevin G.: “Periodismo visual, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 7, julio de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

BARRERO FERNÁNDEZ, Antonio: *El teletrabajo*. Ágata, Alcobendas, 1999.

BARROSO ASENJO, Porfirio: “Cuatro principios de ética en Internet” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 3, noviembre de 1977, págs. 15 a 28.

BARTOLOMÉ CRESPO, D.; GARCÍA YRUELA, J.; PABLOS COELLO, J. M. y otros: *Estudios sobre Tecnologías de la Información. 1*. Sanz y Torres, Madrid, 1991.

BARTOLOMÉ CRESPO, D.; ESTEVE, F.; GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. y otros: *Estudios sobre Tecnologías de la Información. 2*. Dykinson, Madrid, 1992.

BELTRÁN LASALETTA, Juan Manuel: “Nuevas tecnologías, Nuevos Medios: libertad y participación” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

BENITO, Ángel y otros: *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Eds. Paulinas, Madrid, 1990.

BENITO, Ángel: *Información y nuevas tecnologías*. Fundación Universitaria San Pablo, Valencia, 1987.

BERGER, René: *Arte y Comunicación*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

BERNERS-LEE, Tim: *Tejiendo la Red*. Siglo XXI de España, Madrid, 2000.

BERTIN, Jacques: *Gráfica y el tratamiento gráfico de la información*, La. Taurus, Madrid, 1987.

BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Fausto: *Nuevas tecnologías de la Comunicación*, Las. Paidós, Barcelona, 1993

BEZUNARTEA, Ofa; CANGA LAREQUI, Jesús; DIEZHANDINO, Pilar y otros: *Prensa ante el cambio de siglo*, La. Deusto, Bilbao, 1988.

BLANCO, José Ramón: *Nueva economía del chip*, La. Mitres, Barcelona, 1989.

BLANCO LOSADA, Manuel; MORÁN, José Manuel y otros: *Apuntes de la sociedad interactiva (autopistas inteligentes y negocios multimedia)*. Fundesco, Madrid, 1994.

BOCCO, María Eva: “Las nuevas fronteras de la información” en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 36, diciembre de 2000, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

BRAHAM, Bert: *Manual del diseñador gráfico*. Celeste, Madrid, 1991.

BRAND, Stewart: *Laboratorio de medios*, El. Fundesco, Madrid, 1989.

BRETON, Philippe: *Historia y crítica de la Informática*. Cátedra, Madrid, 1989.

BROWN, Alex: *Autoedición*. ACKPublish, Madrid, 1991.

CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles: *Evolución y tendencias en la configuración gráfica de la prensa on line*. Universidad de Málaga, Málaga, 2000.

CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles: “Retos en el diseño de periódicos en Internet” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 25, enero de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CABRERA GONZÁLEZ, María Ángeles: *La prensa on line*. CIMS, Madrid, 2000.

CAMERA, F.: *Símbolos y signos gráficos*. Don Bosco, Barcelona, 1975.

CAMPBELL, Alastair: *Manual del diseñador gráfico*. Tellus, Madrid, 1989.

CANCIOLA, Claudio y HERNÁNDEZ, Ricardo: *Informática en Periodismo*. Trillas, México, 1992.

CANGA LAREQUI, Jesús; COCA, César; MARTÍNEZ RIVERA, Eloi; CANTALAPIEDRA, María José y MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Lucía: “Del umbral al portal” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 6, mayo de 1999, págs. 119 a 136.

CANGA LAREQUI, Jesús: *Diseño periodístico en Prensa diaria*, El Bosch. Barcelona, 1994.

CANGA LAREQUI, Jesús: *Prensa y las nuevas tecnologías*, La. Deusto, Bilbao, 1988.

CANGA LAREQUI, Jesús; COCA, César; MARTÍNEZ, Eloi; CANTALAPIEDRA, María José y MARTÍNEZ ODRIOZOLA, Lucía: “¿Quién teme al periódico digital?” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 17, mayo de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CARNOY, Martín: *El trabajo flexible*. Alianza, Madrid, en preparación a diciembre de 2000.

CARRETERO, Jesús; GARCÍA, Antonio; GARCÍA, Félix; PÉREZ, Fernando; RODRÍGUEZ, Santiago; ROSALES, Francisco Javier y PÉREZ, María de los Santos: *Descubre internet*. Prentice Hall-Pearson, Madrid, en preparación a diciembre de 2000.

CASADO ORTIZ, Rafael: *Trabajar en la Sociedad de la Información*. Fundación Universidad-Empresa, Madrid, 1999.

CASALS, R.: *Composición y edición electrónicas*. Howson Algraphy, Barcelona, 1989.

CASANOVA GONZÁLEZ, Miguel Ángel: *Realidad virtual*. Anaya Multimedia, Madrid, 1995.

CASTAÑOS MARTÍNEZ, Ángel J.: *Los diarios electrónicos españoles en Internet: los casos de "ABC, El País Digital, El Mundo del siglo XXI, La Vanguardia, El Periódico y Avui"*. Universidad Complutense de Madrid, 1999.

CASTELLS, Manuel: *Ciudad informacional, La: Tecnologías de la Información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Alianza, Madrid, 1995.

CASTELLS, Manuel: *Era de la información, La: economía, sociedad y cultura*. Alianza, Madrid. Vol. 1: *La sociedad red*, 1997. Vol. 2: *El poder de la identidad*, 1998. Vol. 3: *Fin de milenio*, 1998.

CASTELLS, Manuel (coord.): *Industria de las tecnologías de la información (1985-1990)*. Fundesco, Madrid, 1991.

CASTELLS, Manuel y BORJAS, Jordi: *Local y global*. Taurus, Madrid, 1998.

CASTELLS, Manuel y HALL, Peter: *Tecnópolis del mundo: la formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Alianza, Madrid, 1994 y en preparación de una nueva edición a diciembre de 2000.

CASTELO, Víctor y GARCÍA, Juan Antonio: "Camino hacia una Internet multimedia, El" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6 y 7, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

CASTILLA, Adolfo; ALONSO, M^a Cruz y DÍAZ, José A.: *Desafío de los años 90, El*. Fundesco, Madrid, 1986.

CASTILLA, A.; ALONSO, Mari Cruz y DÍAZ, José Antonio: *Sociedad española ante las nuevas antologías, La*. Fundesco, Madrid, 1987.

CASTILLA, A. y ALONSO, Mari Cruz: *Telecomunicaciones y desarrollo en España e Iberoamérica*. Fundesco, Madrid, 1989.

CASTILLO CAÑADAS, M^a Teresa y GARCÍA JIMÉNEZ, Andrés: “Derechos de autor en los Medios Electrónicos, Los” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

CASTILLO OBANDO, Emilce: “Comunicación y la Cibernética, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, n^o 17, mayo de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CASTILLO OBANDO, Emilce: “Nuevas Tecnologías en la Información y la Comunicación: ¿para bien o para mal?, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, n^o 12, diciembre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CEBRIÁN, Juan Luis: *Red, La*. Taurus, Madrid, 1998.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano: “Información en Red, La” en *Sphera pública*, Universidad Católica, Murcia, n^o 1, 2000, págs. 9 a 28.

CELA, Julio R.: “Internet para periodistas (con especial incidencia en el ámbito español)” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, n^o 5, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>.

CELY ÁLVAREZ, Adriana M.: Elementos para caracterizar los *nuevos Medios de Comunicación*” en *Latina*, Universidad de La Laguna, n^o 19, julio de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CIVIT ALAMINOS, Cristina y MARCH MERLOS, Montserrat: *Implantación del teletrabajo en la empresa*. Edicions Gestió 2000, Barcelona, 2000.

CLAPERS, Jordi: “Gráficos, desde fuera de la Redacción, Los” en *Latina*, Universidad de La Laguna, número 9, septiembre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CLARKE, Arthur C.: *El mundo es uno*. Ediciones B, Barcelona, 1994.

CODINA, Lluís: “H de *Hypertext*, o la teoría de los hipertextos revisitada” en los nos. 6 y 7 de *Cuadernos de documentación multimedia*, junio de 1996, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, <http://www.ucm.es/info/multidoc/revista/>

COHEN, Daniel: “Paradigmas de la educación tecnológica” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 4, abril de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

COLLE, Raymond: “Estilos o tipos de infográficos” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 12, diciembre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

COLLE, Raymond: “Internet: un cuerpo enfermo y un campo de batalla” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 30, junio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

COLLE, Raymond: “Principios de diseño para la WWW” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 29, mayo de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

CONTRERAS, Fernando: “Breve estudio sobre la aplicación de la teoría del emplazamiento en el ciberespacio” en *Sphera pública*, Universidad Católica, Murcia, nº 1, 2000, págs. 137 a 148.

CONTRERAS, Fernando R.: *Cibermundo: dialéctica del mundo informático*, El. Alfar, Sevilla, 1998.

CONTRERAS, Fernando R.: *Nuevas fronteras de la Infografía: análisis de la imagen por ordenador*. Mergablum, Sevilla, 2000.

COTTON, Bob: *Nueva guía del diseño gráfico*, La. Blume, Barcelona, 1994.

CRAINER, Stuart y DEARLOVE, Des: *La Generación-e*. Prentice Hall-Pearson, Madrid, en preparación a diciembre de 2000.

CREAMADES, Javier: “Marco regulatorio de los operadores de Televisión por Cable y Satélite, El” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 4, mayo de 1998, págs. 41 a 70.

CUADRA DE COLMENARES, Elena de la: “Internet: conceptos básicos” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nº 5, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

CUESTA MILLÁN; Juan Ignacio: “Libertad de Información, Informática y Redes de Comunicación” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

CHANDOR, Anthony: *Diccionario de informática*. Alianza, Madrid, 1989.

DALLEY, Terence (coord.): *Guía completa de ilustración y diseño. Técnicas y materiales*. Hermann Blume, Madrid, 1986, 2º reimp.

DEBRAY, Régis: *Introducción a la mediología*. Paidós, Barcelona, en preparación a diciembre de 2000.

DERFLER, Frank J. y LES FREED: *Así funcionan las comunicaciones*. Anaya Multimedia, Madrid, 1994.

DÍAZ, David R.: “Mediática e información digital en México. El Medio digital frente a los ‘periódicos impresos’, la Radio y la Televisión” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 31, julio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

DÍAZ, David, R.: “Perspectiva del Periodismo digital en México” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 32, agosto de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

DÍAZ MANCISIDOR, A. y DIEZHANDINO NIETO, P. (eds.): *Medios de Comunicación ante las nuevas tecnologías*, Los. Ed. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1988.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo: *Medios de comunicación en internet*. Anaya Multimedia, Madrid, 1997.

DÍAZ NOCI, Javier: “Nacimiento y recepción del diseño periodístico moderno. Las publicaciones en lengua vasca” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 4, mayo de 1998, págs. 279 a 298.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldo: *Periodismo electrónico multimedia*. Ed. Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000.

DÍAZ NOCI, J. y MESO, K.: *Periodismo en Internet*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

DÍAZ NOCI, Javier: “Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet” en el nº 2 de *Zer*, 1997, Universidad del País Vasco, <http://www.ehu.es/zer>.

DÍAZ NOSTY, Bernardo: “Innovación y tendencias en el ámbito de los contenidos periodísticos en Internet” en el nº 1 de *Coranto.net*, 2000, Universidad del País Vasco, <http://teleline.terra.es/personal/simonp/coranto>.

DÍAZ NOSTY, B.; LALLANA, F. y TIMOTEO ÁLVAREZ, J.: *Nueva identidad de la Prensa, La*. Fundesco, Madrid, 1988.

DONDIS, D. A.: *Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, La. Gustavo Gili, Barcelona, 1990 (9a. ed.).

DORRONSORO, José Antonio: “Nuevos tiempos para comunicar” en *La generación del 99*. Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

DREYFUS, John y RICHAUDEAU, François: *Diccionario de la edición y de las Artes Gráficas*. Fundación G. Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990.

ECHEVARRÍA, Javier: *Telepolis*. Destino, Barcelona, 1994.

ECHEVARRÍA, Mirta Clara: “Aspectos interactivos en el periódico electrónico ‘Intervoz’” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 7, julio de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

ECHEVARRÍA, Mirta Clara: “Expresión verbal en la Comunicación Mediática” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 5, mayo de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

ECHEVARRÍA, Mirta Clara: “Periódico electrónico: proceso de producción y estrategias discursivas” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 21, septiembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

EDO, Concha: “Acceso a Internet como medida política y el apoyo de la Prensa a los internautas, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 31, julio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

EDO, Concha: “Revistas e Internet como soportes del Periodismo especializado y la divulgación, Las” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Universidad Complutense, Madrid, nº 5, 1999, págs. 77 a 96.

EGIDOS, Dionisio; ORTIZ, Adriana y PEÑA, Sebastián: “Recepción-consumo de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías - Los jóvenes ingresantes a la carrera de comunicación social: entre la crítica y el mercado” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 10, octubre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

ELEXGARAY ARIAS, Jon: “Cambios tecnológicos y de diseño en los diarios de la Comunidad Autónoma Vasca” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 3, noviembre de 1977, págs. 183 a 204.

El-MIR, Amado José; LALLANA GARCÍA, Fernando y HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Rafael: *Diseño, color y tecnología*. Ed. Prensa Ibérica, Barcelona, 1995.

ESTADELLA YUSTE, Olga: *Protección de la intimidad frente a la transmisión internacional de datos personales, La*. Tecnos y Centre d’

Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, Madrid y Barcelona, 1995.

EVANS, H.: *Diseño y compaginación de la Prensa diaria*. Gustavo Gili, Barcelona, 1984.

EYMERY, Gérard y BALLE, Francis: *Nuevos Medios de Comunicación masiva, Los*. Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

FERNÁNDEZ HERMANA, Luis Ángel: *En.red.ando*. Ediciones B, Barcelona, 1998.

FERNÁNDEZ PEÑA, Emilio: “Orígenes y desarrollo de la Televisión por cable en los Estados Unidos y España: ¿camino bacheado hacia una autopista común?” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 21, septiembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Manuel Carlos: “Imágenes en tres dimensiones” en *Ámbitos*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, 2000, nos. 3-4, págs. 133 a 143, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>, y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 31, julio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

FERRER I BALSEBRE; Luis: “Psicopatología de los ciberdelitos” en *Opinar*. Organización de Periodistas en Internet, números 1 y 2, año 2000, en <http://www.opinar.net>

FLICHY, Patrice: *Una historia de la comunicación moderna*. Gustavo Gili, México, 1993.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel: *Incidencias del sistema global de la información electrónica en el Periodismo contemporáneo*. Universidad Complutense de Madrid, 1999.

FUENTES I PUJOL, María Eulàlia: “Internet, Intranets, Extranets, ¿son importantes en la empresa periodística?” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6 y 7, junio de 1996,

<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

GAFRE, Michael: “Rol de la infografía en el diseño, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 6, julio de 1998,
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

GAGO BOHÓRQUEZ, Alfonso: *Las Nuevas Tecnologías y los valores humanos*. Ahimsa, Valencia, 2000.

GAGO MARIÑO, Manuel: “Innovación y creación de contenidos en multimedia: La Gaceta de Galicia” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 24, diciembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

GALÁN GALÁN, Susana y FLORIANO BLANCO, Lino: *Infovía*. Anaya Multimedia, Madrid, 1996.

GALINDO, Fernando: *Derecho e Informática*. La Ley-Actualidad, Madrid, 1998.

GAMELLA, Manuel; PUERTA, Enrique de la; AYALA, Luis y CASTELLS, Manuel: *Industria de las Tecnologías de la Información*, La. Fundesco, Madrid, 1991.

GARCÍA, Antonio: *Stop Gates*. Foca, Barcelona, 1999.

GARCÍA, Mario: *Diseño de diarios a color*. Ifra, Darmstadt (Alemania), 1989.

GARCÍA, Mario: *Diseño y remodelación de periódicos*. Eunsa, Pamplona, 1984.

GARCÍA, Mario: “Tendencias en Comunicación Periodística Visual” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 8, agosto de 1998,
<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

GARCÍA DE DIEGO MARTÍNEZ, A.: *Prensa y tecnología*. Alhambra, Madrid, 1988.

GARCÍA FERNÁNDEZ, Fernando y COLOMO LÓPEZ, Olga: *Comunicaciones*. Anaya Multimedia, Madrid, 1995.

GARCÍA YRUELA; Jesús: *Comunicación, tecnología, participación*. Ed. Popular, Madrid, 1995.

GARITAONAINDIA, Carmelo; JUARISTI, Patxi; OLEAGA, José Antonio, y PASTOR, Fátima: “Relaciones de los niños y de los jóvenes con las viejas y las nuevas tecnologías de la Información, Las” en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 4, mayo de 1998, págs. 131 a 160.

GATES, Bill: *Camino al futuro*. McGraw-Hill, Madrid, 1995.

GATES, Bill: *Negocios en la era digital, Los*. Plaza y Janés, Barcelona, 1999.

GENAUT ARRATIBEL, Aingeru: “La Universidad frente a la Sociedad de la Información” en el nº 1 de *Coranto.net*, 2000, Universidad del País Vasco, <http://teleline.terra.es/personal/simonp/coranto/>

GERMANI-FABRIS: *Blancos o contragrafismos en el impreso, Los*. Don Bosco, Barcelona, 1975.

GERMANI-FABRIS: *Fundamentos del proyecto gráfico*. Don Bosco, Barcelona, 1981 (2a. ed.).

GINER JUNQUERRA, Juan Antonio; SUSSMAN, Barry y MORÁN TORRES, Esteban: *Innovaciones en periódicos: informe mundial 2000*. Innovation International Media Consulting Group, Pamplona, 2000.

GOMBRICH, E. H.; HOCHBERG, J., y BLACK, M.: *Arte, percepción y realidad*. Paidós, Barcelona, 1983.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Aportaciones de la tecnología avanzada en la Información dentro de la Europa de las Naciones” en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): *Espacio y tiempo informativos*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, Sevilla, 1996.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Delimitación lexicológica del vocablo diagramación y otras voces tecnológicas” en BARTOLOMÉ CRESPO, D.; ESTEVE, F.; GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. y otros: *Estudios sobre Tecnologías de la Información*. 2. Dykinson, Madrid, 1992.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “En la realidad de la edición cibernética” en *Altozano*. Gallo de Vidrio, Sevilla, 1997.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: *Gutenberg.es*. Gallo de Vidrio, Sevilla, 2000.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Información no verbal en las publicaciones periódicas, La” en AA. VV.: *Lenguaje informativo y filmográfico*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. Sevilla, 1992.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel (dir.); MORA JIMÉNEZ, Montemayor, y VEGA JIMÉNEZ, Rafael Andrés: “Necesidad de mayores recursos tecnológicos para una democratización de la Información” en *2000 años ¿de qué?*. Cooperación Internacional-ONG, Sevilla, 2000, págs. 36 y 37.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Nuevas Tecnologías y Comunicación” en AA. VV.: *La expresión comunicativa*. Gallo de Vidrio, Sevilla, 1993, págs. 31 a 37.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Periodismo Cibernético, El: un mañana que comienza a ser realidad” en *Re-volver*. Aula de Cultura de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, nº 2, febrero de 1992, págs. 8 y 9.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel (dir.); GONZÁLEZ BORJAS, Antonia y MACÍAS RIVERO, Elisa: “Prensa escrita ante las Nuevas Tecnologías, La” en AA. VV.: *Sociedad Multimedia*. Colegios Almonte y Guadaira. Sevilla, 1997, págs. 253 a 257.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel: “Una sociedad cableada: principio de la democratización periodística” en MANFREDI, J. L. y GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M.: *La industria audiovisual en Andalucía en 1995-96*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. Sevilla, 1992.

GÓMEZ MONT, Carmen: *Nuevas tecnologías de Comunicación*. Trillas, México, 1991.

GONZÁLEZ, Francisco José: *Inteligencia artificial*. Anaya Multimedia, Madrid, 1996.

GONZÁLEZ BORJAS, Antonia: “El fenómeno de la ‘edición local’ y la prensa local” en *Ámbitos 3-4, Revista Andaluza de Comunicación*, p. 87 y ss. y en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 31, julio de 2000, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

GONZÁLEZ GARCÍA, Marta; LÓPEZ CERREZO, José Antonio y LUJÁN LÓPEZ, José L.: *Ciencia, tecnología y sociedad*. Tecnos, Madrid, 1996.

GONZÁLEZ QUIRÓS, José Luis: *Porvenir de la razón en la era digital*, El. Síntesis, Madrid, 1999.

GOÑI ALFARO, Oscar: “Grafismo en un diario regional, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 10, octubre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

GROUPE, U.: *Tratado del signo visual*. Cátedra, Madrid, 1993.

GUERRA, Ana; VALERA, Encarnación y URGOITI, Cecilio: “Revolución marcada por las nuevas tecnologías, La” en *Opinar*. Organización de Periodistas en Internet, nº 3, año 2000, <http://www.opinar.net>

GUILLEM BACH, Carlos: “Prensa a la carta: situación actual y posible evolución” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6 y 7, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

GUTIÉRREZ, Evelyn: “Periodismo electrónico: Comunicación de Masas en el siglo XXI” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 24, diciembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

HALL, P. y PRESTON, P.: *Ola portadora, La: Nuevas tecnologías de la información y geografía de las innovaciones*. Fundesco, Madrid, 1990.

HERMAN, Edward S. y McCHESNEY, Robert W.: *Medios Globales, Los*. Cátedra, Madrid, 1999.

HOGG, J. y otros autores: *Psicología y artes visuales*. Gustavo Gili, Barcelona, 1975.

HORTELANO, José Manuel Luis: “Impacto social de las Nuevas Tecnologías, El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 24, septiembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

HUIDOBRO, José M.: *Comunicaciones*. Paraninfo, Madrid, 1997.

IBARRA, Andoni y LÓPEZ CERREZO, José A. (eds.): *Desafíos y tensiones actuales*. Biblioteca Nueva y Organización de Estados Iberoamericanos, Madrid, en preparación a diciembre de 2000.

INOSE, Hiroshi y PIERCE, John R.: *Tecnología de la Información y Civilización*. Labor, Barcelona, 1985.

IRENE DE QUADROS, Irene: “Una discusión sobre la ética en los periódicos electrónicos” en *Ámbitos*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, 2000, nos. 3-4, págs. 145 a 151.

JOHN, Lynn: *Cómo preparar diseños para la imprenta*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

JOYANES, Luis: *Cibersociedad: los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. McGraw-Hill, Madrid, 1997.

KRAYNAK, Joe: *Fácil Internet*. Ediciones B, Barcelona, 2000.

LABIO BERNAL, Aurora: “Estructura de Medios españoles en Internet: Diario de Cádiz, la aventura cibernética de un periódico local” en *Ámbitos*,

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, números 3 y 4, 1999 y 2000, págs. 285 a 296, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 32, agosto de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LAGARES GARCÍA, Diego: *Internet y el Derecho*. Carena, Barcelona, 2000.

LALLANA, Fernando: “Diseño y color infográfico” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 13, enero de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LALLANA, Fernando: *Tipografía y diseño*. Síntesis, Madrid, 2000.

LAMPTON, Chistopher: *Nanotecnología y microprogramas*. Anaya Multimedia, Madrid, 1994.

LEGARDA URIARTE, José María: *Protección de los derechos de las personas frente al impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información*, La. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1995.

LETURIA, Elio: “¿Qué es Infografía?” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 4, abril de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LLEDÓ, Emilio: *Palabras e imágenes*. Centro d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1994.

LLINES SOLER, Montserrat: *Los servicios de teletexto en Europa Occidental*. Universidad Autónoma de Barcelona, 1990.

LOCKWOOD, Robert: *Diseño de la noticia, El*. Ediciones B, Barcelona, 1992.

LÓPEZ CERESO, José A. Y SÁNCHEZ RON, José M. (eds.): *Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura en el cambio de siglo*. Biblioteca Nueva y Organización de Estados Iberoamericanos, Madrid, en preparación a diciembre de 2000.

LÓPEZ DE ZUAZO, A.: *Diccionario de Periodismo*. Pirámide, Madrid, ediciones varias.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “ Grafismo en teletexto” en *Mensaje y Medios*. Madrid, octubre de 1989, págs. 73 a 78.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “Teletexto: diario electrónico gratuito” en *Periodistas*. Asociación de la Prensa, Madrid, nº 31, marzo de 1990, págs. 102 y 103.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “Teletexto y el pensamiento divergente” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Universidad Complutense, Madrid, nº 6, 2000, págs. 259 a 271.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “Teletexto en España, El” en *Revista de Ciencias de la Información*. Universidad Complutense, Madrid, nº 5, 1988, págs. 71 a 75.

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “Sistema español de teletexto, El” en *Mensaje y Medios*. Madrid, nº 6, agosto y septiembre de 1989, págs. 57 a 59.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé y NEIRA CRUZ, Xosé A.: “Medios Locales ante los desafíos de la Red, Los” en *Ámbitos*. Números 3-4. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, 2000, nos. 3-4, págs. 101 a 112, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 32, agosto de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LÓPEZ GARCÍA, Xosé: “Nuevos soportes para un periodismo necesitado de reflexión crítica” en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 31, julio de 2000, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LÓPEZ HIDALGO, A.; ÁLVAREZ MARCOS, José y otros: *Creatividad y comunicación*. Trípode, Sevilla, 1995.

LÓPEZ YEPES, Alfonso: “Biblionet: Bibliografía española sobre Internet” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 5 junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

LOWE, Janet: *Bill Gates habla*. Ed. Deusto, Bilbao, 1999.

LUZÓN, Virginia: “Nuevas Tecnologías: Nuevos Medios, nuevos profesionales” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 7, julio de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

LUZÓN FERNÁNDEZ, Virginia: “Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte” en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 34, octubre de 2000, La Laguna (Tenerife), <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

MACAYA JORQUERA, José Luis: *Información y comunicación eficaz en las organizaciones a través del world wide web*. Universidad Complutense de Madrid, 1996.

MARCH, Marion: *Tipografía creativa*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

MARCOS RECIO, Juan Carlos: *La documentación electrónica en los medios de comunicación*. Fragua, Madrid, 1999.

MARCOS RECIO, Juan Carlos: “Aproximación al tratamiento gráfico y visual de las Nuevas Tecnologías: la imagen en los periódicos electrónicos” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6-7, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

MARSHALL, Hugh: *Diseño tipográfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

MARSHALL, Darry: *Moderna tecnología de la información*, La Alhambra, Madrid, 1986.

MARTIN AGUADO, J. A.: *Lectura estética y técnica de un diario*. Alhambra Universidad, Madrid, 1987.

MARTIN AGUADO, J. A.: *Periódico y sus fundamentos tecnológicos*, El. Latina Universitaria. Madrid, 1981.

MARTIN AGUADO, J. A.: *Proyecto y diseño de un diario*. Ed. Ciencia 3, Madrid, 1991.

MARTÍN AGUADO, José A. y ARMENTIA VIZUETE: *Tecnología de la Información Escrita*. Síntesis, Madrid, 1995.

MARTIN AGUADO, J. A.; PIÑUELA PEREA, A. y GONZALEZ DIAZ, L.: *Tecnologías de la Información Impresa*. Fragua, Madrid, 1993.

MARTIN, E.: *Composición gráfica*. Edebé, Barcelona, 1995.

MARTIN, E. y TAPIZ, L.: *DEAIG. Diccionario enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1981.

MARTÍN ARES, Ana Isabel: “Análisis crítico de los peligros de Internet: necesidad de un código ético y deontológico para su regulación” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Manual de edición y autoedición*. Pirámide, Madrid, 1994.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de Tipografía y del Libro*. Labor, Barcelona, 1974, 1ª ed.; Paraninfo, Madrid, 1992, 3ª ed.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José: *Diccionario de ortografía técnica*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Salamanca y Madrid, 1987.

MARTÍNEZ LÓPEZ, Francisco José; GARCÍA ORDAZ, Mercedes y LUNA HUERTAS, Paula: *Nuevas tecnologías de la infocomunicación, turismo y teletrabajo*. Luna Huertas, Sevilla, 2000.

MARTÍNEZ LÓPEZ, Francisco José; SALMERÓN SILVERA, José Luis y ROSA PULIDO, Juan Carlos: *Teletrabajo: una visión multidisciplinar*. Universidad de Huelva, Huelva, 1998.

MARTÍNEZ VEGA, José Antonio: *El periódico, la producción periodística en el umbral del siglo XXI*. Ediciones de la Universidad Europea de Madrid-CEES, Villaviciosa de Odón, 2000.

MARTOS, Ana: *Internet para todos*. Libertarias, Madrid, 2000.

MATHIAS, Paul: *Ciudad de Internet, La*. Bellaterra, Barcelona, 1998.

MATTELART, Armand y SCHMUCLER, Héctor: *América Latina en la encrucijada telemática*. Paidós, Barcelona 1983.

MATTELART, Armand: *Mundialización de la Comunicación, La*. Paidós, Barcelona, 1998.

MATTELART, Armand: *Nuevos escenarios de la Comunicación Internacional, Los*. Generalitat de Catalunya-Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1994.

MEDRANO BASSANTA, Gemma: *Nuevas tecnologías en la formación*. Eudema, Madrid, 1993.

MENÉNDEZ MARCIN, Ana María y TOUSSAINT ALCARAZ, Florence: *Prensa y nueva tecnología*. Trillas, México, 1989.

MESO AYERDI, Koldo: "Internet, una nueva herramienta de trabajo en Periodismo. Posibilidades presentes y futuras" en *La generación del 99*. Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

MIGUEL, Juan Carlos de y FERNÁNDEZ, Emilio: "Alianzas en el inicio del mercado del cable en España, Las: un enfoque institucional" en *Zer*, Universidad del País Vasco, Bilbao, nº 4, mayo de 1998, págs. 71 a 96.

MIRABITO, Michael M. A.: *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Gedisa, Barcelona, 1998.

MITCHAM, Carl: *¿Qué es la Filosofía de la Tecnología?* Anthropos y Universidad del País Vasco, Barcelona, 1989.

MOLES, A. y JANISZEWSKI, L.: *Grafismo funcional*. Ceac, Barcelona, 1990.

MONTALBÁN, Paloma; BEAMONTE, José Luis y ÁLVAREZ, Ricardo: *Manual de Maquetación Electrónica*. Autores Científicos-Técnicos y Académicos, Madrid, 1997.

MOSCO, Vincent: *Fantasías electrónicas*. Paidós, Barcelona, 1986.

MOURELLE DE LEMA, Manuel: “Fronteras de las libertades en el lenguaje mediático, Las” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

MULHERIN, Jenny: *Técnicas de presentación para el artista gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

MUNARI, Bruno: *Diseño y Comunicación visual*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990 (10a. ed.).

MUÑOZ, Pedro A.: *Un futuro interconectado y digital*. Ericsson, Madrid, 1995.

MUSBURGER, Robert: *Periodismo electrónico*. Instituto Oficial de Radio Televisión Española, Madrid, 1992.

NAVARRO ZAMORA, Lizy: “El periódico on line” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Universidad Complutense, Madrid, nº 6, 2000, págs. 273 a 287.

NEGROPONTE, Nicholas: *Mundo digital, El*. Ediciones B, Barcelona, 1995.

NÓ, Javier: “Bases de datos de imágenes para optimizar la enseñanza del diseño periodístico” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nº 3, junio de 1994,
<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

NUÑO MORAL, M. Victoria: *La tecnología CD-ROM en la prensa diaria*. Universidad Complutense de Madrid, 1996.

ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa: *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Ariel, Barcelona, 2000.

ORTIZ CHAPARRO, F.: *El teletrabajo*. McGraw-Hill, Madrid, 1995.

OWEN, William: *Diseño de revistas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991.

PABLOS COELLO, José Manuel de: “Es que vamos hacia una nueva Sociedad de la Información: la aurora tecnológica que supone el nuevo teléfono y algunas solapadas reacciones tecnofóbicas” en *Ámbitos*, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, nº 1, 1998, págs. 27 a 36, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 14, febrero de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PABLOS COELLO, José Manuel de: *Infoperiodismo*. Síntesis, Madrid, 1999.

PABLOS COELLO, José Manuel de: "Infoperiodismo, paradigma de Periodismo Visual Impreso". en *Estudios de Periodismo*, nº 1, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna, 1992.

PABLOS COELLO, José Manuel de: “Mal entendimiento de la tecnología informativa aplicada a la redacción de periódicos: el caso de `El País` (Madrid), El” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 3, marzo de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PABLOS COELLO, José Manuel de: “Me asusta Internet, pero menos y me explico” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 1, enero de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PABLOS COELLO, José Manuel de: “Siempre ha habido infografía” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 5, mayo de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PABLOS COELLO, José Manuel de: *Tipografía para periodistas*. Ciencia 3, Madrid, 1994.

PAPE, Ian: *Cómo combinar y elegir tipografía para el diseño gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1992.

PASTOR RUIZ, Fátima: *La irrupción de las nuevas tecnologías en la documentación periodística*. Universidad del País Vasco, 1991.

PELLITTERI-ASTORI: *Esquemas de compaginación*. Don Bosco, Barcelona, 1975.

PELTZER, Gonzalo: *Periodismo iconográfico*. Rialp, Madrid, 1991.

PENZIAS, Arno: *Ideas e información*. Fundesco, Madrid, 1990.

PÉREZ, Eduardo José (Coper): “Bienvenidos los megagráficos” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 17, mayo de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PÉREZ, Eduardo José (Coper): “Radiografía de una megainfografía” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 20, agosto de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

PÉREZ AYALA, Pablo: *Redes locales*. Anaya, Madrid, 1995.

PÉREZ DA SILVA, Jesús: “Referentes de la publicación digital especializada: las revistas de informática y videojuegos” en *Coranto.net*. Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco, nº 0, junio de 2000, <http://www.pd.lp.ehu.es/coranto>

PÉREZ FERNÁNDEZ, Fernando: *Redes locales*. C.E.P., Jerez de la Frontera, 1995.

PÉREZ HEREDIA, Manuel: “El teclado de teletexto” en *Mensaje y Medios*. Madrid, nº 16, julio de 1990, págs. 80 a 83.

PÉREZ LUQUE, María José: *Periodismo y las Nuevas Tecnologías*, El. Newbook, Pamplona, 1998.

PÉREZ LUQUE, María José y PEREA FORONDA, Maider: “Reto de crear noticias online, El: Análisis de la Comunicación online actual y perspectivas de futuro” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6 y 7, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

PERRIAULT, Jacques: *Máquina de comunicar y su utilización lógica*, La. Gedisa, Barcelona, 1991.

PIEDRAHITA TORO, Manuel: *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*. Bosch, Barcelona, 2000.

PIPES, Alan: *Diseño tridimensional. Del boceto a la pantalla*, El. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

PORTER, T. y GOODMAN, S.: *Manual de diseño*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

QUADROS, Claudia Irene de: “Una discusión sobre la ética en los periódicos electrónicos” en *Ámbitos*, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, números 3 y 4, 1999 y 2000, págs. 155 a 152 <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 32, agosto de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

QUERALTÓ, R.: *Mundo, tecnología y razón en el fin de la modernidad*. Universidad Autónoma, Barcelona, 1993.

QUINIOU, Jean Claude: “El teletexto o la ilusión tecnocrática” en RICHERI, G.: *La televisión: entre servicio público y negocio*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983, págs. 443 a 456.

QUINTANILLA, Miguel A.: *Tecnología: un enfoque filosófico*. Fundesco, Madrid, 1989.

QUINTANILLA, Miguel A.: “Un programa de Filosofía de la Tecnología (veinte años después)” en *Boletín Informativo de la Fundación Juan March*. Madrid, nº 294, noviembre de 1999, págs. 3 a 18.

RAMONET, Ignacio: *Internet, el mundo que llega*. Alianza, Madrid, 1998.

RANDALL, David: *Periodista universal, El. Siglo XXI de España*, Madrid, 1999.

RECORDER, M. J.; ABADAL, E., y CODINA, L.: *Información electrónica y nuevas tecnologías*. Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1991.

REDDICK, Randy; KING, Elliot: *The online journalist: using the Internet and other electronic resources*. Harcourt Brace College Publisher, Forth Worth, 1997.

REHE, Rolf F.: *Tipografía y diseño de periódicos*. Ifra. Darmstadt (Alemania), 1990.

RICHAUDEAU, François y DREYFUS, John: *Diccionario de la edición y de las Artes Gráficas*. Fundación G. Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990.

RODRÍGUEZ ALSINA, Miquel: “Comunicación en la encrucijada de la Sociedad de la Información, La” en *Sphera pública*, Universidad Católica, Murcia, nº 1, 2000, págs. 85 a 88.

RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, M.: *Nuevas tecnologías de la información*. Montean Aula-Mondadori, Madrid, 1988.

RODRÍGUEZ PARDO, Julián: “¡¡Lady Di agoniza en Internet!! ¿Deben existir límites a la libertad de expresión en los Medios Electrónicos?” en FARIAS GARCÍA, Pedro y SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel (edtes.): *Las Libertades informativas en el mundo actual*. Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 1999.

ROE SMITH, Merrit y MARX, Leo (eds.): *Historia y determinismo tecnológico*. Alianza, Madrid, 1996.

ROMA, Pepa: *De profesión, periodista*. Anaya, Madrid, 2000.

RUDER, Emil: *Manual de diseño tipográfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1992, 2ª ed.

RUSSELL, Dale: *Libro del amarillo, El*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

RUSSELL, Dale: *Libro del azul, El*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

RUSSELL, Dale: *Libro de los colores pastel, El*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

RUSSELL, Dale: *Libro del rojo, El*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

SALVAT MARTINREY, Guiomar E.: *Interacciones entre los diseños de interfaces de usuario en pantalla de productos multimedia no en línea y la prensa actual*. Universidad Complutense de Madrid, 1997.

SALVAT MARTINREY, Guiomar: “Interacciones entre los diseños de interfaces de usuario en pantalla de productos multimedia no en línea y la prensa actual” en los nos. 6 y 7 de *Cuadernos de documentación multimedia*, junio del 1996, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, <http://www.ucm.es/info/multidoc/revista/>

SÁNCHEZ, V. y ZAMARRON, M. A. (ed.): *Nuevas tecnologías, sociedad y trabajo*. Fundesco, Madrid, 1991.

SANDERS, Norman y BEVINGTON, William: *Manual de producción del diseñador gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1992 (3a. ed.).

SANDOVAL MARTÍN, María Teresa: “Algunas cuestiones sobre el uso de Internet para los próximos años” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 31, julio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

SANTOS MEIRINHOS, Galvao dos: “Identidad, en la era digital, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 21, septiembre de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

SARTORI, Giovanni: *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid, 1998.

SATUE, Enric: *Diseñador*. Grijalbo-Mondadori, Barcelona, 1994.

SATUE, Enric: *Diseño gráfico, El*. Alianza, Madrid, 1990 (2a. reim.).

SELLE, G.: *Ideología y utopía del diseño*. Gustavo Gili, Barcelona, 1975.

SERRA, Josep María: “Irrupción del infograma en España, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 11, noviembre de 1998, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

SEVILLANO GARCÍA, M^a Luisa y SÁNCHEZ ARROYO, Estrella: “Videoconferencia en la Universidad Nacional de Educación a Distancia, La: análisis y resultados” en *Ried*, vol. 1, nº 2, diciembre de 1998, págs. 71 a 99.

SHADDOCK, Philip: *Creaciones multimedia*. Anaya Multimedia, Madrid, 1994.

SILVERSTONE, R. e HIRSCH, E. (eds.): *Efectos de la nueva Comunicación*, Los. Bosch, Barcelona, 1996.

SIN AUTOR: *Teletexto: la temática en nuestra casa*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1988.

SIN AUTOR: *Teletexto-videotexto*. Ediciones Orbis, Barcelona, 1987.

SMITH, A.: *Goodbye Gutenberg: La revolución del periodismo electrónico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

SOLOMÓN, Martín: *Arte de la Tipografía, El: Introducción a la Tipo-ícono-grafía. El diseño tipográfico actual a través de la tipografía clásica*. Tellus, Madrid, 1988.

SOUFI SABE, El Leil Kamel: *Las autopistas de la información y sus repercusiones en la documentación y el ciberespacio*. Universidad Complutense de Madrid, 1996.

SUTTON, A. A.: *Concepción y confección de un periódico*. Rialp, Madrid, 1963.

SWANN, Alan: *Bases del diseño gráfico*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

SWANN, Alan: *Como diseñar retículas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

SWANN, Alan: *Creación de bocetos gráficos, La*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

SWANN, Alan: *Diseño y marketing*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991.

TAPIZ, L. y MARTÍN, E.: *DEAIG. Diccionario enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Don Bosco, Barcelona, 1981.

TERCEIRO, José B.: *Sociedad digital*. Alianza, Madrid, 1996.

TOFFLER, Alvin: *Tercera ola, La*. Plaza y Janes, Barcelona, varios años según ediciones (la primera, de 1980).

TORRES LÓPEZ, J.: *Tecnologías de la Información: impactos y usos sociales*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad, Málaga, 1990.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence y MENÉNDEZ MARCIN, Ana María.: *Prensa y nueva tecnología*. Trillas, México, 1989.

TREJO DELARBRE, Raúl: *Nueva alfombra mágica, La*. Fundesco, Madrid, 1996.

TRIGUERO RUIZ, Francisco: *Tecnologías de la Información. Evolución y perspectivas*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad, Málaga, 1989.

VALERO SANCHO, José Luis: “Imagen periodística dibujada y sus forma de comunicar mensajes, La” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 20, agosto de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

VALERO SANCHO, José Luis: *Infografía en la prensa diaria española, La*. Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, 1999.

VALERO SANCHO, José Luis: “Infografía en Prensa, La” en *Ámbitos*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Sevilla, 2000, nos. 3-4, págs. 123 a 131, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm> y en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 30, junio de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/>

VALERO SANCHO, José Luis: “Técnica y Tecnología en la Infografía de Prensa” en *Latina*, Universidad de La Laguna, nº 27, marzo de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

VANDYKE, Scott: *De la línea al diseño*. Gustavo Gili, Barcelona, 1984.

VEGA FERNÁNDEZ, José María y PÉREZ MUÑOZ, Rafael: *Internet*. Anaya Multimedia, 1995.

VIGLIETTI, M.: *Psicología de la forma y la Gestalttheorie, La*. Don Bosco, Barcelona, 1975.

VIRILIO, Paul: *Cibermundo: ¿una política suicida?* Dolmen/Granica, Santiago de Chile, 1997.

WEBSTER, Susan: “Instrumentos para la formación: videoconferencias” en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Universidad Complutense, Madrid, nos. 6 y 7, junio de 1996, <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>

-
- WILSON-DAVIES, K.: *Manual de autoedición*. Tellus, Madrid, 1989.
- WOLF, Mauro: *Efectos sociales de los media, Los*. Paidós-Hipermedia. Barcelona, 1993.
- WOLTON, Dominique: *Internet ¿y después?* Ed. Gedisa, Barcelona, 2000.
- WONG, Wucius: *Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991.
- WONG, Wucius: *Principios del diseño en color*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- ZORRILLA RUIZ, José: *Introducción al diseño periodístico*. Eunsa, Pamplona, 1997 (1ª. ed.) y 1999 (2ª. ed.).

Anexo 1.

LA PRENSA ESCRITA ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Comunicación de
ANTONIA GONZÁLEZ BORJAS y
ELISA MACÍAS RIVERO,

con dirección de **José Manuel Gómez y Méndez,**

y presentada con igual nombre en la Fase Regional de Andalucía Occidental y Extremadura del *XXX Congreso Universitario Internacional (UNIV)*, organizado por los Colegios Mayores Almonte y Alborán, con el título *Sociedad Multicultural: competencia y cooperación*, en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la Universidad de Sevilla, los días 24 y 25 de enero de 1997. Y posteriormente editada en las páginas 253 a 257 de la obra *Sociedad Multicultural*, Sevilla, 1997.

1. INTRODUCCIÓN.

A lo largo de la historia el ser humano ha conocido distintas revoluciones que han modificado radicalmente su forma de vida. La primera, situada en el Neolítico, supuso el descubrimiento de la Agricultura, pasándose a una vida sedentaria y doméstica. La segunda constituye la Revolución Industrial, con el antecedente de Gutenberg, desde donde las chimeneas rompieron nuestros cielos y las cadenas de producción nuestros horarios. Cambió todo, desde el amor a la economía. La tercera es nuestro propio día, la Revolución de la Comunicación. Una de las diferencias existentes en estas revoluciones es la duración de tiempo copado a lo largo de la historia: *La Era de Piedra duró millones de años, pero la siguiente, la del Metal, sólo cinco mil años. La Revolución Industrial (de primeros del siglo XVIII a últimos del siglo XIX), doscientos años. La Era Eléctrica (de comienzos del siglo XX a la Segunda Guerra Mundial), cuarenta años. La Era Electrónica duró veinticinco años, y la Era de la Información ya tiene veinte, evolucionando rápidamente*²³⁰.

¿Qué sucederá entonces con la palabra impresa en esta revolución? Los medios no son excluyentes. La radio o la televisión no acabaron con el libro, ni con la prensa; el cine no hizo desaparecer el teatro; la fotocopidora no elimina las imprentas, etc. *Aquellos que tiene terror al futuro es porque les cuestionan sus esquemas mentales tradicionales*²³¹. Se trata de un reajuste de usos y

²³⁰ TERCEIRO, José B.: *Sociedad digital*. Alianza, Madrid, 1996.

²³¹ RISPA MÁRQUEZ, Raúl: *La revolución de la Información*. Salvat, Navarra, 1982, col. Aula Abierta, nº 99.

contenidos. La realidad es compleja y rica en matices. Con lo cual ni hablábamos de la *muerte de la palabra impresa*, ni de una *sociedad sin papel*. Octavio Paz nos recuerda que el futuro no existe, pertenece a una forma de enfocar la vida. Además, *lo único permanente es el cambio*, ya lo dijo Heráclito.

Hoy, los cambios producidos en las Nuevas Tecnologías de los Medios de Comunicación son tan galopantes que de un día para otro son muchas las innovaciones surgidas. En concreto, los ordenadores han pasado en sólo unos años de ser un producto de lujo para las familias y de su utilización primordial en el trabajo, a ser un elemento importante de los hogares (dentro de los porcentajes de su aceptación, el ordenador ya está implantado en un 35% de las familias americanas y un 65% de los ordenadores vendidos en 1994 fueron para uso doméstico, según apunta Terceiro en su libro *Sociedad digital*²³²).

En este sentido, hay que reseñar los interesantes cambios producidos en los últimos 18 meses: *No sólo en tecnología, sino en nuestros hábitos como personas de la sociedad. Vamos hacia una sociedad que va a poder trabajar en casa, comprar en casa, estar, para todo, delante de una pantalla. ¿Y al final vamos a ser como una enorme patata como un bracito para mover el ratón, una boca y dos ojos,...? Tampoco es eso*²³³.

Sólo desde hace doscientas generaciones se comienza a utilizar la escritura. Por tanto, la imprenta es muy joven. Sin embargo, frente a los malos augurios que los profetas del nuevo orden hicieron sobre el invento de Gutenberg, hoy, la Prensa Escrita es apta para su integración en la ola de las nuevas tecnologías. Todo este sistema revolucionario está obligado a crear un nuevo modelo de prensa. Y es que a través de esas innovaciones podrán circular los flujos de información en esa nueva prensa. Esto posibilita que el concepto de la distribución (fase que la diferenciaba de los medios audiovisuales, retardando la percepción del producto periodístico) desaparezca como tal y equipare al tradicional medio escrito, en instantaneidad y ubicuidad, con la radio y la televisión.

²³² TERCEIRO, José B.: Op. Cit.

²³³ EDELMAN, Jorge: “La Informática, hoy, tiene en centro de gravedad en el lugar equivocado” en *ABC Informática*, 27 de noviembre de 1996, págs. 4 a 6.

2. INCIDENCIAS DE LAS TECNOLOGÍAS EN EL INFORMADOR.

Mientras que la esencia de la información como instrumento de la libertad y la democracia al servicio del os ciudadanos y frente a la posesión permanece alterable y todo parece indicar que así va a ser para siempre, la práctica de la profesión deberá enfrentarse a unos cambios profundos de los que saldrá el periodista del siglo XXI²³⁴.

Es de prever que en el futuro tanto la forma de llegar al público como la realización del trabajo profesional estarán sujetos a grandes diferencias. Hoy el periodista ya está capacitado para transmitir su información desde cualquier parte y hacia cualquier destino. Para ello, precisará de un equipaje muy ligero: un teléfono digital móvil y una ordenador portátil (dentro de muy poco un HPC, Handheld PC, ordenador de bolsillo), por supuesto, en el caso de los profesionales de la Prensa Escrita. Estos instrumentos de trabajo se habrán generalizado en el 2000, por lo que podrá acceder a ellos cualquier periódico. Puesto que estos medios le van a permitir al informador que entre de forma directa e instantánea no sólo a su propio diario o empresa productora de información sino también a diferentes redes y los servicios que circulen por esas redes. Estaremos ante la etapa de la “interactividad desarrollada”, en la que el papel de emisor y el del receptor se habrán diluido en el proceso de la comunicación: “Será mucho más difícil saber quién es el periodista y sólo los más osados podrán describir sus funciones²³⁵”.

Sin embargo, simultáneamente se plantean unos nuevos problemas con relación a las nuevas tecnologías. Como por ejemplo, la constante comprobación de las fuentes que supondrá un replanteamiento de la calidad de las informaciones; puesto que las fuentes periodísticas estarán al alcance de cualquier usuario que busque en las redes telemáticos. En consecuencia, el profesional tendrá que llevar a cabo su labor con al mayor rigurosidad que le sea

²³⁴ RIPOLL, Fernando: “Un nuevo modo de informar” en *Periodistas*. Número 52, 1992, págs. 4 a 8.

²³⁵ BEAUMONT, José F.: “La Prensa cambia de piel” en *Apuntes de la sociedad interactiva*, Fundesco, 1994, págs. 413 a 420.

posible. En este apartado surge también el conflicto de la autoritaria de las creaciones periodísticas, y que los derechos de autor, e incluso, el derecho a la información se fundirá en uno solo al alcance de cualquier ser humano que participe en los periódicos nuevos. *La mayor parte de las leyes se concibieron en un mundo y para un mundo de átomos, no de bits. Creo que la ley es un sistema de alarma anticipada que nos dice: este es grande. La ley nacional no tiene lugar en la ciberley. ¿Dónde está el ciberespacio? Si no le gustan las leyes bancarias de Estados Unidos conecte su máquina con las Islas Caimanes. ¿No le gustan las leyes de copyright de Estados Unidos? Conecte su máquina con China. La ciberley es una ley mundial que no va a ser fácil de controlar, por lo visto, ni siquiera somos capaces de ponernos de acuerdo sobre el comercio internacional de piezas de automóviles*²³⁶.

3. REPERCUSIONES EN LOS PERIÓDICOS.

*En el futuro de la mañana, seguramente no manchará las manos, pero quemará los dedos de los maniáticos de la informática*²³⁷. Hasta hace escaso tiempo la palabra y el sonido llegaban por un canal, la escritura por uno, y las imágenes por otro. A través de la conjunción de la informática y las telecomunicaciones se ha posibilitado que al ser humano de final de siglo pueda acceder por un solo canal de comunicación simultáneamente a datos e imágenes complementadas de voz y de sonido. En concreto, los lectores del diario electrónico recibirán la información en los más variados soportes desde el papel a la pantalla del ordenador, en la que cada usuario podrá tener su periódico a medida y elegir los contenidos.

Tres son los niveles básicos sobre los que se producirá la revolución informativa prevista, y a través de la cual el material escrito se abrirá plenamente al mito de la electrónica:

²³⁶ NEGROPONTE, Nicholas: “El mundo digital” en *El País*, 20 años, 5 de mayo de 1996, págs. 77 a 80.

²³⁷ FILLOUX, Frederic: “Periódico a la carta con tinta digital” en *El País Word Media*, 9 de marzo de 1995, pág. 28.

-
- Sistemas de transmisión (satélite, cable, fibra óptica).
 - Software o programas informáticos.
 - Manipulación de la imagen, como instrumento en auge de la información.

A estos tres niveles de cambio se suma también la reestructuración física de las oficinas o redacciones de los periódicos: *Antes, el reino del funcionario contenía archivadores de papel, flexos, neones colgados del techo, centralita con telefonista, máquina de escribir, folios, sellos, sobres y útiles de correos [...] Ahora, la oficina laboratorio tiene ordenadores luces halógenas, centralita inteligente, fax y E mail, folios reciclados [...]*²³⁸.

Estos hechos nos demuestran que no sólo está cambiando el lugar físico, donde se elabora la información, sino la propia forma de concebir sus contenidos, y a este hecho ayuda por supuesto el acoplamiento de tres sectores, que hasta el momento apenas han tenido relación entre sí; telecomunicaciones, informática y televisión por cable. La convergencia de estas tres tecnologías permitirá que la comunicación sea interactiva. Pero, ¿en qué influyen estas convergencias sobre la prensa? En primer lugar, podríamos hablar de la tendencia de los periódicos a sustituir su tradicional soporte del papel por tabletas informáticas. Sin embargo, no se trata sólo de un cambio de soporte con la entrada de las nuevas tecnologías también se vaticinan otras formas de entender la vida, en la desde luego juega un papel muy esencial la comunicación. En este aspecto, los estudios más avanzados corresponden a las investigaciones realizadas en las Universidad de Boston y Colorado. Ambas se inclinan por pronosticar que el periódico se vendrá por suscripción de modo análogo a las actuales televisiones de pago. Ya existe publicidad, sobre todo de anuncios clasificados. Por último, existirá la posibilidad de conexión a una impresora para que los usuarios archiven información impresa en sus hogares.

Además de la ventaja producida por actualización continua y la presentación audiovisual de la información, el periódico informático permitirá a las empresas informativas el ahorro de los gastos de papel, que suelen

²³⁸ NEGROPONTE, N.: Op. Cit., págs. 77-80.

representar cerca de un tercio de los gastos totales de los diarios, y junto a la distribución, se llega a un coste del cincuenta por ciento.

3.1. La convergencia comunicativa en la Prensa local.

En estos momentos de convergencia de la comunicación, la realidad en los diarios regionales y locales ofrece tres ventajas, que los sitúan en socios necesarios para la consolidación de una revolución comunicativa:

- Capacidad de especialización y explicación de la actualidad local.
- Disponibilidad para relacionarse de forma privilegiada con los lectores.
- Constitución de soportes líderes en la publicidad local y regional.

En Andalucía, tenemos el ejemplo de muchas cabeceras provinciales que siguen estos esquemas, dos de ellos pueden ser el diario *Córdoba* y el pequeño grupo de la familia Joly en Cádiz. Ambos responsables expusieron en el Observatorio Audiovisual de Andalucía 1996 que estaban haciendo todo lo posible por subirse al carro precipitado de las nuevas tecnologías, y que muestra de ello eran sus cambiados formatos o sus atrevimientos con el color. Lo demás es demasiado costoso aún; pero, por supuesto, no deja de estudiarse. Y lo hacen porque luchan contra el tópico, que por otra parte es real, de que las nuevas generaciones leen menos periódicos del futuro integrarán textos, imágenes y sonido y utilizarán tecnología digital. Mediante la llegada de esta innovación, el periódico podrá recuperar seguidores en los años venideros con la adhesión de lectores jóvenes.

4. REPERCUSIÓN SOCIAL.

¡Estos son tiempos de crisis! Seguro que hemos escuchado esta frase en los lugares más diversos. Y es que en el ámbito general, en la sociedad todo está sufriendo transformaciones. El trabajo, por ejemplo, está dejando la producción masiva en serie y se está empezando a crear un tipo de producto más personalizado. El hogar se suma al trabajo, se constituye como la redacción en

casa. Sabemos que si un 5% de la población de Madrid trabajase desde su domicilio, se economizarían casi 5.000 millones de pesetas en horas perdidas en el traslado y otros 600 millones en energía, además de evitarle a la atmósfera la carga contaminante de 800 toneladas de gases, y sin contar el estrés y el mal humor provocados por los inevitables atascos de tráfico.

Las redes de comunicación eliminan las distancias y posibilitan una descentralización de los puestos de trabajo. Así el contacto personal, es decir, cuando entre el emisor y el receptor no hay ningún artificio, permite el desarrollo de una integración del individuo más completa en el medio en el que está. Frente a esta visión hay otra vertiente contrapuesta que advierte sobre las consecuencias sociales del llamado periódico electrónico: como medio potencialmente de una desmembración de la cultura democrática unificada. En este apartado, somos partidarias de ejecutar un proceso intermedio, en el cual los usuarios de la prensa dispondrán de más información, pero al mismo tiempo, esa democratización estará coartada por la carestía de los nuevos servicios para todos los públicos y la tecnología, pues todavía es engorrosa de manejar.

Por otro lado, el tradicional receptor pasivo encuentra un rol activo en los medios de comunicación del futuro. El antiguo destinatario se convierte en el acaparador de las funciones de emisor y receptor. ÉL elige la información que desea recibir e incluso puede enviar informaciones adicionales. Surge así el teletrabajo (mencionado anteriormente) o la telecompra. En esta sociedad, el ser humano multimedia se puede sentir atrapado en su hogar, o mejor en las redes que le ofrecen cualquier contrato con la sociedad real. Esas repercusiones sociales no podremos mediarlas o confirmarlas hasta que el proceso del mundo digital no avance en nuestro país. Los ejemplos extranjeros, sólo son una muestra, que no siempre puede trasladarse de igual forma a España.

Sin embargo para que esto se produzca, el periodismo del futuro se tiene que enfrentar a grandes retos, entre los cuales existen dos obstáculos por derribar: el elevado coste del uso de las líneas de comunicación (equipos informáticos cualificados, un módem, una línea telefónica y por supuesto las correspondientes facturas del teléfono) junto a la carencia de un sistema de consulta estandarizado, fácil y rutinario al que pueda acceder cualquier usuario.

5. PREVISIONES PARA UN FUTURO.

A). La digitalización remodelará radicalmente la forma de vida de la sociedad en que vivimos.

B). Resurgimiento de la pequeña empresa periodística, en consonancia con el proceso de concentración de medios, fundamentalmente de carácter horizontal, como manera de hacer frente a los crecientes costes de la tecnología avanzada, y poder así competir en el mercado.

C). Consolidación de formas alternativas de financiación de los medios, dentro de un proceso de pérdida de peso de la publicidad como principal fuente de ingresos. Consolidación del “payment for view”, es decir, del pago por leer, en este caso, la prensa digital; “patrocinios”, etc.

D). Progresiva mezcla de contenidos de ocio e información en los nuevos periódicos, como respuesta a la interacción del sector audiovisual con el de la prensa.

E). Abandono del rol pasivo, por parte de las audiencias.

Anexo 2.

NECESIDAD DE MAYORES RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA UNA DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Comunicación de
MONTEMAYOR MORA JIMÉNEZ y
RAFAEL VEGA JIMÉNEZ,

con dirección de **José Manuel Gómez y Méndez,**

y presentada con igual nombre en la Fase Regional de Andalucía Occidental y Extremadura del *XXXIII Congreso Universitario Internacional (UNIV)*, organizado por los Cooperación Internacional ONG, con el título *Dos mil años, ¿de qué?: Persona, Ciencia, Historia y Cultura*, en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales y Telecomunicaciones de la Universidad de Sevilla, los días 3 y 4 de marzo de 2000. Y posteriormente editada parcialmente en la obra *Dos mil años, ¿de qué?*, Sevilla, 1997. Ahora se publica completa.

1. INTRODUCCIÓN: LA FALACIA DE INTERNET EN EL TERCER MUNDO.

Si algo abunda en la sociedad en que vivimos, eso es información. Datos, estadísticas, encuestas y todo tipo de noticias nos bombardean continuamente. Los Medios de Comunicación, gracias a las innovaciones tecnológicas, marcan la pauta en esta Sociedad de la Información. Son los primeros ojos que se abren cada mañana para recibir el nuevo día. Mientras que esto ocurre en el Norte, en el mundo desarrollado, el grupo de países subdesarrollados se limitan a ser simples espectadores de un amanecer que para ellos se convierte en ocaso. Así, las Nuevas Tecnologías de la Información corren al *sprint* en el Norte, cuando en el Sur la meta se pierde en el horizonte.

Estos desequilibrios de los avances tecnológicos aplicados a la información y a la Comunicación, que tienen su máximo exponente en Internet, es la idea esencial que se desprende de nuestra exposición. Con el paso de los años, estas diferencias se acentúan y los periodistas no podemos cerrar los ojos ante tal fenómeno. Queremos ser la voz que, contra corriente, se alza a favor de los que no pueden hacerlo con los escasos medios de que disponen.

Nuestro primer descanso lo vamos a hacer en Internet. Con la red nació la esperanza de una nueva era de Comunicación democrática que surgiría del progreso tecnológico. Hay pocas dudas de que Internet facilita el trabajo a los individuos. Sólo por esta razón, es ya un notable avance histórico para la Comunicación democrática. Sin embargo, esto no significa que se vaya a convertir en un medio significativo de masas. Mucha gente no puede costearse la tecnología de acceso a la red de redes y parece difícil que puedan hacerlo dentro de unos años.

Todos hemos sido testigos en la anterior década de que el salto a la transmisión digital de todo tipo de datos ha aumentado a marchas forzadas. La Comunicación digital, combinada con la Comunicación por satélite y con las Redes de Comunicación telegrafada por fibra óptica, llega a ser la infraestructura global de la Información, por la que los individuos pueden tener acceso global e instantáneo a toda clase de datos y comunicar con cualquiera por medio de un ordenador personal. Gracias a ello está cambiando el paisaje de los medios globales. Sin embargo, la evidencia sugiere que Internet y la revolución digital no plantean una amenaza inmediata al poder que los gigantes de los medios ejercen sobre el mercado: el río seguirá su mismo cauce por el momento.

2. EL MUNDO EN QUE VIVIMOS.

2.1. Globalización, mundialización, libre mercado.

Vivimos una época en que se abre camino el disimulo y la apariencia de Comunicación. Ésta es un proceso bidireccional, cuyo punto de partida tiene que ser el receptor. Toda comunicación que no se establezca entre dos, es un proceso de engaño que identifica el discurso con uno solo de los elementos del proceso (emisor), atribuyendo al otro (receptor) el papel de dominado. Lamentablemente ésa es la tendencia que se refuerza día a día. La Información sirve para dominar y no para compartir. Se imponen modelos culturales basados en sistemas de valores que sólo corresponden a unos pocos.

La economía ha asumido el puesto de mando de esta sociedad global, que es muy dependiente de las Nuevas Tecnologías de la Información. Ellas satisfacen principalmente las necesidades de los negocios mundiales, cuya meta es producir y comercializar sus productos en todo el planeta. Las insalvables diferencias en las posibilidades para acceder a los Medios, son una característica generalizada, imponiendo su voz sólo algunos.

La nueva dominación tiene el rostro amable de la *globalización* y la *interdependencia*. Pero su regla de hierro es la oferta y la demanda y su rey el libre mercado. Con el gigantesco crecimiento del comercio, lo que antes era

nacional, es ahora global o internacional, con lo que los países más pobres están indefensos por la continua dependencia.

Pero la globalización tiene su historia. En realidad los ciudadanos en todos los rincones del planeta están ahora imponiendo la mundialización gracias a la desaparición de las barreras reguladoras y de las barreras políticas que se oponían al pleno desarrollo de los acuerdos firmados en Bretton Woods en 1944. A ello han contribuido de forma decisiva la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la caída del muro de Berlín y la desaparición posterior de la Unión Soviética. Desde 1945 hasta 1970 el modelo de desarrollo impuesto por los centros incidió notablemente en los procesos de desarrollo de la periferia.

2.2. Centro y periferia, dominantes y dominados.

El sistema internacional desde entonces (mediados de siglo) muestra una división entre países centrales y países periféricos, organizados jerárquicamente. Se puede clasificar el centro en un primer nivel en el que se encuentran los Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, y un segundo nivel en el que se enmarca el resto de Europa (excluidos los antiguos sistemas socialistas), Canadá, Australia, Israel, los dragones asiáticos, África del Sur o Nueva Zelanda. En la periferia, América Latina, Asia y África. La regla de funcionamiento sigue siendo la misma: la evolución del sistema capitalista mundial desborda las fronteras de los centros creando una red de relaciones económicas en la que los países periféricos dependen de los países centrales. Mientras el centro se desarrolla la periferia permanece anclada en la dependencia. Estamos en una fase de desarrollo del capitalismo monopolista que hunde sus raíces en el colonialismo.

Paradójicamente, las nuevas tecnologías nos han llegado con la promesa de reducir las desigualdades. Los datos de que vamos disponiendo y que luego analizaremos no apuntan en esa dirección. Después de un primer impulso estatal en la fase de investigación la nueva tecnología pasa al sector privado. Consecuentemente, la tecnología es desarrollada y comercializada por los países centrales que se apropian del progreso.

Así, EE.UU., Europa y Japón dominan el flujo de información. Los Estados Unidos reciben siempre datos brutos del Tercer Mundo y datos predominantemente brutos del resto del mundo desarrollado; envían al resto del mundo desarrollado tecnología y productos informativos e información procesada y envían al Tercer Mundo tecnología y productos informativos, al tiempo que se aseguran la recuperación permanente de información. Mientras, el resto del mundo desarrollado recibe siempre datos brutos del Tercer Mundo y es el receptor principal de tecnología y productos informativos que envían los Estados Unidos; envía a los Estados Unidos un flujo predominante de datos brutos a procesar y envía al Tercer Mundo tecnología y productos informativos, al tiempo que se asegura la recuperación permanente de información. Finalmente, el Tercer Mundo recibe las transferencias de tecnología y productos de Estados Unidos y del resto del mundo desarrollado y envía datos brutos a Estados Unidos y al resto del mundo desarrollado.

Así, Fernando Quirós señala que *desde 1945 hasta finales de los ochenta, el 80% de las noticias que emitían los medios de comunicación de todo el mundo provenía de cinco grandes agencias: dos norteamericanas, Associated Press (AP) y United Press International (UPI); una británica, Reuters; una francesa, France Presse (AFP) y una soviética, TASS. Entre ellas AP y UPI se desatacaban netamente del resto*²³⁹.

Las naciones periféricas se vieron en la disyuntiva de aceptar tecnología de propiedad central, altamente sofisticada, o recurrir a tecnología obsoleta y sin vigencia en los países desarrollados. La implantación de nuevas tecnologías se llevó a cabo con los patrones e intereses de los centros y con evaluaciones de costos igualmente verticales y unilaterales.

De todo ello se desprenden las siguientes características del orden informativo internacional:

A). La diferencia de recursos entre el centro y la periferia del sistema. Hoy nos comunicamos más que nunca y sin embargo las diferencias van en

²³⁹ QUIRÓS, Fernando: *Estructura internacional de Información*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 33.

aumento. Existe un mundo informativamente opulento (el centro del sistema) y un mundo informativamente muy pobre (la periferia).

B). El reducido número de países fuente o países emisores de la Información internacional, dentro de los cuales puede observarse un grado de concentración muy alto cuya expresión son los conglomerados transnacionales.

C). La unidireccionalidad de los flujos de Información y, en casos de supuesta reciprocidad, se destaca otros rasgo: los que manejan o gestionan el flujo de retorno son, sobre todo, agentes de los medios occidentales, cuyos criterios vienen determinados por su propio sistema cultural y el mercado en el que su medio vende la información.

D). Resulta evidente que el proceso de modernización tomó un carácter diferente en el centro y en la periferia. Mientras la modernización supone claros avances en las naciones centrales, en las periféricas termina por aprisionarlas en el subdesarrollo. En la práctica, la modernización dependiente supuso:

- a). Asignación de un papel misional a las grandes potencias.
- b). Autocontrol político de las clases dominadas
- c). Mitificación de las transferencias de capital y tecnología.
- d). Viabilidad política de un proceso de desarrollo sin cambios estructurales y sin participación popular efectiva.

3. HACIA LA CONCENTRACIÓN INFORMATIVA.

La concentración de la propiedad con la consiguiente aparición de conglomerados que van acumulando en sus manos cada vez más Medios es una tendencia del sistema. La pluralidad va reduciéndose al desaparecer pequeñas empresas en procesos de absorción o fusión que dan lugar a las primeras grandes cadenas de diarios, de radio o televisión. Posteriormente la concentración en un solo medio deja paso a la concentración multimedia, con lo que el poder de informar sufre una nueva reducción. Los conglomerados de

medios informativos ascienden a los primeros puestos de las economías nacionales jugando un nuevo papel que les acerca cada vez más a las esferas de poder político y económico.

La concentración multimedia transnacional controlará toda la innovación tecnológica hasta apropiársela. Cada innovación supone un grado más de concentración.

Puesto que la Comunicación es el primer sector de la economía mundial, las implicaciones son sumamente graves. Al controlar las empresas transnacionales el progreso tecnológico, ningún gobierno puede renunciar al progreso, so pena de perder definitivamente el tren del desarrollo. Sin embargo, las consecuencias de la penetración transnacional no son las mismas en todo el sistema. La invasión de los mercados nacionales por las empresas transnacionales en países desarrollados intermedios reduce la democracia informativa, pero la economía nacional no se ve gravemente perjudicada. Sin embargo, en el Tercer Mundo han terminado por solaparse la revolución industrial y la tecnológica, agravando el problema de la dependencia.

Herman y McChesney sostienen que el sistema global de comercio está dominado por el superpoder, sobre todo norteamericano, basado en este tipo de empresas. Es un sistema que trabaja para lograr el triunfo en los mercados globales y promover valores comerciales, mientras denigra el periodismo, la cultura o cualquier valor no acorde con los intereses corporativos. Es un desastre para la democracia. Definitivamente, la aldea global, la democracia planetaria, es un gran negocio para las empresas de Estados Unidos, que refuerza aún más su papel dominante en el mundo. ¿Democracia mediática planetaria? No: imperialismo²⁴⁰.

²⁴⁰ HERMAN, E. Y McChesney, R.: *Medios globales*. Cátedra, Madrid, 1999, pág. 257.

4. EL TERCER MUNDO ALZA SU VOZ: NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NOMIC).

Desde 1945 la base ideológica del sistema internacional de información es la doctrina del libre flujo de la información, fórmula con la que se enmascara una voluntad expansionista y dominadora, de claro tinte imperialista, destinada a dotar de legitimidad la conquista de todos los mercados. El libre flujo de información suponía en la práctica, la libertad de monopolizar ciertos mercados.

Las nuevas tecnologías mantuvieron la promesa de hacer posible que las naciones del Tercer Mundo saliesen de su retraso y accediesen a un sistema mediático radicalmente más avanzado, pero al mismo tiempo plantearon el problema de que las multinacionales llegasen a controlar la comunicación global, saltándose a las autoridades nacionales con transmisiones directas en el Tercer Mundo.

A mediados de los setenta, por primera vez, la política se ocupa de las implicaciones sociales del emergente sistema de los medios globales. Más aún, las instituciones globales más importantes que se ocupaban de asuntos de la Comunicación (las Naciones Unidas, la UNESCO y la Unión Internacional de Telecomunicaciones conocida como UIT) tenían ahora mayoría de naciones del Tercer Mundo. El ímpetu por el debate sobre los medios globales llegó desde el Movimiento de Naciones No Alineadas (NAM), formado por más de noventa países miembro en los años setenta.

La Comunicación global fue atacada por el flagrante desequilibrio entre el Norte y el Sur. Una crítica fundamental giraba en torno al monopolio occidental respecto a los flujos de información.

En su momento más álgido, las críticas que hacía el NAM de los medios globales estaban ligadas a una crítica del capitalismo global y del imperialismo económico.

El foro principal del debate de la NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación) fue la UNESCO, que en 1976 estableció la llamada *MacBride Commission* para que estudiara las comunicaciones globales y propusiera soluciones. En 1978, la UNESCO publicó una *Mass Media Declaration* relativa a las responsabilidades morales, sociales y profesionales de

los Medios de masas. Luego, en 1980, la *MacBride Commission* presentó su informe, en el que apoyaba vagamente a la NOMIC. La UNESCO aprobó una resolución en apoyo de una llamada a la eliminación de los desequilibrios en los Medios globales para lograr que las comunicaciones estuviesen al servicio de los fines nacionales de desarrollo²⁴¹.

Esto es reflejo de un compromiso con las preocupaciones occidentales, pues rechazaban los monopolios mediáticos estatales y apoyaban la libertad de los periodistas y la libertad de la Prensa. Aceptaban el tradicional apoyo de la UNESCO a una libre circulación de la Información, añadiendo una petición de un mejor y más amplio equilibrio y una pluralidad en los canales de la Información. Esto no afectó a Estados Unidos ni a Inglaterra y otras grandes potencias, que nunca habían sentido la menor simpatía por la NOMIC, ya que los medios la consideraban un ataque directo contra su *modus operandi*.

Los Medios occidentales organizaron un ataque agresivo y sin cuartel en los años ochenta contra la NOMIC y contra la propia UNESCO. Tanto EE.UU. como Inglaterra se retiraron de la UNESCO en 1985. La retirada reflejó el debilitamiento del poder del Tercer Mundo, con muchas naciones demasiado preocupadas por la supervivencia y muy dependientes de los gobiernos occidentales, del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial como para tomar posiciones hostiles a los intereses dominantes globales. La retirada reflejó también un amplio cambio en la política estadounidense y occidental en los ochenta, con una inclinación hacia una agresiva política global de mercado.

5. ÁFRICA: MÁXIMO EXPONENTE DE POBREZA INFORMATIVA.

En el campo de la Información y la Comunicación, las desigualdades son tan destacables en cuanto a equipos audiovisuales como en la producción de contenidos y programas. Lo mismo sucede con el consumo de Prensa escrita y emisiones de Radiodifusión y Televisión, así como en intercambio de programas entre países productores y países consumidores.

²⁴¹ Véase MCBRIDE, Sean: *Un solo mundo, voces múltiples*. Unesco, París, 1980.

5.1. La Prensa.

Por regla general, el número de periódicos publicados en el mundo sitúa a los países desarrollados en una posición de superioridad respecto a África. La tirada de los diarios muestra un gran desequilibrio: 319 diarios por cada mil habitantes en los países desarrollados, apenas 33 por cada mil en el resto del mundo²⁴².

A pesar del incremento del número de periódicos en todo el mundo, se constata la pobreza de la Prensa de buena parte de los países del mundo y la existencia de una diferencia abismal entre los países desarrollados y los no desarrollados. Las altas tasas de analfabetismo, las deficiencias en las vías de comunicación y el nivel de ingresos son las causas de esas diferencias.

5.2. La Radio.

La Radio es el Medio de Comunicación más extendido en todo el mundo: es el más barato, el de acceso más fácil y permite la comunicación con los oyentes en tiempo real y donde quiera que estén. Es el Medio de Comunicación más utilizado, sobre todo, en los países en vías de desarrollo, debido, por una parte, a la relativa marginalidad de la televisión, que sigue siendo de carácter urbano y, por otra parte, a la dificultad de la mayoría de la población para acceder a la prensa escrita. Además, la escucha colectiva permite aumentar el número de radioyentes. Por último, la producción de programas de Radio no requiere grandes medios técnicos, financieros o humanos.

En África, la Radio tiene una difusión mucho mayor que la Televisión o la Prensa. Así, el fin del monopolio de la radiodifusión pública ha dado lugar al pluralismo. Sin embargo, también hay una fuerte resistencia a los cambios ya que el poder público controla el sistema de asignación de frecuencias y favorece a las emisoras públicas, lo que explica el apasionamiento de los radioyentes africanos por las emisoras internacionales. Como resultado, la ausencia de

²⁴² Pág. 125 del *Informe mundial de la Comunicación*, elaborado por la UNESCO y editado por Acento en Madrid, 1999.

pluralismo puede suponer una amenaza para la identidad cultural de un país. Mientras en los países desarrollados los indicadores cuantitativos muestran que cada ciudadano de un país industrializado cuenta con dos receptores, por término medio, en el Tercer Mundo la media es de un receptor por cada quince habitantes²⁴³.

En el continente africano son frecuentes las Radios comunitarias, creadas para estimular la participación de una amplia muestra de los grupos minoritarios que existen dentro de los grupos de la comunidad. El fin del monopolio estatal ha permitido la aparición de estas emisoras, sobre todo en zonas rurales. La misión de esta radio es facilitar la libre circulación de la información estimulando la libertad de expresión. En África, donde la mitad de población es analfabeta, la función educativa de los Medios de Comunicación es vital. Pueden contribuir no solamente a la aparición de una cultura democrática, sino también a la lucha contra la pobreza.

5.3. La Televisión.

Las diferencias son aún mayores en la Televisión. África sigue siendo la región del mundo menos equipada en infraestructura de Telecomunicaciones y Medios Audiovisuales. En escasas excepciones, el continente africano disponía, en 1995, de una línea telefónica por cada 100 habitantes, concentradas además en las ciudades. Las desigualdades son también muy notables respecto a equipos audiovisuales y programas. Apenas, 4 de cada 100 africanos poseen un receptor de televisión²⁴⁴.

5.4. Internet.

Muestra las mismas diferencias. ¿Quién tiene acceso a esas Redes en los países periféricos? Muy poca gente. Aunque Internet es inherentemente un medio global, su avance está siendo determinado primariamente en Estado Unidos y otras pocas naciones. Si Internet se desarrolla según las premisas, muy

²⁴³ Pág. 138 del ya citado *Informe mundial de la Comunicación*.

²⁴⁴ *Ibidem*, pág. 182.

probablemente aumentará la desigualdad entre las naciones. Herman y McChesney señalan que *en 1996, el 64% de los ordenadores conectados a Internet estaban en Estados Unidos y menos del 6% en Europa Oriental, Asia, África, el Oriente Medio y América Latina*²⁴⁵.

Asimismo, Quirós refleja que *si damos un rápido repaso a la situación del sector encontraremos datos muy reveladores: de los 20 primeros operadores de telecomunicaciones en el mundo 12 son norteamericanos, uno japonés y el resto son europeos en proceso de privatización. La conexión de otros países a los nuevos servicios pasa ineludiblemente por esas empresas". No es cierto que estemos ante las puertas de una aldea global o un mundo interconectado*²⁴⁶.

6. LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS.

En África, el sector de las Telecomunicaciones se caracteriza por una cierta lentitud, que se explica por la disminución general de la actividad económica en la región. Los principales obstáculos para el desarrollo del sector de las Telecomunicaciones son los costes de las infraestructuras, los problemas legislativos y las tarifas. Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, harían falta 7.000 millones de dólares de aquí a fin de siglo para que en el África Subsahariana existiese una línea telefónica por cada 100 habitantes²⁴⁷.

Este desequilibrio induce a pensar que el sueño tan esperado de la aldea global planetaria será alcanzado por los países más ricos o recién industrializados. La gran diferencia es particularmente llamativa en África, que cuenta sólo con el 1% de las líneas telefónicas disponibles en el mundo, contando con el 12% de la población. Hay más líneas telefónicas en tan sólo la ciudad de Tokio que en toda África, cuando la población de este continente es

²⁴⁵ HERMAN, E. y McChesney, R.: Op. Cit., pág. 219.

²⁴⁶ QUIROS, F.: Op. Cit., pág. 26.

²⁴⁷ Véanse los *Indicadores de Telecomunicaciones Internacionales*, elaborados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, Ginebra, 1995.

30 veces superior a la capital japonesa. Igualmente existen, dentro de África, diferencias impresionantes en el desarrollo.

Con todo, se podrían enumerar los principales obstáculos que tienen que salvar estos países:

A). La introducción de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación implica inversiones gigantescas, que la mayor parte de los países en desarrollo no pueden movilizar.

B). La hipótesis de una presencia de estos países en las futuras redes electrónicas supone la puesta a punto de sistemas de Telecomunicación, incompatibles con el bajo nivel de equipamiento y la antigüedad de los servicios de que dispone.

C). La futura Sociedad de la Información supone el acceso universal y equitativo de toda la población de un país, si bien hay diferencias dentro de los mismos. En el curso del último decenio, el número de líneas telefónicas por 100 habitantes -la teledensidad- se ha duplicado en el Magreb. En Sudáfrica, este número ha aumentado en más del 2% y se acerca a 10. Sin embargo, en el África Subsahariana, la teledensidad se ha estancado.

4). Hay escasa disposición de los países industrializados para prestar asistencia desinteresada a los países en desarrollo, aparte de una competencia entre los medios de comunicación social del Norte, para hacerse con los mercados del Sur.

7. RETOS PARA EL FUTURO.

Este conjunto de problemas da idea clara de los desafíos que deben afrontar los países en desarrollo: llevar a cabo una política de la información y la comunicación a fin de modernizar, democratizar y diversificar la oferta de servicios.

El primer desafío consiste en favorecer una estrategia mundial de reforma de los servicios de Comunicación para modernizarlos. Pero la inversión

económica es tal que esta modernización exige, inevitablemente, la desregularización de los monopolios, pasando también por la privatización, integrando a sus empresas en un proceso de internacionalización y asociación con los grandes operadores de los países industrializados. Si bien, deberá ir acompañada de un marco reglamentario que garantice al conjunto de las poblaciones el acceso a los servicios esenciales de la información. En fin, su éxito supone la existencia de un mercado abierto con reglas equitativas para evitar el monopolio.

El segundo desafío está ligado a las condiciones de acceso a las tecnologías y a su contenido. La mayoría de los países en desarrollo cuenta con servicios telefónicos y equipos audiovisuales modestos o anticuados, difíciles de adaptar. Esto puede superarse con el satélite, ya que presenta como ventajas la de cubrir grandes extensiones y alcanzar a todas las poblaciones.

El tercer desafío a vencer se refiere a la capacidad de estos países para dotarse de una estrategia de conjunto entre todos ellos. Y es que, el acceso al saber y a la formación es una prioridad para ellos como estrategia de desarrollo. Las nuevas tecnologías son un medio importante para completar y reforzar las técnicas de educación tradicionales, permitiendo la transmisión de programas de formación continua y a distancia, adaptados a todos los públicos con una metodología más eficaz y atractiva. Además, si se tienen en cuenta gastos como, por ejemplo, el de los desplazamientos entre zonas rurales mal comunicadas, la educación a distancia por medio de las nuevas tecnologías es muy rentable.

Sin embargo, para lograr el acceso a la Sociedad de la Información no basta con comprar la tecnología: se trata también de un proceso paralelo de investigación que facilitará la comprensión de su utilización, sus efectos, sus condicionantes técnicos y económicos, así como sus ventajas y sus márgenes de libertad.

El último desafío se refiere al problema de la cooperación internacional en el campo de la comunicación, cuyo balance es decepcionante.

8. CONCLUSIONES.

A pesar de lo visto, no debe caber duda de que Internet tiene la ventaja de permitir un alcance global casi instantáneo. Sin embargo, existe el problema de estar limitado a una pequeña elite, con la gran mayoría de la población excluida. El escollo principal de los medios alternativos en su intento de movilizar multitudes sigue siendo la carencia de recursos económicos.

Pero la pregunta fundamental es si los diversos grupos activistas de los Medios pueden generar apoyo desde asociaciones más grandes favorables a su causa, tales como organismos religiosos, laborales y educativos, unirse a ellos y trabajar para movilizar a la opinión pública a favor de una reforma de los Medios. No hay escasez de ideas sobre cómo crear y apoyar unos Medios viables, no lucrativos y no comerciales; únicamente una falta de confianza y una fuerte organización política. La ola actual de activismo en los Medios se haya todavía en su etapa inicial y es difícil predecir su futuro.

Para triunfar, la batalla debe llevarse a cabo local, nacional y globalmente. A escala global, los activistas de los Medios no solamente deben unirse, sino que han de trabajar asimismo para reforzar y cambiar la orientación de organizaciones de servicio público, tales como la UNESCO y la UIT. La meta definitiva debe ser el establecimiento de un sector público global y no lucrativo que reemplace, por lo menos complemente, a los medios comerciales globales. Asimismo grupos internacionales como la Organización Mundial del Trabajo, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, que han sido instrumentales en la puesta en marcha de un sistema comercial global de comunicación y de medios, deben ser forzados a cesar de estar al servicio exclusivo de las compañías multinacionales. En este sentido, de nuevo, la batalla por la Comunicación democrática es sólo un aspecto de la batalla por una economía más justa y democrática.

Además, la evolución de las Nuevas Tecnologías y su crecimiento acelerado están dando lugar a múltiples aplicaciones nuevas, como los productos y servicios multimedia. Estas nuevas posibilidades, que aparecieron en los países industrializados, se extienden progresivamente en el mundo y ofrecen multitud de oportunidades que contribuyen positivamente al desarrollo. La cuestión es saber cómo aplicarlas con eficacia para reducir las desigualdades.

¿Debemos entonces abandonar el progreso tecnológico? La respuesta no puede ser más que negativa. Lo que debe abandonarse es el uso autoritario de la Información por parte de unos pocos. La Sociedad de la Información es una realidad irreversible que precisa de mecanismos democráticos de control basados en la solidaridad. Información para compartir antes que para dominar. La Tecnología, en sí misma, es neutra. El uso y la aplicación que se les da no lo son. Por tanto, lo que hay que abandonar no es el progreso, sino aquellos principios políticos e ideológicos por los que se convierte la información en el elemento de poder por excelencia.

9. BIBLIOGRAFÍA.

Aparte de la bibliografía ya indicada en las notas a pie de página, puede consultarse la siguiente:

- JOYANES, Luis: *Cibersociedad: retos sociales ante un nuevo mundo digital*. McGraw-Hill, Madrid, 1997.

- RAMONET, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*. Debate, Madrid, 1999.

- SCHILLER, Herlbert I.: *Aviso para navegantes*. Icaria, Barcelona, 1996.

- www.aui.es: [web de la Asociación de Usuarios de Internet](#).

Cierre

Se terminó de preparar la edición
de este libro titulado
Gutenberg.es,
original de **José Manuel Gómez y Méndez**,
contándose con la ejecución editorial
de **Clemente C. López Soler, Hada Miluska Sánchez Gonzales,**
Montemayor Mora Jiménez y Rafael Vega Jiménez,
así como con las colaboraciones especiales
de **José Álvarez Marcos, Antonio López Hidalgo**
y **Miguel Ángel Villar**,
siendo el mes de diciembre de 2000.
De *Gutenberg.es*,
más allá del soporte papel,
se efectuó una edición cibernética
de 500 ejemplares numerados a mano de a 500,
más los correspondientes ejemplares de prueba sin numerar,
siendo el número 4 de la Colección *Nuevo Soporte* del
Colectivo Cultural GALLO DE VIDRIO.
Se presentó en la *Tertulia Abierta* del indicado
Colectivo Cultural que se celebra el segundo miércoles
de cada mes entre octubre y junio (salvo festivos),
siempre a las 19.30 horas en la Librería *El Desván*,
sita en Sevilla, en el número 3 de la calle Don Pedro Niño,
cuyo propietario, Luis Andújar,
permite generosamente el encuentro
para convivir en tolerancia.