



Neamp

Condicionantes estructurales para el diseño de medios de información periodística en general y de periódicos digitales como caso especial

Pablo R. Prieto*

Resumen

A través de las características de base tecnológica a las que tienen acceso los diferentes medios de información periodística de masas se taxonomizan los medios permitiendo su comparación y exponiendo sus potenciales. Previamente se definen con precisión estas características de base tecnológica, a las que se denominan “condicionantes estructurales”. La taxonomía de los medios de información periodística con este método expone claramente cómo el periódico digital tiene acceso a la mejor versión de todos los condicionantes estructurales, lo que le permitiría manifestarse como cualquier medio previo —periódico impreso, radio, televisión...— y le permite un desarrollo mucho más allá de su actual concreción.

Abstract

Through the technology-based features that are accessible by the various journalistic mass media we taxonomize the media allowing comparison and exposing their potential. Previously we precisely define these technology-based features and we name them as "structural conditions".

The taxonomy of the journalistic mass media with this method clearly shows how the digital newspaper has access to the best version of all these structural conditions. The exposed situation would allow the digital newspaper to manifest itself as any previous media —printed newspaper, radio, television...—. And also allows the digital newspaper further development beyond its present manifestation.

1. ENFOQUE

*“El periodismo nunca ha sido independiente de los procesos empleados para lograrse.”
(Patten, 1988)*

Jorge Wagensberg¹, en su magnífico libro “La rebelión de las formas”, habla de una forma de entender la realidad, desde el punto de vista científico, como un conjunto de restricciones:

“Tratemos de avanzar (...) con la idea de que la Constitución de la realidad tiene una estructura asimilable a una colección de restricciones. Cuanto más fuerte es el



Neamp

poder restrictivo de una determinada restricción, menor es el dominio de alternativas disponibles para la ocurrencia de un objeto o de un suceso.”
(Wagensberg, 2004)

Y abunda en la idea de que las restricciones o prohibiciones dejan todas las demás posibilidades abiertas en contraposición con las obligaciones, que sólo permiten una opción:

“La idea de la ley física como una prohibición más que como una obligación proporciona una visión particular de la realidad. Podemos acceder a esta visión con otra buena metáfora, la que procede de la regulación del tráfico rodado. El conjunto de las leyes que gobiernan el mundo equivale a la idea de un territorio enmarañado de caminos que se entrecruzan, algunos con señales de prohibido el paso. No hay señales de dirección obligatoria. Son superfluas. Cuando aparece una dirección obligatoria en una bifurcación de caminos es porque todas las demás direcciones están señalizadas con una señal de prohibido el paso. La metáfora tiene su fuerza porque una maraña de caminos cuyo tráfico está regulado por señales de prohibido el paso no puede sustituirse por una maraña con señales de dirección obligatoria. Lo contrario, en cambio, sí es posible.”
(Ibid)

Los condicionantes estructurales para el diseño —concepción— de los medios de información periodística funcionan de igual forma que las leyes de la física tal y como las concibe Wagensberg. No determinan lo que se tiene que hacer, pero sí restringen en mayor o menor medida lo que se puede hacer. La radio, por ejemplo, no puede presentar imágenes — restricción—, pero quedan abiertos todos los caminos posibles para hacer lo que quiera con el sonido. Siguiendo con el ejemplo, la radio no puede permanecer en el tiempo — prohibición—, no está en su naturaleza: o se escucha en el momento en que se radia o se pierde la información. Hay un camino cerrado para la permanencia en el tiempo del sonido radiado (los sistemas de grabación no son inherentes al receptor de radio y, de haberlos, en este texto se considera que estaríamos hablando de otro medio como, por ejemplo, el podcast).

De esta forma, para la radio, para la televisión, para el periódico impreso, para el periódico digital y para cualquier otro medio de comunicación, es posible enumerar el conjunto de características de base tecnológica —condicionantes estructurales— a los que tiene o no acceso.

Estas características son, casi siempre, estables. Dependen de la tecnología empleada en el canal de distribución, en el soporte y en el empaquetado de noticias —al que llamaremos unidad de distribución—. Si la tecnología cambia, no cambia el medio de comunicación; normalmente, si la tecnología cambia, se da origen a un nuevo medio de comunicación sin eliminar el anterior. Si a la radio se le añade vídeo no se obtiene “radio con vídeo”, se obtiene televisión.

Es importante destacar que en ningún caso se está hablando de “determinismo tecnológico”. Precisamente por eso es atractivo el enfoque de Wagensberg: se destaca lo



Neamp

que *no* se puede hacer —restricciones, prohibiciones—, no lo que se tiene que hacer —direcciones obligatorias—. Lo que no se puede hacer simplemente depende de las tecnologías que subyacen a cada medio de información periodística de masas. Pero ninguna tecnología determina lo que se tiene que hacer con aquellas características a las que sí se tiene acceso.

El conjunto de características —de condicionantes estructurales—, en función de si cada medio tiene o no acceso a las mismas, permite la clasificación de los medios. En palabras del propio Wagensberg: “Clasificar es una actividad que puede generar inteligibilidad” (Wagensberg, 2007).

Pero, como veremos en el caso concreto del periódico digital, que no haya prohibición tecnológica para el acceso a una característica no significa que la característica se haya desarrollado, se vaya a desarrollar o haya alcanzado su plenitud. Por ejemplo: aunque la banda ancha durante un tiempo no fue una realidad viable, sabemos (y sabíamos) que era una realidad posible. Las tecnologías de base no la señalaban como una prohibición aunque fue, y en algunos casos todavía es, una restricción para el desarrollo del vídeo en la Web. Por eso, además de caracterizar lo estable —los condicionantes estructurales para el diseño de periódicos digitales—, merece la pena conocer la realidad —el grado de desarrollo y de aprovechamiento de las características a las que se tiene acceso—.

Esta es la perspectiva desde la que se enfoca este texto: existen una serie de condicionantes estructurales estables —dependen de la base tecnológica—, que definen las características —condicionan el diseño— a las que tienen acceso los medios de información periodística, en general, y el periódico digital, en concreto.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Antes de la redefinición propia de las características de base tecnológica de los medios de información periodística de masas como condicionantes estructurales, realizaremos una revisión de la literatura que ha abordado, desde diferentes perspectivas, estas características.

Diferentes autores destacan diferentes características como propias de los periódicos digitales. No interesan aquí sólo las características propias o más definitorias de los periódicos digitales, sino todas las características de base tecnológica que puedan definir a un medio de comunicación de masas susceptible de difundir información periodística. De esta forma se podrá saber cuáles son exclusivas, más relevantes o diferenciadoras del periódico digital respecto de otros medios.

Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad

Hay tres características que varios autores coinciden, precisamente, en destacar como exclusivas, relevantes o diferenciadoras del periódico digital respecto de otros medios de información: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad (Deuze, 2001; Díaz Noci, 2003; Salaverría, 2003).

Los orígenes del *hipertexto* se pueden situar en la propuesta de la máquina conceptual Memex, de Vannevar Bush, en 1945. La máquina propuesta podría almacenar



Neamp

grandes cantidades de información y el acceso a la información se podría realizar siguiendo enlaces que llevarían de una información a otra. La intención de Vannevar Bush era acercar la estructura de la información a la forma de pensar del ser humano, al “pensamiento asociativo”, en palabras del propio Bush. La recuperación de la información se realizaría siguiendo caminos personalizados en función de cada elección de enlace. Theodor Nelson, en 1965, acuñó el término hipertexto para referirse a estos enlaces. El sistema propuesto por Nelson, basado en el Memex de Bush, se denominó Xanadu. La diferencia fundamental entre ambos es que Xanadu, siendo Nelson consciente de toda la información no puede estar centralizada en una sola máquina, se basaba en una red de máquinas. En los años ‘60, ‘70 y ‘80 del siglo pasado se desarrollaron algunos sistemas de hipertexto plenamente operativos. Pero no es hasta los años ‘90, con el desarrollo de la World Wide Web de Tim Berners-Lee, que un sistema de hipertexto alcanza nivel global.

La teoría literaria del hipertexto, según George Landow, “reconfigura la narrativa” (Landow, 1995; citado en Díaz Noci y Salaverría, 2003) cuestionando cuatro principios:

1. La secuencialidad.
2. La existencia de un único principio y un único final de la narración.
3. La magnitud de la historia, cuyos límites desbordan las previsiones iniciales del autor y quedan en manos del lector.
4. La noción de unidad de la obra.

Mark Deuze parece fijarse más en los dos últimos principios. En su inspiradora publicación *Online Journalism: Modeling the First Generation of News Media on the World Wide Web*, del año 2001, muestra su preocupación por el poco uso que hacen los periódicos digitales de la posibilidad de enlazar con contenidos publicados en cualquier otro sitio de la Web.

Sin embargo, la definición de hiperdocumento de Lluís Codina está más relacionada con los dos primeros principios, que destacan la ruptura de la secuencia narrativa, de la linealidad:

“Un hiperdocumento es un documento digital complejo, formado por un conjunto de elementos no necesariamente homogéneos, dotado de una determinada composición interna y que se puede leer o visualizar de una manera no necesariamente secuencial”

(Codina, 2003)

En esta línea, Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría abordan el estudio de las posibles estructuras que pueden formarse a través de los hiperenlaces: desde la más tradicional, la lineal, hasta las múltiples formas que puede tomar la no linealidad. Estas últimas las clasifican como estructuras paralelas, arbóreas, reticulares y mixtas (figura 1).



Neamp

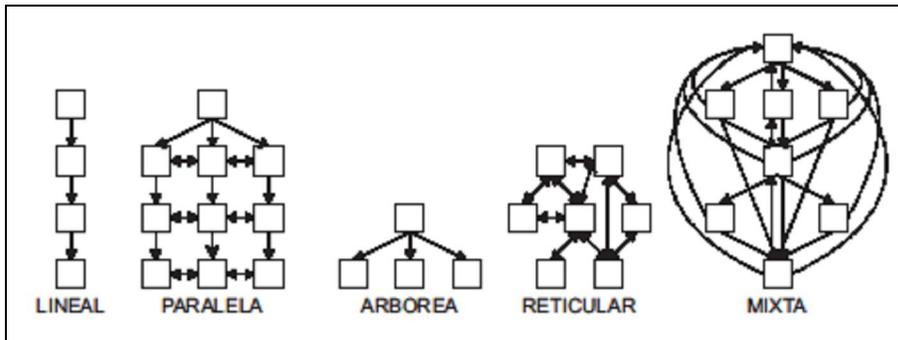


Figura 1.

Posibles estructuras del hiperdocumento según Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría.

Fuente: Reelaboración propia a partir de original de Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría.

El estudio de la estructura de la información es una generalización del caso concreto del hipertexto. La Web no es el único soporte capaz de presentar información de forma no lineal. Los periódicos impresos, que en principio podrían aparecer como estructuras lineales por la numeración secuencial de sus páginas, permiten al lector acceder a la información en el orden en que éste prefiera. Incluso emplean recursos, como las “llamadas” a número de página, que no son sino hiperenlaces; menos eficaces, eso sí, y sin capacidad para enlazar con otros medios. Por eso, en este texto, la característica que se destaca, generalizada para todos los medios de comunicación, es la *estructura* en la que pueden presentar la información: “lineal” o “no lineal”.

La segunda característica a la que se refieren varios autores es la *multimedialidad*. Mark Deuze se refiere a la misma, respecto de los medios de información periodística en la Web, en los siguientes términos²:

“Es posible observar los problemas que las compañías de medios tienen para integrar sus redacciones tradicionales con los equipos editoriales de web, por no hablar de la capacidad de integrar contenidos de otros proveedores de contenido. Esto se puede entender si se distingue entre entender la multimedialidad en los sitios de noticias como resultado de la convergencia de modalidades de medios (donde lo multimedia se puede ver como la suma de formatos de medios) o como un paradigma divergente (donde todas las partes del sitio web son desarrolladas desde el inicio como multimedia, ofreciendo al usuario final varios caminos hacia y a través de los contenidos del sitio).”

(Deuze, 2001)

Y Javier Salaverría la define como la:

“Capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un sólo mensaje al menos dos de los tres elementos: texto, imagen y sonido”

(Salaverría, 2005)

En cualquiera de los dos casos podría parecer que la multimedialidad es campo exclusivo de los medios con soporte digital. Sin embargo, la definición de Salaverría se cumple perfectamente en los periódicos impresos —combinan texto e imagen— sin



Neamp

necesidad de un soporte digital. Y las redacciones de las televisiones hace tiempo que desarrollan desde el inicio la presentación de las noticias integrando contenidos y formatos.

La multimedialidad, a nuestro entender, es la capacidad de cada soporte para presentar la información en varios formatos, al menos dos —en eso coincidimos con Salaverría—. Cuanto mayor sea el número de formatos que un soporte pueda presentar — texto, fotografía, gráficos, animación, sonido, vídeo—, mayor capacidad multimedia tendrá.

La última característica comúnmente destacada para los medios con soporte Web pero, como todas, generalizable de una u otra forma para todos los medios, es la *interactividad*. Pero el término “interactividad” es confuso. Desde la citada publicación de Mark Deuze en 2001, e incluso antes, se mezcla la interactividad con la hipertextualidad. Para Deuze existen tres niveles de interactividad: la interactividad de navegación (a través de botones o barras de navegación), la interactividad funcional (los métodos que habilitan canales de respuesta a los usuarios) y la interactividad adaptativa (los métodos que permiten la personalización de los contenidos). En palabras de Tim Berners-Lee también se mezclan las dos características, aunque hace una separación más clara de las mismas:

“Los medios de comunicación pueden mostrarnos el Web como un lugar maravilloso donde tenemos una posibilidad de elegir ilimitada porque no tenemos que limitarnos a lo que el productor de televisión ha decidido que tenemos que ver a continuación. Pero mi definición de lo interactivo incluye no sólo la capacidad de escoger, sino también la de crear. Deberíamos ser capaces no sólo de encontrar cualquier tipo de documento en el Web, sino también de crear cualquier clase de documento fácilmente.”

(Berners-Lee, 2000)

Lo que la primera parte de la cita de Berners-Lee define, junto a lo que Deuze llama “interactividad de navegación”, es en nuestra opinión “estructura”: una consecuencia de la capacidad de hipervinculación de los contenidos publicados en Web. Es la “interactividad funcional”, lo que Berners-Lee relata en la segunda parte de la cita, lo que constituye una característica diferenciada de otras. La interactividad, como característica aislada, sería así la capacidad de un soporte de crear un camino de retorno del receptor hacia el emisor.

Instantaneidad, asincronía y espacio ilimitado

Existe un segundo triplete de características que están fuertemente relacionadas entre sí, y así lo reflejan varios autores. Pero, a pesar de su fuerte relación, las consideramos características diferentes: son la instantaneidad, la sincronía/asincronía y la limitación (o ausencia de límites) en el espacio disponible para publicar información.

Javier Díaz Noci se refiere a la instantaneidad con el nombre de “temporalidad” (asoma al final de la cita una característica que se discutirá más adelante, la de la localización o globalización del acceso a los contenidos):

“Temporalidad: Creemos fundamental también tener en cuenta los aspectos temporales de los cibertextos que se producen para Internet. En realidad, se trata



Neamp

de una característica que proporciona, más que el hipertexto, la técnica de las redes telemáticas que permite una renovación constante del mensaje y que éste sea accesible desde cualquier lugar del globo con conexión a Internet.”
(Díaz Noci, 2006)

José Álvarez Marcos también se refiere a esta característica, aunque con el nombre de “periodismo continuo” (Álvarez Marcos, 2003). Destaca cómo los periódicos digitales “se editan a todas horas y actualizan de forma permanente sus contenidos, al ritmo que marca la actualidad”. Y reflexiona sobre la consecuencia de esta capacidad, que tiene un efecto acumulativo, pues las actualizaciones no sustituyen a las informaciones anteriores. De esta forma introduce las dos siguientes características, aunque sin citarlas de forma directa: la asincronía —la permanencia en el tiempo de la información— y la ausencia de límite de espacio para la publicación —la acumulación de información—.

Sobre la permanencia en el tiempo de la información, Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría reflexionan así:

“La comunicación verbal es (...) fugaz; las palabras, dice el refrán, se las lleva el viento. La historia —ese breve periodo de la humanidad que conocemos y estudiamos precisamente porque disponemos de documentos para atestiguarlo— se ha caracterizado por una lucha contra el olvido. La invención de la escritura y su plasmación en diversos soportes más o menos duraderos —más o menos perecederos— es el resultado de ese empeño que, a la manera de Sísifo, busca una y otra vez subir esa masa de recuerdos que queremos se conserven y transmitan más allá de nuestro efímero paso físico y temporal en este mundo hasta un lugar seguro, protegidos del olvido”
(Díaz Noci; Salaverría, 2003)

También José Ignacio Armentia relaciona la permanencia en el tiempo de la información publicada y la acumulación de información:

“El periodismo on line tiene gran facilidad para mantener textos almacenados y permanentes conexiones de textos eminentemente informativos con editoriales, columnas de opinión, análisis periodísticos, valoraciones, informes periodísticos, bancos de datos, páginas web, etc., textos a los que se puede acudir una y otra vez y que ayudan a dar profundidad a la información normal”
(Armentia et al, 2000)

Pero, para Armentia, la ausencia de límite de espacio no significa en absoluto que los textos puedan tener longitud ilimitada, y cita a Carole Rich: “la web tiene un espacio ilimitado, pero los lectores no tienen una atención ilimitada”. Apunta, por lo tanto, que la ausencia de límites se manifiesta (o manifestará) en el aprovechamiento de grandes fondos editoriales para contextualizar las noticias antes que en noticias de longitud infinita.

Como se puede comprobar, para los periódicos digitales la posibilidad de publicar de forma (casi) inmediata, la permanencia en el tiempo de lo publicado y la capacidad de acumulación de información sin límites, están fuertemente relacionados. Pero son características independientes, pues existen medios que pueden difundir información de



Neamp

forma (casi) instantánea pero no permanecer en el tiempo —la radio y la televisión— y soportes sin (prácticamente) límite de espacio y que permanecen en el tiempo, pero increíblemente alejados de la inmediatez en la información, como las enciclopedias impresas.

Localización (o globalización), indexabilidad y portabilidad

Quedan aún tres características que son consecuencia directa del sustrato tecnológico de los canales de distribución y de los soportes empleados por los diferentes medios de información periodística: la localización o globalización del acceso a la información, la indexabilidad de la información y la portabilidad del soporte.

Sobre la *globalización* del acceso a la información, como consecuencia del uso de Internet como canal de distribución, ya hemos visto el enfoque de Díaz Noci. Jaime Alonso y Lourdes Martínez, de la UCAM, también la apuntan como una característica propia de los “nuevos medios en Red”. Los denominan “Medios universales” y subrayan que esta capacidad existe gracias a las redes telemáticas pero apuntan que “lógicamente siguen existiendo las limitaciones lingüísticas, intelectuales y de interés de los usuarios” (Alonso y Martínez, 2003). Precisamente en torno a esas posibles limitaciones reflexiona Jakob Nielsen en su ya clásico libro *Usabilidad: Diseño de sitios web*, en el que dedica todo un capítulo a cómo diseñar webs para “una audiencia global” (Nielsen, 2000). Nielsen centra sus reflexiones y consejos no sólo en el diseño formal del sitio web, sino en consideraciones culturales y lingüísticas que han de tenerse en cuenta cuando la audiencia potencial es todo el planeta.

Pero la distribución global no es exclusiva de los medios que se distribuyen por Internet. La radio y la televisión emplean redes de satélites que distribuyen su señal a grandes áreas del planeta. Y algunos periódicos impresos emplean redes telemáticas (no necesariamente Internet) para transmitir los originales a imprentas remotas en distintas partes del globo. Parece que, en un mundo globalizado, los medios de comunicación buscan los canales que les permitan alcanzar, precisamente, a una audiencia global. Aunque, tal vez en parte, sea al revés: tal vez la globalización sea consecuencia de la internacionalización de la información. Al fin y al cabo ése es el origen de la expresión “Aldea global” acuñada por Marshall McLuhan en 1962.

La *indexabilidad*, sin embargo, sí que es una característica exclusiva de los medios con soporte digital. La posibilidad de realizar búsquedas, recuentos y generar índices en tiempo real es propia, y exclusiva, de los soportes digitales. Otros soportes necesitan de una preelaboración de este tipo de información.

Por último, una característica a la que parecen tender todos los soportes de información como consecuencia de la continua miniaturización de los componentes tecnológicos: la *portabilidad*. La radio hace tiempo que es portátil, la televisión lleva camino de serlo³ y el acceso a la web en movilidad comienza a generalizarse. Curiosamente, el soporte con menor carga tecnológica es el único que es portátil desde su origen: el periódico impreso.



Neamp

3. LOS CONDICIONANTES ESTRUCTURALES

Este texto pretende definir con precisión cada uno de los *condicionantes estructurales* para el diseño de medios de información periodística y sus *niveles de aplicación*. Ni unos ni otros son objetos nuevos, pero la perspectiva y forma de aplicación sí lo son.

Los diferentes condicionantes estructurales se entienden, como se adelantó en *1. Enfoque*, de la forma en que describe Wagensberg (Wagensberg, 2004) las leyes de la física: son restricciones o prohibiciones. Considerados así, condicionan lo que un medio de comunicación, por su naturaleza, no puede hacer. Nada dicen de lo que el medio puede o debe hacer con la libertad que le queda en el resto de sus opciones. Como ya se ha dicho, la radio no puede emitir imágenes pero cuenta con plena libertad para emitir lo que quiera en audio.

Tal y como se conciben los condicionantes estructurales en este texto, para cada uno de ellos siempre habrá una opción que deje mayor grado de libertad que la otra alternativa. Una de las opciones contiene, casi siempre, a la otra —más restrictiva— y se la considera, por lo tanto, más ventajosa. Dicho de otra forma: la opción alternativa es un caso concreto de la que deja mayor libertad.

Se enumeran y describen a continuación los diferentes condicionantes estructurales, se detallan sus posibles valores y se señala la opción que dota de mayor libertad al medio:

Estructura

La forma de secuenciar en el tiempo o en el espacio la información y, por lo tanto, el acceso a la misma.

- **Valores:** Existen dos formas estructurales distintas: “lineal” o “no lineal”, aunque la concreción en la realidad puede presentar matices importantes.
- **Grados de libertad:** La estructura es un caso en el que un valor contiene al otro. Una estructura “lineal” es un caso concreto —eso sí, singular— de una estructura “no lineal”. Un medio que pueda presentar estructuras no lineales puede presentar, si lo desea, estructuras lineales. El caso contrario es imposible. La estructura no lineal es la que mayor grado de libertad confiere a un medio.

Multimedialidad

Los diferentes formatos en que un medio puede publicar o difundir información.

- **Valores:** Son valores discretos, concretos. Cada medio cuenta con una lista de formatos en los que puede publicar o difundir información. La lista completa actual (de momento no hay medios de comunicación que puedan, por ejemplo, difundir olores) es: texto, gráficos, fotografías, audio, vídeo, animación y animación interactiva.
- **Grados de libertad:** Los grados de libertad vienen determinados por el número de formatos que soporta cada medio. La mayor libertad la confiere el soporte de todos los formatos.



Neamp

Interactividad

La capacidad de un medio para publicar o difundir información de forma bidireccional: de emisor a receptor y viceversa, o sin distinción entre emisor y receptor. Esta capacidad debe proporcionarla el propio canal de distribución o, excepcionalmente, otro canal (como es el caso de las “Cartas al Director” de los periódicos impresos o las intervenciones telefónicas en radio o televisión).

- **Valores:** Los medios pueden tener capacidad:
 - Unidireccional: no interactivos.
 - Bidireccional en el propio canal: interactivos puros.
 - Bidireccional por otro canal: interactivos por otro canal.
- **Grados de libertad:** La bidireccionalidad contiene a la unidireccionalidad como caso concreto. Un medio interactivo puede comportarse como no interactivo, al revés es imposible. La mayor libertad la confiere la interactividad.

Grado de instantaneidad

La demora mínima que puede alcanzar el medio entre el acontecimiento del hecho noticioso y su publicación o difusión.

- **Valores:** Al ser un gradiente, tiene un valor mínimo —cero (instantáneo)— y un teórico valor máximo, que en este caso es un absurdo —infinito, nunca llegaría a publicarse o difundirse el hecho noticioso—. Entre ambos valores se manifiesta la realidad.
- **Grados de libertad:** El valor que dota de mayor libertad al medio es “cero” (instantáneo). Es un mínimo, lo que permite al medio emplear cualquier otro valor por encima. Con un valor “cero” se puede publicar de forma instantánea o con la demora que se desee (o se pueda, en función de factores externos al objeto de este texto).

Grado de sincronía

La permanencia en el tiempo de la información publicada o difundida.

- **Valores:** Es un gradiente, pero con extremos definidos y ambos reales. Existen medios puramente síncronos: es necesario estar en presencia del medio en el momento en el que el hecho noticioso se publica o difunde porque la información desaparece en el mismo momento en que se publica o difunde. También existen medios puramente asíncronos, la información permanece accesible a la consulta, desde el momento en que se publica o difunde, de forma indefinida. Entre los dos valores existen matices sobre cuánto tiempo permanece la noticia accesible.
- **Grados de libertad:** Parece que poder permanecer en el tiempo (asincronía) confiere más libertad que perderse en el mismo momento en que se comienza a existir (sincronía). Pero este no es un caso en el que una posibilidad contenga a la otra: un medio de comunicación de naturaleza asíncrona no puede comportarse de forma sincrónica pura. Pero puede aproximarse tanto como desee a ese comportamiento, por lo que se considera de “mayor libertad” a la naturaleza asíncrona.



Neamp

Grado de limitación de espacio o tiempo

La cantidad de espacio o de tiempo con que cuenta el medio para la publicación o difusión de los hechos noticiosos.

- **Valores:** Al ser un gradiente, tiene un valor mínimo, que en este caso es un absurdo —cero, no se publicaría o difundiría el hecho noticioso— y un valor máximo teórico —infinito—. Entre los dos extremos se manifiesta la realidad.
- **Grados de libertad:** Publicar con un espacio limitado o emitir con tiempo limitado es un caso concreto de la libertad que proporcionaría no tener límites. Por lo tanto, el mayor grado de libertad lo proporciona, obviamente, no tener límites (a nivel estructural).

Localización

El área geográfica que un medio puede alcanzar en la publicación o difusión de información.

- **Valores:** Este condicionante estructural se podría codificar en función de muchas posibles clasificaciones: extensión del área geográfica, áreas administrativas a las que alcanza (municipios, regiones, estados,...),... Pero todas están reunidas en dos posibles valores: “local”, si existe algún tipo de limitación geográfica; y “global” si, potencialmente, puede alcanzar a todo el planeta.
- **Grados de libertad:** Es evidente que un medio con capacidad, teórica, de difusión global alcanza a todas las posibles restricciones locales. La mayor libertad la confiere la capacidad de difusión “global”.

Indexabilidad

En sentido estricto, la indexabilidad sería la capacidad de un medio de que la información que publica o difunde pueda ser indexada. En el contexto de esta propuesta se refiere a la capacidad de un medio de generar índices de la información que publica o difunde, a través de consultas o búsquedas, en tiempo real. Por lo tanto, se excluyen aquellos índices que necesitan ser preelaborados.

- **Valores:** De acuerdo con la definición, un medio sólo puede entrar en una de dos categorías: o tiene capacidad intrínseca, estructural, de generar índices en tiempo real —es “indexable”— o no la tiene —es “no indexable”—.
- **Grados de libertad:** Un medio “indexable” puede renunciar al empleo de esa capacidad, pero un medio “no indexable” no puede acceder a la misma. La mayor libertad la confiere la “indexabilidad”.

Portabilidad

La capacidad de un medio de que la información que publica o difunde sea accesible a través de un soporte portátil.

- **Valores:** Los soportes a través de los cuales se puede acceder a la información publicada o difundida de un medio puede ser “portátiles” o “no portátiles”. Es un condicionante estructural no estable, depende de la evolución de la tecnología.



Neamp

- **Grados de libertad:** Un soporte “portátil” puede no utilizarse como tal. Sin embargo, un soporte “no portátil” no puede adquirir esa cualidad (salvo por evolución tecnológica). La mayor libertad la confiere la “portabilidad”.

4. EL PERIÓDICO DIGITAL EN EL PANORAMA GENERAL DE MEDIOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS CONDICIONANTES ESTRUCTURALES

Hasta hace sólo tres lustros cuando se hablaba de medios de información periodística se citaban fundamentalmente tres soportes —radio, televisión y papel impreso— con sus respectivas tres unidades de distribución de información periodística —boletín de noticias, informativo y periódico—. Con la liberación de los fundamentos y protocolos de la World Wide Web al público en 1993 (Berners-Lee, 2000) y la publicación del primer periódico digital —*The Daily Telegraph*— en este soporte en 1994 (Armentia, 2004) comienza una revolución que aún no ha terminado.

Hoy en día hay que considerar al menos cuatro grandes soportes de información periodística —radio, televisión, papel impreso y Web— y sus respectivas unidades de distribución de información periodística —boletín de noticias, informativo, periódico impreso y periódico digital—.

La *tabla 1* trata de alcanzar nuevo conocimiento a través del orden: trata de mostrar el grado de revolución, desde la perspectiva de los condicionantes estructurales, que ha supuesto la aparición de la Web como soporte de información periodística. Comparar en su conjunto las capacidades de los diferentes medios, tanto los tradicionales como sus modificadores y algunos nuevos medios, puede ayudar a conocer la situación del periódico digital respecto de su entorno.

La tabla se elabora cruzando los condicionantes estructurales con las capacidades o usos habituales las unidades de distribución de diferentes soportes de información periodística. La expresión “capacidades o usos habituales” hace que algunas de las celdas tengan una respuesta opinable; tras la tabla se razonan las respuestas menos evidentes. La aportación de la tabla no está en las respuestas una a una, en cada una de las celdas, sino en el conjunto comparable de los medios de comunicación a través de las capacidades de su forma de distribución habitual, de su empaquetado: de sus unidades de distribución.

La tabla recoge no sólo las capacidades habituales de las unidades de distribución de los soportes de información periodística más habituales —que se destacan en color más intenso— sino también las de otros soportes. El criterio para diferenciar unos soportes de otros es precisamente la base de la definición de los condicionantes estructurales: si algo —la forma de acceso, de almacenamiento, de distribución...— modifica la respuesta a alguno de los condicionantes estructurales se considera a ese modificador como generador de un soporte de información diferenciado de otros. Por ejemplo: bajo el genérico “Televisión” cabría estar refiriéndose a muchos soportes distintos. El soporte físico final —una pantalla o un monitor con altavoces— puede ser siempre el mismo, pero diferentes canales de distribución modifican sus capacidades frente a los condicionantes estructurales: la televisión IP tiene capacidad para ser asíncrona, lo cual modifica radicalmente la forma de acceso a la misma y hace pensar en un soporte distinto a la televisión tradicional.



Neamp

Tras la tabla se detallan los *canales de distribución, soportes y unidades de distribución* considerados para los principales medios de información periodística. Pero la tabla se centra en las *unidades de distribución* de información periodística en cada uno de los soportes: el periódico, el boletín de noticias, el informativo,...

Código de colores

Tal y como se definieron los condicionantes estructurales, cada uno de ellos tiene una respuesta que aporta más libertad, más capacidad, porque contiene a la otra posible respuesta. Siguiendo este criterio, se han marcado en verde las celdas con la respuesta que aporta más libertad al medio considerado, en rojo las respuestas más restrictivas y en gris las que quedan a medio camino o que no son aplicables.

MÁS LIBERTAD
MÁS RESTRICTIVO
A MEDIO CAMINO O NO APLICABLE

Tabla 1		CONDICIONANTES ESTRUCTURALES								
		ESTRUCTURA	MULTIMEDIA	INTERACTIVO	INSTANTÁNEO	ASÍNCRONO	ESPACIO ILIMITADO	LOCALIZACIÓN	INDEXABLE	PORTABLE
Soportes de información periodística o susceptibles de contenerla o de modificar la forma de acceso	PERIÓDICO IMPRESO	NO LINEAL	TEXTO IMAGEN	NO	NO	SÍ	NO	LOCAL	NO	SÍ
	RADIO	LINEAL	AUDIO	NO	SÍ	NO	NO	LOCAL	NO	SÍ
	TELEVISIÓN	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	SÍ	NO	NO	LOCAL	NO	NO
	PERIÓDICO DIGITAL	NO LINEAL	TEXTO AUDIO IMAGEN VÍDEO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	GLOBAL	SÍ	SÍ
	RADIO POR INTERNET	LINEAL	AUDIO	NO	SÍ	NO	NO	GLOBAL	NO	NO
	PODCAST	LINEAL	AUDIO	NO	NO	SÍ	SÍ	GLOBAL	NO	SÍ



Neamp

TELEVISIÓN POR IP (IPTV)	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	LOCAL	NO	NO
TELEVISIÓN POR INTERNET	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	SÍ	NO	NO	GLOBAL	NO	NO
TIVO (Y SIMILARES)	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	NO	SÍ	NO	LOCAL	NO	NO
TELEVISIÓN DIGITAL SATÉLITE (DVB-S)	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	SÍ	NO	NO	GLOBAL	NO	NO
TELEVISIÓN MÓVIL 3G	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	NO	SÍ	NO	LOCAL	NO	SÍ
TELEVISIÓN MÓVIL (DVB-H)	LINEAL	AUDIO IMAGEN VÍDEO	NO	SÍ	NO	NO	LOCAL	NO	SÍ
TELETEXTO	NO LINEAL	TEXTO	NO	SÍ	SÍ	NO	LOCAL	NO	NO
AGREGADORES RSS/ATOM	NO APLICA- BLE	TEXTO	NO	SÍ	SÍ	NO	GLOBAL	SÍ	SÍ
ALERTAS A MÓVILES	NO APLICA- BLE	TEXTO	NO	SÍ	SÍ	NO	GLOBAL	SÍ	SÍ

Periódico impreso:

- *Canal de distribución:* Medios de transporte físicos con destino final en los puntos de venta.
- *Soporte:* Papel impreso.
- *Unidad de distribución:* Periódico diario.
- *Estructura:* El receptor dispone, en un momento dado, de toda la unidad de distribución, el periódico. Nada obliga a que el consumo sea de forma lineal.
- *Interactivo:* A pesar de la tradición de las “Cartas al director”, este canal de retorno del receptor al emisor no emplea el mismo canal que la distribución. En la tabla sólo se consideran “interactivos” los soportes que permiten “retorno” a través del mismo canal.

Radio:

- *Canal de distribución:* Ondas hertzianas.
- *Soporte:* Receptor de radio: sintonizador y altavoces.
- *Unidad de distribución:* Boletín de noticias. Se excluyen las radio-fórmulas “todo noticias” porque no tienen una unidad de distribución acotada y comparable a las del resto de medios.
- *Multimedia:* Las capacidades de emisión de texto de la radio a través de RDS son muy limitadas y, además, no forman parte del “uso habitual” de la radio.



Neamp

- *Interactivo*: Aunque la interacción emisor-receptor es posible en la radio, el canal de retorno habitual, el teléfono, no es el mismo que el de distribución.

Televisión:

- *Canal de distribución*: Ondas hertzianas.

- *Soporte*: Receptor de televisión: sintonizador, pantalla o monitor y altavoces. Se incluyen los sintonizadores analógicos y los digitales para TDT (Televisión Digital Terrestre) porque no suponen ninguna diferencia en cuanto a los condicionantes estructurales.

- *Unidad de distribución*: Noticiario.

- *Multimedia*: Aunque una pantalla de televisión puede mostrar texto no es su “uso habitual”.

- *Interactivo*: Las supuestas capacidades interactivas de la TDT no son intrínsecas al canal de distribución, emplean un canal de retorno telefónico.

Periódico digital:

- *Canal de distribución*: Internet.

- *Soporte*: Navegador web.

- *Unidad de distribución*: Sitio web del periódico digital.

5. CONCLUSIONES

Es posible señalar una serie de características de base tecnológica que condicionan lo que diferentes medios de información periodística *no* pueden hacer. Sin embargo, nada se puede decir de lo que harán, desde un punto de vista exclusivamente tecnológico, con las características a las que sí tienen acceso.

Estas características de base tecnológica, llamadas aquí *condicionantes estructurales*, caracterizan a los medios de comunicación de masas: si cambia una característica de un condicionante estructural no se puede hablar de un medio de comunicación mejorado, es *otro* medio de comunicación.

El único medio de comunicación de masas con acceso a la mejor versión —la que más libertad confiere al medio— de todos los condicionantes estructurales es la World Wide Web. La Web, a su vez, es el soporte de un medio de información periodística: el periódico digital. Por lo tanto, el periódico digital es capaz de reproducir cualquiera de las características de los demás medios de información periodística. La información periodística a través de la Web podría comportarse como una radio, como una televisión, como un periódico impreso... Pero de hecho parece haber tomado como modelo, al menos originalmente, sólo al periódico impreso.

De la última conclusión podría inferirse que, a medida que se vayan concretando algunas de las características a las que en potencia tiene acceso el periódico digital —como, por ejemplo, la movilidad—, el periódico digital podría evolucionar hacia algo que reúna características de todos los demás medios, pero que no tiene por qué ser una imitación de ninguna de ellas. Los informativos televisivos comenzaron siendo radio con imágenes, pero porque los profesionales venían de la radio y no sabían cómo llenar la pantalla (Stephens, 1996).



Neamp

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁLVAREZ Marcos, José. “El periódico bajo demanda”. En: *Las tecnologías periodísticas: desde el ayer hasta el mañana*. [CD-ROM] Gómez y Méndez, José Manuel (ed.). Sevilla: Sociedad Española de Periodística, mayo de 2005. Cap: 4. p. 34-55.

ARMENTIA Vizuet, José Ignacio; CAMINOS, José María; ELEXGARAY, Jon; MARÍN, F.; MERCHÁN, Iker. *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch, 2000. ISBN: 8476767382

ARMENTIA Vizuet, José Ignacio. “Los primeros pasos de un largo proceso. El diseño en los medios digitales”. *Telos* [en línea]. Abril-junio de 2004, nº 59. Disponible en Web: <<http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=59>> [Consulta: 29 de agosto de 2005]

BERNER-LEE, Tim. *Tejiendo la red. El inventor de la World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI, 2000. ISBN: 84-323-1040-9

CODINA, Lluís. “Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación”. En: *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Díaz Noci, Javier y Salaverría Aliaga, Ramón (coords.). Cap. 3, pp. 141-194. Barcelona: Ariel, 2003. ISBN: 84-344-1297-7

DEUZE, Mark. “Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web”. *First Monday* [en línea]. Octubre de 2001, vol. 6, nº 10. Disponible en Web en:

<http://www.firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/> [Consulta: 12 de marzo de 2008]

DIAZ Noci, Javier. “Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación?”. En: *Razón y Palabra* [en línea]. Diciembre de 2005 - Enero de 2006, nº 48. Disponible en PDF en:

<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/bienal/mesa6.pdf>> [Consulta: 18 de agosto de 2008]

DIAZ Noci, Javier, SALAVERRÍA Aliaga, Ramón (coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003. ISBN: 84-344-1297-7



Neamp

NIELSEN, Jacob. *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid: Pearson educación, 2000.

ISBN: 1-56205-810-X

PATTEN, David. *Los periódicos y los nuevos medios en comunicación*. México: Prisma, 1988.

STEPHENS, Mitchell. *A History of News*. Harcourt Brace, 1996.

WAGENSBERG, Jorge. *La rebelión de las formas. O cómo perseverar cuando la incertidumbre aprieta*. Barcelona: Tusquets Editores, 2004. ISBN: 84-8310-975-1

WAGENSBERG, Jorge. *El gozo intelectual. Teoría y práctica sobre la inteligibilidad y la belleza*. Barcelona: Tusquets Editores, 2007. ISBN: 978-84-8310-395-1

* Pablo R. Prieto es Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) y Arquitecto por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (ETSAM).

Es profesor de “Tecnología Digitales I de la URJC Agencia conjunto de la URJC y la Agencia EFE.
pablo.prieto@urjc.es

¹ Jorge Wagensberg es profesor de Teoría de los Procesos Irreversibles en la Facultad de Física de la Universidad de Barcelona y, desde 1991, director del Museu de la Ciència de la Fundació “La Caixa”.

² Traducido del original en inglés.

³ En marzo de 2008 la Unión Europea aprobó el estándar para la retransmisión de televisión digital terrestre para dispositivos portátiles, el DVB-H. (Fuente: Europe’s Information Society Thematic Portal)