

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**



MARCO JULIO OCHOA ESPAÑA

ASESOR:

DR. CARLOS HUMBERTO INTERIANO

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2016

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades Generales

Rector: Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

Secretario General: Dr. Carlos Enrique Camey Rodas

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Autoridades Centrales

Director: M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo:

Director: M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes: Lic. Mario Campos

M.A. Gustavo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles: Anaité Machuca

Mario Barrientos

Representante de Egresados: M.A. Johnny González

Secretaria: M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador:

Dr. Carlos Humberto Interiano (Presidente)

Dr. Gustavo Bracamonte (Lector)

Dr. Jaime Antípatro Orantes (Lector)

**PARA EFECTOS LEGALES,
ÚNICAMENTE EL AUTOR
ES RESPONSABLE DEL PRESENTE
TRABAJO**



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 20 de febrero de 2017
ECC 225-17

Señor Director
M. A. Gustavo Morán
Depto. De Estudios de Postgrado
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado Señor Director:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Directivo en el Inciso 11.2, del Punto **DÉCIMO PRIMERO**, del Acta No. 03-17, de sesión celebrada el 07-02-2017.

"DÉCIMO PRIMERO: El Consejo Directivo conoce el Of. Postgrado 33-2017, de fecha 6 de febrero de 2017, en el cual el Director del Depto. de Estudios de Postgrado, Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo, informa que la estudiante del Doctorado en Comunicación Social, cohorte 2010-2012, Patricia Jeannette Orantes Alarcón, carné No. 100014358, no tuvo correcciones el día de su defensa de tesis, por lo tanto solicita que autoricen la orden de impresión para la tesis doctoral titulada: "Comunicación estratégica para emprendimientos sociales en Centroamérica". También solicita que se autorice la orden de impresión de la tesis titulada "Las tecnologías de la comunicación en el formato periodístico" del Dr. Marco Julio Ochoa España, carné No. 100024110, quien tampoco tuvo correcciones el día de su defensa de tesis doctoral. Al respecto el Consejo Directivo, **ACUERDA: ...**

11.2. Notificar al Director del Depto. de Estudios de Postgrado, Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo, que conforme a su solicitud contenida en el Of. Postgrado 34-2017, de fecha 6 de febrero de 2017, este Órgano de Dirección autoriza al estudiante del Doctorado en Comunicación Social, Cohorte 2012-2014, Marco Julio Ochoa España, carné 100024110, la impresión de la tesis Doctoral titulada: "Las tecnologías de la comunicación en el formato periodístico"."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria



CXMA/lm
cc. Estudiante

**Para ejercer el periodismo,
ante todo, hay que ser un
buen ser humano.
Las malas personas no
pueden ser buenos
periodistas. Si se es
una buena persona,
se puede intentar com-
prender a los demás,
sus intenciones, su fe,
sus intereses, sus
dificultades,
sus tragedias.**

RYSZARD KAUSCINSKI

A manera de presentación pública y dedicación especial.

Apreciables:

Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, M.sC. Sergio Morataya.

Secretaria de la E.C.C. M.sC. Claudia Molina,

Coordinador del sistema de Estudios de post grados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Magister Gustavo Morán

Respetables:

Dr. Carlos Interiano

Dr. Gustavo Bracamonte.

Dr. Jaime Antípatro Orantes

Apreciable Dra. Patricia Orantes, graduanda de la primera Cohorte del Doctorado en Comunicación Social.

Dilecto Público que nos honra con su presencia, sean todos y cada uno de ustedes bienvenidos a la Escuela de Ciencias de la Comunicación y gracias de ante mano, por apartar un tiempo en su valiosa agenda para presenciar este acto de investidura del Doctorado en Comunicación Social.

Colegas profesionales y compañeros docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, gracias por asistir.

Amigos Doctorandos de la Segunda Cohorte del Doctorado en Comunicación Social, gracias por acompañarme en este acto.

A lo largo del Doctorado que hoy culmina me propuse plantear como proyecto de investigación la evolución que ha tenido el periodismo a partir del surgimiento de Nuevas Tecnologías de la Información y de la comunicación, el aporte de las mismas y la posible alteración que el formato periodístico como tal pudo haber experimentado con la implementación de dichas tecnologías.

Con el pasar de los días, las semanas, los meses y por qué no decirlo, de los años que duró la investigación que inició en el año 2012 y que fue viendo la luz al final del túnel en el ocaso del año 2015, la misma fue cobrando nuevos aires y nuevos matices, para llegar a concluir que no solamente se pudo alterar el formato periodístico, sino que, tecnologías que primeramente dieron paso al Internet y éste a las redes sociales, harían del periodismo una actividad a la que accedería cualquier ciudadano desde cualquier terminal móvil, utilizada como medio para difundir un echo noticioso, sin que para ello tenga o cuente con la preparación que para hacer periodismo implican las aulas universitarias.

Las, por ahora, nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, han permitido no sólo lo que conforme pasan los días se va conociendo como periodismo ciudadano o, por lo menos así lo manifiestan expertos en el tema, sino que van creando nuevas corrientes de pensamiento en cuanto a lo que la estructura periodística se refiere, como lo es la estructura de síntesis, exigida por el formato de las propias redes sociales y aceptada por una comunidad en donde prevalece hoy día la falta de cultura por la lectura.

Quiero a éste respecto, parafrasear al actual Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Magister Sergio Morataya, cuando una estudiante le preguntara en una ocasión:

Al respecto de esta nueva corriente en el periodismo, llamado “periodismo ciudadano”, cuál es su percepción?

Y él respondiera:

“Bueno esto parte a partir del surgimiento de las redes sociales, estas redes lo que nos han dado es un canal vacío en donde potencialmente todos nos podemos comunicar con millones, pero si por ejemplo yo, usuario de Facebook no quiero utilizarlo para hacer periodismo ciudadano sino lo quiero para entretenerme, para eso lo uso.

Continúo parafraseando:

Hay organizaciones, por ejemplo en Guatemala, que sí usan el Facebook como parte de ese periodismo ciudadano, ahora, lo que he notado es que estas páginas nunca logran explotar y al decir explotar, me refiero a que no han alcanzado los 60, 70, 80 o 100 mil seguidores, si usted chequea por ejemplo, Emisoras Unidas, Tele Diario, Prensa Libre, todos han alcanzado más del millón de usuarios que los siguen, mientras que las cuentas de estas organizaciones de periodismo comunitario o ciudadano no pasan de 5 mil o 10 mil usuarios, entonces creo que el periodismo ciudadano mejor, es el que hacen los usuarios cuando en un determinado momento, encuentran un tema, lo discuten, lo redactan y lo postean en su muro y otra gente lo agarra, toma ese contenido y lo empieza a compartir. Concluía el experto en Redes.

Este trabajo de tesis, si bien no es perfecto, es ampliamente perfectible por quienes aspiran a profundizar en los estudios periodísticos, por lo que deja la huella a seguir, con la esperanza de que, en un futuro, no muy lejano, surjan nuevos teóricos que replanteen las teorías establecidas en el pasado por autores como VICENTE LEÑERO, MARTIN VIVALDI, CARLOS MARIN, UMBERTO ECO y cuantos autores de muchos libros pudieron haber establecido las reglas básicas de la redacción en el periodismo y que han funcionado o por lo menos funcionaron como la estructura básica para la redacción de los géneros periodísticos hasta la década de los años 90, cuando empezó a darse el vertiginoso desarrollo de tecnologías que dieron al surgimiento de la Sociedad de la Información, establecida por el propio Marshall MacLuhan.

No pretendo retirarme del presente estrado sin dejar por sentado mi más grande agradecimiento y admiración por el Doctor Carlos Humberto Interiano, no sólo por su profesionalismo, su don de gente y esa visión académica que lo ha caracterizado sino porque bajo su guía la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la que me siento honroso de egresar en su grado más alto, cobró vida e inició a dar grandes pasos en la academia hasta convertirse en lo que es hoy. Sirva este acto de investidura también para honrar su aporte a la presente investigación, por convertirse en ese faro que me guió en el momento en los que navegaba sin rumbo en un mar de conocimientos pero sin dirección oportuna, GRACIAS DR. INTERIANO por llevarme a buen puerto.

Apuntalar ese barco y seguir la guía de aquel faro necesitó en momentos de un buen timonel, ese papel tan trascendental que para este trabajo y este triunfo significó el aporte de mi asesor de mi primera tesis de grado como primer escalón saltado para estar hoy aquí, gracias Magister Sergio Morataya, hacedor de triunfos y sueños hechos realidad.

Agradezco públicamente el aporte y el tiempo otorgado a la lectura de esta tesis doctoral por parte de los Doctores Gustavo Bracamonte y Jaime Antípatro Orantes, sin ellos este trabajo no habría alcanzado el éxito requerido.

Agradecer a tantos amigos que aportaron en este trabajo haría incontables las horas e interminable el papel, pero ellos, ellos saben que les estoy altamente agradecido.

Esta tesis la quiero dedicar como un homenaje póstumo a quienes me dieran el ser; a mis padres, también a mis hermanos, con especial afecto a Norma Verónica Ochoa España, mi única hermana y, finalmente a mis sobrinos, especialmente a Andrea mi ahijada, a Melissa y a Josué y sirva para ellos como un motor constante de motivación para que no claudiquen y encuentren refugio en el estudio como lo ha encontrado éste servidor

Por su puesto, y no por último es menos importante sino, por el contrario, pues es el artífice de mi vida, la guía y el sostén en todo momento de turbulencia, quiero dedicar este triunfo a Dios, puesto que tengo comprobado que sin él no soy nada y con él lo soy todo.

MUCHAS GRACIAS!!!

RESUMEN EJECUTIVO:

Tesis Doctoral

“Las Tecnologías de la Comunicación en el formato periodístico”.

Si bien el periodismo es una de las actividades tan antiguas como la comunicación misma, también es cierto que el mismo ha venido experimentando transformaciones en la medida que la sociedad mundial se va desarrollando, de esa cuenta, cada época en la que se implementan nuevas herramientas de comunicación esta actividad también va sufriendo transformaciones, que, si bien hasta antes de la década de los 90 las mismas no eran de fondo, sino más que de forma, la incursión de las TIC son sin lugar a dudas la primera experimentación que tiene no sólo en su forma, sino, en su contenido.

La presente investigación doctoral cualitativa busca entre otras cosas ir estableciendo la transformación que el periodismo va teniendo en la medida en la que van surgiendo diferentes tecnologías, como lo fue en su momento la invención del papel, para pasar posteriormente a la Imprenta de Juan Gutenberg en Alemania, pasando por la invención de la misma máquina de escribir para luego después establecer el papel que vino a jugar en las sociedades en vías de desarrollo la computadora, que significó un vertiginoso salto al desarrollo de las modernas comunicaciones al dar como paso o más bien, constituir el facilitamiento del surgimiento del internet y con éste último lo que se conoce como redes sociales.

Cabe aclarar que, el periodismo conocido éste como la actividad de informar sobre un hecho que sucede en determinado momento y, en determinado lugar no ha cambiado en sí, más bien se ha expandido a la practicidad que de éste va haciendo la sociedad conocida hoy día como “sociedad de la información”, que en gran medida está haciendo uso de las herramientas comunicacionales que más adelante se van convirtiendo en medios o bien canales de información.

La prensa escrita tiene más de 300 años de haber sido adoptada por la sociedad como el medio para mantenerse informada del acontecer, bien fuera local o nacional, lo anterior puede como bien se dice en páginas posteriores, situar al periodismo en una nueva crisis, ésta ahora, encabezada por la irresponsabilidad mediática que proporcionan las TIC, como la ausencia de deontología periodística, particularmente en temas como la ética y la moral del que publica, antes denominado periodista y protegido o resguardado en sus publicaciones por el prestigio del medio para el que laboraba.

Los primeros cambios que sufrió el periodismo no fueron más allá que de forma, o físicos, que de ser simples panfletos que recogían el hecho de una comunidad no muy grande pasaron a ser folletos en los que ya se incluían más hechos, más extensión territorial y por ende más hojas de redacción, pero siempre, con una redacción simple, sin estructura y sin filtros éticos o morales, cuyo objetivo en ese entonces era ya, explotar el morbo que también es inherente al ser humano.

Con el surgimiento de otros inventos como la fotografía, el periodismo sufrió otra transformación, con ésta se va dando una estructura en la forma de presentar aquellos hechos que, inicialmente sólo eran considerados como narraciones, aquí se dan elementos como la distribución de espacios en aquellas hojas, en donde se compartían los textos con las fotografías que en sus inicios eran también simples imágenes incluso dibujadas y tomadas del lugar del suceso. La fotografía da paso a lo que hoy día se conoce como Diagramación, la cual con el tiempo también se va perfeccionando y tomando principios básicos para su creación.

Con el surgimiento de nuevos inventos, el periodismo es ese pupilo listo para experimentar nuevas formas de presentarse, de esa manera, el surgimiento de la computadora da un paso significativo para este oficio, el cual evolucionó considerablemente por la implementación de elementos como la infografía, los mapas, y cuanto elemento enriquecía el texto.

Las redes sociales, después del internet fueron ese boom en el periodismo, en donde los ahora internautas, antes receptores o simples lectores, se convierten incluso en redactores y en reporteros, dando paso así a otra corriente, ahora transformando al periodismo no sólo en su forma, sino también en su fondo, esta nueva corriente es considerada o conocida como: “periodismo ciudadano”.

Introducción General

La presente investigación doctoral plantea una serie de cambios que ha venido teniendo el periodismo, como una actividad propia del ser humano que necesita estar informado del acontecer tanto local, nacional y ahora, con la implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, a nivel internacional, de una manera más fácil, inmediata e interactiva.

De esa forma, se han tomado como base a la investigación toda la documentación contenida en libros, tesis de grado de varios profesionales de las Ciencias de la Comunicación, así como publicaciones que se han realizado en las redes sociales por parte no sólo de medios de comunicación tradicional, sino de ciudadanos que, sin ningún conocimiento previo sobre la estructura periodística se atreven a publicar hechos que se suscitan en su entorno, sino además, hasta corregir en cuestiones redaccionales a reporteros o integrantes de los medios de comunicación formales del país.

En los siguientes capítulos el lector se adentrará a conocer una compilación de coberturas mediáticas de diferentes temas, los cuales ha incursionado en la red, en donde se hace también la comparativa del respeto, en algunos casos, y la alteración en otros, del formato periodístico tradicional, que rigió hasta poco después de que se inventaran elementos como la computadora misma y la expansión del internet, hasta llegar posteriormente a la invención o implementación de las redes sociales.

Se abordan en los sub siguientes capítulos temas como la invención del papel, la imprenta, la máquina de escribir, la fotografía, la computadora, la infografía, la diagramación, el internet, para finalmente concluir en las redes sociales y el papel del periodismo frente a la implementación de todos estos nuevos elementos.

La investigación aborda tópicos como el periodismo y los ruidos que en el ejercicio de éste se presentan, el papel del periodista en las sociedades modernas y en las sociedades de antes del internet, el periodista digital y su papel en las sociedades de la información, se aborda la temática sobre quiénes pueden ejercer el periodismo, para concluir que en la actualidad, cualquier ciudadano desde su lugar de origen y con un celular en mano, puede, apoyado por las redes sociales y sus cuentas particulares, ser un reportero, incursionando así en el nuevo periodismo ciudadano.

Se profundiza en cada uno de esos hechos históricos que han marcado cambios al periodismo o a la actividad periodística en sí, se establecen los cambios mismos y marcan las diferencias entre una época y otra. Sin lugar a dudas, una de las cuestiones que enriquecen el presente trabajo de investigación, es la opinión que se da de parte de expertos en la materia, quienes con su vasta experiencia aportan elementos importantes que han servido al periodismo, que lo han alterado en su forma de presentarse y la visión de cómo estará siendo abordada esta actividad en las siguientes décadas.

Se aborda así mismo lo relativo a las autopistas de la información, con ellas, el surgimiento de elementos como la multimedia, que al amparo de las TIC han permitido al periodismo alterar su estructura básica, han permitido además que el ciudadano común se convierta en un reportero, pues sin necesidad de escribir bajo una estructura establecida, utiliza las imágenes y los sonidos, cuyas presentaciones, presentan de por sí solos ese hecho noticioso.

Finalmente, la investigación se cierra con la presentación de una entrevista realizada a expertos y presentada de forma o manera estructural, para concluir con las teorías de comunicación aquí abordadas, siendo éstas, el determinismo tecnológico presentado por Marshall McLuhan así como la teoría de la comunicación digital interactiva, que se enriquece por medio de las hipermediaciones, lo cual cobra beligerancia con la implementación de las TIC.

PRESENTACIÓN DE LA TESIS

Esta tesis presenta como resultado el análisis del inicio, desarrollo y evolución del periodismo a nivel mundial, para concluir con el caso específico aplicado a los medios guatemaltecos, especialmente profundiza en la incursión que el periódico Prensa Libre ha experimentado en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, especialmente en el uso de los códigos QR que permiten su lectura por medio de aparatos electrónicos como los teléfonos celulares.

Es menester de este servidor dejar por sentado que la presente tesis presenta tres partes, siendo esta la investigación documental como primer paso para su sustentación científica relacionada con las teorías sobre los diversos temas que atañen al asunto investigado, en donde se incluyen las dos teorías de la comunicación aquí planteadas, para finalmente incluir la entrevista estructurada realizada a cinco personajes de la vida nacional en el ámbito periodístico.

No está por demás expresar también que, los temas de la investigación documental se fueron planteando desde el año 2012 cuando se inicia a cursar el doctorado, los mismos, al igual que el tema de investigación fueron aprobados en su tiempo por el Consejo Académico del momento y desarrollados desde entonces durante el transcurso de los cursos de Seminario de tesis, los cuales fueron aprobados en su momento. Así también, es importante mencionar que el tema de tesis fue cambiando en la medida en la que transcurría el tiempo y finalmente se concreta con la última modificación, quedando de la siguiente manera: ***“Las tecnologías de la comunicación en el formato periodístico”***, aprobado por el Consejo Académico y notificado al doctorando el 23 de mayo del presente año.

Así pues, se presenta esta investigación, con el fin de lograr hacer un aporte en cuanto al desarrollo del periodismo moderno, sus peculiaridades y sus transformaciones a lo largo de la historia del mismo, hasta llegar a la modernidad que representan las TIC y el ciudadano que pertenece a la Sociedad de la Información.

PARTE I. INTRODUCCION

RESUMEN EJECUTIVO: Tesis Doctoral “ Las Tecnologías de la Comunicación en el Formato Periodístico”	I
Introducción General.....	IV
Presentación de la Tesis.....	VI

CAPÍTULO 1.

INTRODUCCÓN A LA INVESTIGACIÓN

1.1. Objetivos	
1.1.1. Generales.....	1
1.1.2. Específicos.....	2
1.2. Objetivo central de discusión.....	3

CAPÍTULO 2.

METODOLOGÍA Y FUENTES

2.1 Aspectos metodológicos.....	5
2.2 Descripción del método.....	5
2.3 Pasos que se siguieron en la investigación.....	9
2.4 Los instrumentos.	11
2.5 Los sujetos de la investigación.....	14
2.6 Las fuentes de información.....	16
2.6.1 Fuentes primarias.....	17
2.6.2 Fuentes secundarias.....	18
2.7. Reflexiones Finales.....	19

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

CAPÍTULO 3.

3.1 Antecedentes relacionados con la investigación.....	23
3.2. Reflexiones Finales.....	39

**PARTE II:
MARCO TEÓRICO**

**CAPÍTULO 4.
TEORÍAS QUE EXPLICAN EL ESTUDIO**

**La evolución del periodismo, desde la imprenta hasta las hoy, nuevas
Tecnologías de la Información y la Comunicación.**

4.1.	La imprenta como primera revolución en el periodismo.....	43
4.1.1.	El papel como segundo paso en la revolución de la imprenta y el periodismo	45
4.1.2.	Reconsideración de la revolución de la imprenta.....	50
4.2.	La impresión europea.....	51
4.3.	La incursión del primer impresor a Guatemala.....	54
4.4.	La imprenta y el periodismo.....	57
4.4.1.	El periodismo después de la imprenta.....	58
4.4.2.	Los primeros periódicos en utilizar la imprenta.....	60
4.5.	Los primeros pasos del periodismo.....	62
4.6.	Tipos de Periodismo.....	70
4.7.	Las épocas que marcan la evolución del periodismo.....	71
4.7.1.	El periodismo de ayer.....	71
4.7.2.	El periodismo de anteayer.....	72
4.7.3.	El periodismo tradicional.....	75
4.8.	Los ruidos en el periodismo.....	78
4.9.	Quienes pueden ejercer el periodismo.....	79
4.10.	La ciudadanía forma sus propios medios de información.....	84
4.11.	Técnicas para presentar el periodismo escrito a la sociedad....	85
4.12.	La Pirámide Invertida.....	86
4.13.	La entrada noticiosa presentada por @EmisorasUnidas.....	87
4.14.	Normas para regular la actividad periodística por medio de la escritura.....	88
4.15.	El papel, la imprenta y el periodismo	90
4.16.	La ciudadana que realiza un reporte noticioso en su propio medio de comunicación.....	91
4.17.	El canal como medio de expresión periodística o de opinión....	94
4.18.	Prensa Libre conserva los elementos verdad, claridad, precisión y concisión en la red social Facebook.....	96
4.19.	Los viejos pero actuales modelos periodísticos.....	100
4.20.	Las redes sociales se prestan a comportamientos poco serios..	102
4.21.	Los Géneros Periodísticos, su definición y su diferenciación....	102
4.21.1.	La interpretación también se considera un Género.....	104
4.21.2.	Nota Informativa.....	107
4.21.2.1.	Publicación sin el esquema tradicional de la estructura Periodística.....	108
4.22.	El surgimiento del periódico.....	110

4.23. El medio impreso y sus elementos.....	111
4.23.1. La expresión gráfica, el diseño y la Diagramación.....	111
4.23.2. Elementos de la Diagramación.....	113
2.23.3. La retícula.....	114
4.23.4. La fotografía y su aporte al diseño.....	115
4.23.5. La infografía.....	116
4.23.6. Mapas.....	119
4.23.7. Dibujos e ilustraciones.....	120
4.24. Infografía utilizada por los medios impresos en la actualidad....	119
4.25. El fotoperiodismo.....	122
4.25.1. Aporte de la fotografía al periodismo.....	125
4.26. El perfil del periodista tradicional y la propiedad de los medios..	127
4.27. Las redes acercan el mensaje de grandes pensadores como Noam Chomsky.....	129
4.28. La computadora.....	130
4.29. La informática.....	132
4.30. La Internet.....	133
4.31. Servicios que ofrece el Internet.....	139
4.32. El Hipertexto.....	145
4.33. Evolución tecnológica de la Internet.....	148
4.34. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	150
4.35. Antecedentes, características, el rol, los efectos y la clasificación De las TIC.....	151
4.36. La sociedad de la información.....	162
4.37. Los mecanismos de la interactividad.....	165
4.38. Las Autopistas de la Información.....	170
4.39. La multimedia.....	171
4.40. El periodismo en la era del internet o periodismo digital.....	173
4.41. Algunas características propias de periodismo digital.....	181
4.42. El periodismo asistido por computadora.....	184

4.43. Principios básicos del periodismo digital.....	186
4.44. El periodismo y la internet.....	190
4.45. El perfil profesional del periodista digital.....	194
4.46. Prensa Libre y los inicios de la prensa escrita en la era digital..	206
4.46.1. El texto en la era del ciberperiodismo.....	209
4.47. El salto del formato periodístico tradicional al digital.....	212
4.48. Las masas mandan.....	215
4.49. La noticia, el segundo paso de la importancia de la internet.....	218
4.49.1. La información digital.....	219
4.49.2. Las transformaciones en la naturaleza de la nota.....	220
4.49.3. El reto de cubrir las 5Ws en el formato digital.....	222
4.50. En la red, los titulares venden la noticia.....	226
4.51. El hipervínculo comienza con el http//, el Hashtags con el signo # y el vínculo con el signo @.....	229
4.52. La incursión del video en las redes sociales.....	231
4.53. Los primeros periódicos en línea en Latinoamérica.....	233
4.54. Las redes sociales.....	235
4.54.1. Incursión, desarrollo y evolución de las redes sociales...	237
4.55. El uso inicial que se les dio a las redes sociales.....	241
4.56. Facebook como red social.....	243
4.57. Twitter y el origen de la palabra.....	247
4.58. Las redes sociales como canal para opinar y formar opinión....	251
4.59. Estructura de la opinión en las redes sociales.....	252
4.60. El respaldo institucional en las redes sociales.....	254
4.61. Estrategia para utilizar las redes sociales.....	257
4.62. Las redes sociales sobreviven si sobre vive la Internet.....	259
4.63. Las redes sociales y el periodismo.....	260
4.63.1. Un presente que cambia con las redes sociales.....	261
4.64. El proceso de la doble vía en las redes sociales.....	262
4.65. El impacto de las redes sociales en los medios tradicionales...	262

4.66. Los medios de comunicación.....	267
4.67. El tercer paradigma de la e-comunicación.....	272
4.67.1. La telefonía móvil, su implementación en el periodismo y Su desarrollo.....	274
4.67.2. La telefonía digital.....	
4.68. Los Quick Response como herramientas de información.....	278
4.68.1. La historia de estos códigos.....	279
4.68.2. Su uso en plataformas de interfaces.....	280
4.68.3. Prensa Libre como pionero en la incursión de los QR.....	281
4.69. La Deontología periodística.....	282
4.70. El periodismo como traslado de información el reportero que opina.....	284
7.71. Lo opinativo como género periodístico.....	287
4.72. Géneros Opinativos y su estructura.....	289
4.73. El periodismo de opinión y su importancia en la sociedad.....	291
4.74. La brecha digital entre el periodismo de ayer y el periodismo de hoy	292
4.75. El impacto de las TIC en el periodismo de opinión.....	293
4.76. La propuesta filosófica de Habermas.....	295
4.77. Las redes sociales como facilitadoras de O.P.....	296
4.78. Las redes sociales como canal para la transmisión de O.P....	298
4.79. La comunicación dentro de las redes sociales.....	299
4.80. Medios tradicionales y redes sociales.....	303
4.81. El proceso del periodismo en las redes sociales.....	305
4.82. Las redes sociales 3.0.....	307
4.83. El papel del periodismo en la O.P.....	310
4.84. Las redes sociales y el periodismo ciudadano.....	311
4.85. Ficha Técnica del periódico Prensa Libre.....	314
4.86. El determinismo tecnológico de Marshall MacLuhan como teoría de la comunicación aplicada para esta investigación.....	321

4.86.1.	¿Dónde se detiene la técnica del determinismo tecnológico?.....	324
4.86.2.	El mensaje es el medio.....	326
4.87.	Teoría de la Comunicación Alternativa.....	327
4.88.	Teoría de la Comunicación Digital.....	328
4.89.	Reflexiones finales del capítulo.....	329

**PARTE IV:
CAPÍTULO 5.**

5.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	334
5.1.	REFLEXIONES FINALES: Conclusiones de capítulo.....	346

**PARTE V:
CAPÍTULO 6.
PROPUESTAS**

6.1	Descripción de la propuesta.....	349
6.1.1.	Estructura de síntesis.....	350
6.1.2.	Periodismo Ciudadano.....	351
6.1.3.	Incursión del periodismo profesional en el nivel educativo.....	354
6.2.	Reflexiones Finales.....	355

**PARTE V:
REFERENCIAS Y ANEXOS**

REFERENCIAS.....	358
------------------	-----

Índice de imágenes

Imagen No 1	Ilustración del periodismo de ante ayer.....	74
Imagen No.2	Ilustración del periodismo de ayer.....	75
Imagen No.3	Reporte de hechos violentos la red social.....	87
Imagen No.4	Periodismo radial se traslada a lo escrito.....	86
Imagne No.5	Ciudadana sin estudios periodísticos informa... Sobre hecho noticioso en su propio medio.....	93
Imagen No.6	La ciudadanía genera su propio periodismo Informativo.....	95
Imagen No.7	Periodismo escrito, de las páginas de papel a la Computadora.....	97
Imagen No.8	Los medios televisivos se convierten en medios Escritos gracias a las redes sociales.....	101
Imagen No.9	Los medios no distinguen la ficción de la realidad.	109
Imagen No.10	La infografía, uno de los elementos aportados por La computadora.....	121
Imagen No.11	Chomsky y la estructura profunda, al analizar el Sistema de medios.....	130
Imagen No.12	Ciudadano utiliza el canal propio para enviarle un Mensaje a funcionario público como mecanismo de Interactividad.....	166
Imagen No.13	Crítica ciudadana al actuar de un funcionario Público.....	168
Imagen No.14	Ejemplo de cómo un ciudadano corrige la Ortografía a una periodista On line y la respuesta Que ésta da.....	176
Imagen No.15	Fotografía sustituye entrada formal de una nota Informativa en @Guatevisión_tv.....	183

Imagen No.16	Ciudadanos plantean demandas y publican Denuncias en contra de los mismos medios Tradicionales.....	189
Imagen No.17	Los medios digitales también hacen el papel de Ciudadanía, comentando publicaciones de otras Entidades públicas.	200
Imagen No.18	Los periodistas digitales publican sus errores y Quedan expuestos ante la ciudadanía.....	205
Imagen No.19	Emisoras Unidas genera confusión por poca Seriedad en las redes sociales.....	210
Imagen No.20	Aristóteles, desde 300 a C. sigue vigente en Los medios digitales.....	216
Imagen No.21	Un medio serio como Diario La Hora presenta un Titular e incluye una opinión.....	217
Imagen No.22	Las portadas saltan a las redes sociales gracias a La multimedia.....	246
Imagen No.23	El hipervínculo utilizado por Facebook permite La ampliación del hecho noticioso.....	250
Imagen No.24	La presentación de Facebook desde su inicio Muestra ser una red social por su estructura.....	269
Imagen No.25	Twitter presenta todas sus funciones y evidencia	

	Que no es una red social por su estructura sintetizada, Según su propio creador.....	274
Imagen No.26	El salto del periodismo escrito tradicional al digital y Su aceptación por la audiencia o los cibernautas...	278
Imagen No.27	La e-comunicación como el último de los eslabones Encontrados.....	280
Imagen No.28	El teclado sustituyó a las históricas máquinas de Escribir.....	281

Índice de cuadros.

Cuadro No.1	Cronología del desarrollo del Internet.....	149
Cuadro No.2	Evolución cronológica de las redes sociales.....	238

Índice de esquemas.

Esquema No.1.	La Pirámide Invertida.....	86
Esquema No.2.	Estructura de los Géneros Periodísticos.....	105
Esquema No.3.	Otra propuesta de estructura periodística.....	106

Capítulo 1

Introducción a la Investigación

1.1 Objetivos

1.2.1. Generales

Establecer los mecanismos que implementarán los medios de comunicación convencionales para mantener cautivo a su público objetivo, sin ser desplazados por los modernos medios de comunicación existentes, como lo son la Internet, las redes sociales, y cualquier tipo de comunicación facilitada por los avances tecnológicos por medio de la red.

Se hace necesario entonces, describir el proceso evolutivo de la actividad periodística en Guatemala tras la incursión, evolución y sistematización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, TIC, y el papel que juega la sociedad tras el surgimiento de las redes sociales y su incidencia en la alteración del formato periodístico tradicional al virtual.

1.2.2. Específicos

- 1.2.2.1. Describir el proceso evolutivo de las TIC y su influencia en el periodismo guatemalteco.
- 1.2.2.2. Establecer los cambios experimentados por el periodismo con la implementación de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información TIC.
- 1.2.2.3. Determinar los principales cambios que presenta el formato periodístico al momento de su incursión en la red frente a las reglas del periodismo escrito impreso promulgada por los estudiosos convencionales.
- 1.2.2.4. Determinar el tipo de alteración que ha experimentado el periodismo guatemalteco en su formato periodístico por la incursión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TIC.
- 1.2.2.5. Establecer la temporalidad de las notas informativas que los medios publican en sus respectivos sitios web en comparación a las publicadas en los medios impresos.
- 1.2.2.6. Determinar la contribución que hace al periodismo la implementación de la multimedia como una forma de resumen del texto noticioso.

1.3. Objetivo central de discusión

Los medios de información escrita se han convertido en medios de comunicación con las modernas tecnologías, aun cuando esto signifique alterar los formatos periodísticos tradicionales establecidos o la incursión de los ciudadanos en general como formadores o facilitadores de opinión que podría dar paso al surgimiento de otra corriente en el periodismo que se empieza a conocer como “denominado ciudadano”.

La presente investigación de tipo documental, busca entre otras cosas presentar al lector el proceso que el periodismo ha llevado a lo largo de la historia, y la incidencia que ello ha significado al periodismo, particularmente con la incursión de tecnologías modernas en la comunicación a raíz del surgimiento primeramente de la computadora y posteriormente del Internet y sus derivados.

El formato periodístico que expertos como Vicente Leñero, Martín Vivaldi y otros establecieron en su momento, sigue teniendo vigencia en la medida en la que sobrevivan los periódicos o medios tradicionales. Una vez su incursión en las tecnologías de la información y comunicación, TIC, o viceversa, todo, o por lo menos gran parte de esa tradicional estructura se verá afectada, particularmente por el vertiginoso avance de las tecnologías como por la adopción de estas por parte de las sociedades, las cuales no se definen por su funcionamiento sino por su capacidad de transformarse. Touraine (1974), citado por Maigret (2005:176)

Hoy día se tienen lectores más exigentes en cuanto a temporalidad de los hechos, temporalidad que se reduce enormemente por los medios electrónicos como lo son las redes sociales, lo que ya hace una fuerte competencia a medios como la televisión, la radio y la prensa escrita. El lector, audiencia o internauta como se le ha dado en llamar últimamente es más exigente en cuanto al tiempo, pero más indulgente en cuanto a veracidad, lo que pasó al surgimiento de aquellos internautas que a su vez se convierten en emisores, al trasladar los hechos de los que son

testigos, utilizando como canal sus propias cuentas en redes sociales, cobrando vida a lo que exponía Marshall McLuhan, en cuanto a que el mensaje aquí, es el medio. Díaz (2012:42).

El formato periodístico ha cambiado vertiginosamente, sin embargo, pocos o casi ningún autor se ha atrevido a plasmarlo en algún libro o en hacer una contra propuesta a la que en su momento se le llamó la Pirámide Invertida y la respuesta a interrogantes esenciales denominadas las 5Ws, por su traducción al sistema anglosajón, de donde provenían los expertos que las propusieron en su momento.

Hilvanar el comportamiento de ese formato periodístico a partir de la incursión de la computadora que a su vez dio paso al surgimiento del Internet se hace necesario para descubrir cuáles serían las interrogantes que demandan los nuevos medios de comunicación electrónica que a responder inmediatamente, atendiendo a la demanda de los internautas y a la estructura que los nuevos medios presentan, como lo es el caso particular de la red social Twitter, que sólo da espacio de 140 caracteres de escritura. Todo lo que se quiera decir, quedará a la capacidad de síntesis del nuevo periodista digital y a la creatividad para decir mucho en tan poco espacio.

Capítulo 2 Metodología y fuentes

2.1. Aspectos metodológicos

La presente investigación es una compilación de coberturas mediáticas a diferentes temas con el objeto de establecer la estructura que en la actualidad presentan los diferentes medios de comunicación electrónicos en cuanto al formato periodístico tradicional que han empleado por décadas los medios de comunicación escrita.

2.2. Descripción del método

La metodología que se empleó fue la compilación de documentos atendiendo a la monografía registral, además del rastreo de prensa tanto escrita como electrónica, con el fin de establecer su evolución y desarrollo, así como la implementación de un nuevo formato periodístico.

Se empleó el método deductivo debido al razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular, en la presente investigación ese algo en particular lo constituye el formato periodístico y la evolución del periodismo como producto del surgimiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC.

Por otra parte, también se utilizó el método de análisis estructural, que consiste en la descomposición de un todo, en este caso el periodismo y las TIC. El método analítico consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas de forma individual, por separado, así como las relaciones que las une.

Los pasos que fundamentan el método analítico son la observación, la descripción, el examen crítico, la descomposición del fenómeno, la enumeración de las partes, el ordenamiento y la clasificación, pasos que se han utilizado en la presente investigación y que llevan a la conclusión determinada.

De acuerdo con el período en que se capta la información, el presente estudio es prospectivo, estudio en el que toda la información se recopiló de acuerdo con los criterios del investigador y para los fines específicos de la investigación, después de la planeación de la misma.

Según el alcance temporal de la presente investigación, la metodología es longitudinal (diacrónico) por estudiarse un aspecto en distintos momentos, niveles o edades, en este caso el formato periodístico y su evolución a través de diversos tiempos en los que intervienen los recientes inventos tecnológicos.

De acuerdo con la comparación de las poblaciones, el estudio presente es comparativo, mismo en el que existen dos o más poblaciones y donde se requiere comparar algunas variables para contrastar una o varias hipótesis centrales. Según esta metodología, el estudio realizado fue de causa a efecto, en donde se investigan dos o más grupos de unidades de estudio que se diferencian en varias modalidades de un factor causal y se estudia el desarrollo de éstas para evaluar, conocer y analizar el efecto y la frecuencia de aparición de aquel, dentro de cada grupo.

De acuerdo con la interferencia del investigador en el fenómeno que se analiza, el estudio es observacional, pues el investigador sólo puede describir o medir el fenómeno estudiado; por lo tanto, no puede modificar a voluntad propia en ninguno de los factores que intervienen en el proceso.

Según la dimensión temporal, el estudio es histórico, puesto que describe lo que era. El proceso comprende la investigación, el registro, el análisis y la interpretación de los sucesos del pasado con el propósito de descubrir generalizaciones que pueden ser útiles para su comprensión y la predicción del futuro.

Por otra parte, se enriquece la investigación documental con el testimonio, visión y propuesta de expertos en la actividad periodística, todos ellos, exitosos comunicadores sociales reconocidos por la sociedad guatemalteca, formadores de opinión de trayectoria respetable y autoridad en la materia periodística por la

experiencia, recorrido laboral y aporte a esta actividad hasta hoy desde sus diferentes tribunas periodísticas.

El aporte que estos expertos hacen al presente trabajo de investigación se da por medio de entrevistas estructuradas, las cuales, cada uno en su momento, desde su espacio tanto físico como temporal, otorgó a quienes se permitieron entrevistarles con preguntas dirigidas y estructuradas de una manera tal, que fueran confirmando lo que durante la investigación documental y el rastreo de medios electrónicos como lo son las redes sociales fueron mostrando con relación al papel que juegan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, el papel de los medios tradicionales en el uso de las mismas y el rol que ha ido adoptando el ciudadano común y corriente, hasta llegar a considerar el surgimiento de un nuevo periodismo, denominado por ellos mismos como “periodismo ciudadano.

Se seleccionó a connotados periodistas, quienes han desfilado por las salas de redacción en calidad de reporteros, han publicado notas periodísticas, se han convertido posteriormente en editores de sus respectivas salas de redacción, han incursionado incluso en el periodismo de opinión hasta ser considerados por sus respectivos superiores como los más aptos para diligenciar el salto de sus medios escritos y tradicionales a medios *On line*.

Las entrevistas contemplaron las mismas preguntas para cada uno de los expertos, sin embargo, éstas se fueron presentando con relación a la agenda de cada uno de ellos, así, a algunos se les pudo plantear el cuestionario completo, mientras que en otros casos hubo necesidad de sintetizar las preguntas. La anterior situación dio lugar a que se redactara de una forma tal que coincidieran las opiniones de todos los entrevistados y se seleccionó su respuesta, tanto como la pregunta que se les planteó, empero, nunca dejando de lado que se contestara o afirmara lo que la investigación documental determinó previamente.

De la misma manera, se seleccionó también a quienes responderían a dicho cuestionario, en el entendido que la prioridad se dio tanto por la importancia del medio escrito o virtual al que han pertenecido así como la trayectoria y el aporte que todos han hecho al periodismo, tanto al tradicional, como al actual, conocido como periodismo virtual o periodismo *On line*.

Así las cosas, se tomaron en cuenta personajes de la talla del periodista Juan Luis Font, quien fue uno de los pioneros de diarios de prestigio como el Periódico, y Nancy Arroyave, pionera del periodismo virtual desde el diario Prensa Libre, otro prestigioso matutino que además es considerado el pionero en el salto al periodismo por computadora.

De igual manera, se consideró oportuno entrevistar a comunicadores sociales cuya experiencia en el periodismo moderno se ha adquirido desde las salas virtuales, pero que han encabezado el surgimiento de periódicos virtuales que se han ido ganando la confianza y aceptación de los guatemaltecos.

En ese sentido, se realizaron entrevistas a periodistas de renombre como Dina Fernández quien desde sus inicios hasta la actualidad dirige el diario electrónico denominado SOY502, de la misma manera que se entrevistó a Lucía Canjura, editora del periódico virtual nómada como también a Enrique Naveda, quien en la actualidad dirige el periódico virtual Plaza Pública, pionero en este nuevo formato periodístico.

Los profesionales del periodismo entrevistados, basados en su vívida experiencia, en ser actores importantes en el cambio del periodismo, pero particularmente en ser pioneros en la incursión del mismo en las tecnologías modernas de la comunicación, matizan lo investigado o fundamentado en libros, revistas, reportajes, portales de Internet y cuanta fuente de información bibliográfica enriqueció enormemente el presente marco teórico.

2.3. Pasos que se siguieron en la investigación

El Doctorado en Comunicación Social que se sirve en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala presentó una serie de desafíos a sus estudiantes, uno de ellos sin lugar a dudas fue el inicio del curso propedéutico en el que desde el inicio se planteó el desafío de realizar una investigación científica, bien fuera de tipo descriptiva o de tipo cualitativa, la cual vería la luz a través del planteamiento de la tesis doctoral.

Por tal razón, en el caso particular, se propuso el tema de investigación actual desde la perspectiva misma del formato periodístico como un análisis comparativo entre una época y otra, siempre tomando en cuenta el desafío mismo que para el periodismo significaba el surgimiento de las que en un principio se les denominó Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC.

Al inicio de la investigación se propuso el título siguiente: “Las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, su implementación en el periodismo y la alteración del formato periodístico tradicional”. Se plantearon los objetivos de la investigación, los que a lo largo de la misma no han variado y el tema fue aceptado no sólo por quien en ese momento dirigía el Doctorado en Comunicación Social, doctor Ángel Valdez, (2012-2014), sino por el Consejo Académico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, coordinado y dirigido por el entonces Director, Julio Sebastián Chilin.

Una vez establecido el tema, el objeto de estudio a tratar y las variables de investigación estuvieron trazadas, se procedió a la investigación de tipo documental, con lo que se inició la construcción del marco teórico que más adelante se presenta bajo la guía y asesoramiento del doctor Valdez, quien estableció como estructura del marco teórico el sistema europeo y la confrontación de autores al pie de página, lo que cambió posteriormente al formato americano APA. Para ello, se fueron definiendo las teorías de estudio que enriquecerían la investigación, determinando

que la más profunda y acertada para la misma sería “el determinismo tecnológico” propuesto por Marshall McLuhan y profundizado por Erick Maigret. (2005:170).

Construido el índice preliminar de temas que enriquecerían el contenido del marco teórico se procedió a buscar dentro de los profesionales adecuados al asesor de la misma, con quien se sostuvo una reunión en la que, entre otras cosas, propuso la estructura de trabajo de tesis doctoral aquí planteada, la cual alteraba de alguna manera la estructura que ya se había empezado a elaborar, así como la realización de una serie de entrevistas a personajes de la vida nacional en el periodismo, con lo que se termina de matizar el tipo de investigación de la presente tesis doctoral, siendo ésta de tipo cualitativa.

El asesor de la misma, doctor Carlos Interiano, planteó además el cambio de título del tema de tesis doctoral el cual se propuso ante el Consejo Académico, siendo aprobado por ese alto órgano de dirección del post grado de la E.C.C. y que finalmente queda de las siguiente manera: *“Las tecnologías de la comunicación en el formato periodístico”*.

Una vez establecido el tipo de investigación, aceptado el título del tema e incluso su nueva adaptación, se procedió a la investigación documental, la cual se realizó tanto en fuentes escritas, como en Internet, se procede entonces a elaborar cada uno de los capítulos y a enriquecer con diferentes fundamentaciones el marco teórico de la tesis.

Al mismo tiempo, se realizan las entrevistas a los personajes sugeridos por el asesor con lo que se espera fundamentar las teorías recopiladas de tipo documental, basado en las experiencias de quienes ahora se convierten en fuentes de información primaria para la presente investigación.

2.4. Los instrumentos

La investigación contó con la consulta de libros, todos de expertos que a lo largo de la evolución del periodismo en varias épocas han dejado plasmado el proceso de cambio de dicha actividad social y que ha quedado para la historia en los referidos documentos de consulta, de tal manera que, entre estos instrumentos se pueden citar los siguientes:

➤ Fichas Bibliográficas

Las fichas bibliográficas que se utilizaron sirvieron para ir estableciendo fechas importantes en el desarrollo del periodismo, pormenores del mismo y nombres de actores importantes, sus frases célebres, sus teorías y sus propuestas específicas para esta actividad.

➤ Fichas de resumen

Las fichas de resumen fueron realizándose para ir sintetizando las diferencias entre un período y otro del periodismo, así también definir actores importantes del mismo y para matizar su evolución de acuerdo al surgimiento de nuevas tecnologías en diferentes épocas.

➤ Fichas de análisis

Las fichas de análisis contribuyeron a establecer los tiempos del periodismo, todas ellas con el fin de ir dejando por sentado el desarrollo del mismo, las ventajas de cada tecnología implementada para el periodismo, las épocas que ha vivido el periodismo y la diferencia entre una época y otra.

➤ Entrevistas estructuradas

Una vez concluido el marco teórico, se procedió a contactar a expertos en el tema investigado, más allá de eso, se determinó a qué personajes se iba a entrevistar, estableciéndose como único requisito para ser parte de esta investigación que tuviera contacto con medios escritos, con medios audiovisuales y que haya sido actor principal en la transición del periodismo tradicional escrito al periodismo digital.

En tal sentido, se entrevistó al periodista y abogado Juan Luis Font, quien fungió como director del diario elPeriódico desde su fundación hasta 10 años después, posteriormente fundó con otros empresarios Canal Antigua en el sistema privado de señal por cable, para luego fundar la revista Contra Poder, además del diario digital República GT.

Así también se entrevistó a la licenciada y periodista por la Universidad de San Carlos de Guatemala, Nancy Arroyave, la primera editora web del diario Prensa Libre, quien sin lugar a dudas aportó grandes conocimientos al proceso evolutivo de este diario al sistema digital. De igual manera tuvo grandes desafíos y desde esa perspectiva, aporta sus conocimientos y legado a la presente investigación.

Enrique Naveda, periodista de profesión y español de nacionalidad es quien junto a Martín Rodríguez, otro periodista guatemalteco fundan el que en la historia del periodismo guatemalteco sería el primer diario digital, conocido hasta hoy como Plaza Pública. Desde su espacio de conocimiento, experiencias y desafíos vividos, Naveda aportó no sólo sus conocimientos, su experiencia, sino sus predicciones en cuanto al futuro del periodismo, tanto en Guatemala como a nivel mundial.

Otra de las periodistas de renombre a nivel nacional y quien fue tomada en cuenta por esa experiencia vivida y sus aportes en el periodismo moderno es Dina Fernández, quien ha sido directora de medios escritos, editora y columnista de opinión. Fernández, de profesión periodista y de nacionalidad guatemalteca es en

la actualidad la editora de otro de los medios digitales que, tras el desafío que significó Plaza Pública, ha conquistado la atención de miles de seguidores. Soy502 es un periódico digital que basa su nombre en el sentido de pertenencia utilizando el código de área que identifica al país a nivel mundial, como lo es el 502.

Plaza Pública, Soy502, República GT, Nómada y muchos otros medios específicamente digitales han dado pues ideas de independencia, es el caso del surgimiento de Nómada, otro periódico que surge a la luz de la separación de Martín Rodríguez del periódico Plaza Pública, patrocinado, guiado y dirigido por la universidad Rafael Landívar.

Nómada es otro medio digital que en la actualidad busca competir con esos grandes medios digitales no por el número de sus seguidores, sino, grandes por la credibilidad que han logrado tener ante los guatemaltecos. Lucía Canjura es quien aporta en nombre de Nómada y de Rodríguez toda su experiencia vivida tras la fundación de este periódico digital luego de la deserción de quien fundara Plaza Pública.

➤ Vaciado de la información de la entrevista.

Una vez realizada la entrevista a los profesionales antes mencionados, se procedió a realizar el análisis respectivo de sus respuestas y a establecer la estructura en la que se presentaría, ordenaría y redactaría, de tal cuenta que se respetará el formato de la entrevista estructurada como tal.

El vaciado de la información proporciona en cada una de las ocho preguntas que se les presentaron se encuentra en el marco Análisis de Resultados, mismo que, además, presenta una conclusión de las diferentes posturas al final de cada interrogante planteada, unificando criterios y estableciendo semejanzas y similitudes.

2.5. Los sujetos de la investigación

Entendemos por sujetos de la investigación no sólo a aquellos autores que fueron tomados en cuenta en el desarrollo del Marco Teórico, o de los profesionales que han dejado vestigios de investigaciones previas a la presente y que fueron tomados en cuenta en los antecedentes de la misma. También están quienes con su experiencia han aportado al enriquecimiento de la presente investigación. Así pues, se cuenta con el aporte de Lucía Canjura, quien es de nacionalidad guatemalteca, una mujer de 26 años.

Con estudios de Administración de Empresas, trabajó en una agencia digital, en una productora audiovisual y fue free-lance como editora de videos, actualmente es una de las connotadas periodistas, co-editora del diario digital nómada. Todo lo que realiza actualmente no fue aprendido en la universidad, sino gracias a su curiosidad y forma de ser. Se considera autodidacta y considera que el periodismo tiene dos escuelas, siendo para ella, la escuela práctica la más emblemática, pues en la que asegura, se ha formado. Para Lucía Canjura el mundo es algo que va evolucionando y como profesionales “no debemos quedarnos atrás” por ello siempre busca obtener conocimientos nuevos.

Por otra parte, el español Enrique Naveda, posee estudios de Periodismo, posee una Maestría en Estudios Estratégicos otorgada por la Universidad Rafael Landívar. Ha vivido en España, Dinamarca, Italia, Irlanda y Guatemala. Ha investigado para agencias noticiosas como Interpeace, Mirador Electoral y para el Informe “Estado de la Región” de Costa Rica. Escribió además para el diario elPeriódico de Guatemala durante cuatro años y después pasó un tiempo en la Embajada de España desempeñando puestos que tenían que ver con el periodismo específicamente.

Naveda es miembro fundador del primer periódico virtual conocido en Guatemala y que se denominó desde su inicio como Plaza Pública, fue su Editor General y actualmente es Director General del mismo.

Así también, se tomó en cuenta la experiencia de Dina Fernández, quien es de nacionalidad guatemalteca, posee estudios de Licenciatura en Antropología Cultural por la Universidad del Valle de Guatemala. Cuenta con una Maestría en Periodismo cursada en la Universidad de Columbia, Nueva York. En 2002 ganó la beca Nieman, otorgada a destacados periodistas latinoamericanos por la Fundación Knight en la Universidad de Harvard. Fernández es desde 1996 columnista de opinión en diferentes medios periodísticos de Guatemala y desde su fundación funge como Editora General del diario digital denominado Soy502.

Uno de los que ha aportado mucho al periodismo guatemalteco es sin lugar a dudas Juan Luis Font, guatemalteco de origen, reconocido comunicador social, posee estudios de Maestría en Periodismo obtenida en la Universidad Internacional de Florida, previo a este logro académico, se licenció en Ciencias Jurídicas y Sociales en la Universidad de San Carlos de Guatemala en el año 2009. Ha hecho periodismo desde 1988 y actualmente en el ámbito laboral se desempeña como:

Finalmente y no por dejarla al último es menos importantes, citamos a Nancy Arroyave, guatemalteca de origen, periodista y Licenciada en Ciencias de la Comunicación, ambas carreras cursadas en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, posee además un Diplomado en Docencia Universitaria otorgado por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, además de un Diplomado en Psicopedagogía otorgado por la Universidad Rafael Landívar.

El periodismo escrito, la docencia en la comunicación, la edición y publicación de documentos institucionales y la planificación y desarrollo de contenidos para

páginas web, son las áreas en que se ha desempeñado profesionalmente en las últimas dos décadas.

2.6. Las fuentes de información

Sampieri (1998:23) Refiere:

Las fuentes de información constituyen la revisión de la literatura, la que consiste en redactar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio, así como en extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación (disponible en distintos tipos de documentos).

Esta investigación es selectiva, puesto que –generalmente- cada año se publican en diversas partes del mundo cientos de artículos de revistas, libros y otras clases de materiales dentro de las diferentes áreas del conocimiento. Si al revisar la literatura nos encontramos con que, en el área de interés hay 10,000 referencias, es evidente que tendremos que seleccionar solamente las más importantes y recientes. A continuación analizamos cada una de las actividades que normalmente se realizan como parte de la revisión de la literatura:

Dankhe, citado por Sampieri (1998:23) distingue tres tipos básicos de fuentes de información para llevar a cabo a revisión de la literatura:

- A. Fuentes primarias (directas): Constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano. Un ejemplo de éstas son los libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos recentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales y videocintas.
- B. Fuentes secundarias: Consiste en compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias). Es decir, procesan información de primera mano.

2.6.1. Fuentes primarias.

La presente investigación es de tipo documental, por lo que, para enriquecer el marco teórico se consultó una serie de libros que fundamentan el desarrollo de temas como: el surgimiento de la imprenta, los primeros impresores en Guatemala, el surgimiento de la computadora, el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC- el surgimiento, desarrollo, evolución y transformación del periodismo a nivel mundial y la incursión de éste en las TIC.

Se realizaron además, entrevistas estructuradas a connotados periodistas, cuatro de ellos de nacionalidad guatemalteca, siendo ellos: Juan Luis Font que en la actualidad dirige el consorcio de medios Canal Antigua, Revista Contra Poder y Diario Digital, además de Font, también se entrevistó a la responsable de guiar la incursión al formato digital del periódico Prensa Libre, la periodista Nancy Arroyave.

Por otro lado se entrevistó a periodistas cuya experiencia en el medio digital es vasta por ser este espacio en el que se han desarrollado en gran parte de su vida profesional, entre ellos se cuenta a Dina Fernández, Editora del medio digital SOY502, además el español Enrique Naveda, quien dirige el medio electrónico pionero en esta forma de hacer periodismo denominado Plaza Pública. También se contó con la experiencia periodística virtual de Lucía Canjura, quien se ha desenvuelto en el periódico virtual denominado nómada.

2.6.2. Fuentes secundarias

La documentación bibliográfica fue enriquecida no sólo con la consulta de libros publicados con relación a los temas antes descritos, sino, además, se consultó vía electrónica varios documentos que dieron paso al enriquecimiento de otros temas, que van desde el periodismo, hasta portales que enriquecieron la investigación con la creación de un glosario de palabras poco común para el imaginario colectivo.

Se consultaron tesis de grado de muchos, ahora profesionales en las Ciencias de la Comunicación, con el objeto de enriquecer lo que compete a los antecedentes de la presente investigación. Las tesis de grado de profesionales que pertenecen en gran parte a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estas Tesis de grado forman parte y enriquecen los antecedentes de la investigación, mismos que encontraron cierto tropiezo en libros que tocaban el tema en que giró la misma, por estar basada en gran parte sobre el papel que han jugado las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TICs, en el formato periodístico.

Cobran especial relevancia dichas tesis en el entendido que las mismas se encuentran fundamentadas en teóricos sobre la materia en la que se dedican sus respectivas investigaciones, todas ellas forman desde ya un aporte significativo en materia de las TICs, su inicio, su desarrollo, su evolución y el aporte que han significado para actividades como la comunicación en general y el periodismo en particular.

2.7. Reflexiones Finales

El presente capítulo describe los pasos realizados para recabar la información de la presente investigación, esta información fue enriquecida con la consulta de libros de expertos en todos los temas que presenta nuestro marco teórico, con el fin de justificar y fundamentar las teorías previas para dar paso a la descripción de la evolución del periodismo, tanto a nivel mundial como a nivel de nuestro país.

La consulta bibliográfica fue complementada además con una entrevista estructurada a cinco periodistas formados en distintas universidades del país, quienes no sólo han sido testigos del cambio vertiginoso que para el periodismo ha significado el surgimiento de nuevas herramientas tecnológicas, sino que también han sido protagonistas en todos los casos, de éste cambio en los medios para los que se desarrollan laboralmente.

Uno de los consultados bajo ésta técnica fue entre otros guatemaltecos, fundador del diario elPeriódico, un impreso cuya circulación no ha superado los 50 mil ejemplares, pero que, por otro lado, ha logrado la penetración de su ideología y su formato periodístico en el imaginario colectivo urbano de la ciudad capital guatemalteca.

Lo anterior sirvió para este periodista, conocer a profundidad el formato periodístico tradicional, pues además de ser uno de los fundadores, se convirtió en su director por poco más de una década. Se trata del periodista Juan Luis Font. La salida de ese diario, significó para este periodista incursionar en nuevos medios, ahora tecnológicos, los cuales demandaban nuevos conocimientos y la disponibilidad de innovar el periodismo televisivo por medio de la utilización de estas nuevas herramientas.

Es así como este personaje incursiona en la televisión de paga, fundando el canal Antigua, junto a otros empresarios de la comunicación, propietarios además de un consorcio de radiodifusión en Guatemala. Además funda otro medio impreso de circulación mensual.

Este periodista es uno de los expertos que fundamenta las teorías de la investigación utilizadas en la presente investigación, puesto que narra sus experiencias vividas al ser testigo fiel del cambio que experimentó el periodismo y del cual le tocó ser en gran manera, quien tuvo que ponerlo a la vanguardia en los medios para los que se debe.

Otro de los enriquecedores aportes a la presente investigación lo constituye la entrevista realizada a Nancy Arroyave, quien ve cómo, de manera estrepitosa el periodismo experimentó drásticos cambios en menos de una década. A ella le correspondió su papel en el periodismo de manera histórica, por ser quien puso en marcha la incursión del periódico Prensa Libre en la era digital. Este periódico es el principal referente de estudio en la historia de este nuevo periodismo a la institución pionera del mismo.

Es periodista y licenciada en Ciencias de la Comunicación, egresada de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fue ella quien hizo dar los primeros pasos del periodismo impreso al periodismo digital. Narra sus experiencias, vicisitudes, fortalezas y debilidades que representó para el periodismo impreso sus inicios en la era digital. Ese aporte es el que hace a Arroyave un eslabón importante en esta cadena de pasos históricos en la evolución del periodismo actual.

Otros expertos consultados fueron Dina Fernández, quien dirige en la actualidad el periódico electrónico SOY502, Enrique Naveda, quien dirige en la actualidad el periódico Plaza Pública y Lucía Canjura, quien dirige y es parte del equipo de toma de decisiones del periódico nómada.

Los tres profesionales son expertos en el tema del periodismo virtual, particularmente porque fueron los periódicos electrónicos que fueron surgiendo luego de la incursión de Prensa Libre en la era digital.

PARTE II
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Capítulo 3

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

3.1. Antecedentes relacionados con la investigación

Desde la invención de la imprenta por Juan Gutenberg cerca del 1400 no se había experimentado una evolución profunda a nivel mundial del periodismo escrito, el cual si bien experimentó cambios desde esa época hasta nuestros días, estos se limitaron únicamente a la forma de presentar las noticias, implementando nuevos formatos, nuevas formas de diagramación, diferentes estructuras de las páginas principales y exclusividad de la presentación de aquellas notas informativas que a los intereses económicos de los medios de información respondieran concretamente. www.iesfranciscoasorey.com. Recuperado el 11/06/2016.

- Uno de los estudios que se abordaron en esta investigación es la tesis de grado que presentó Philip Román Rodríguez Fajardo titulada “El proceso básico de impresión off set”, en donde aborda el salto más significativo que observó la humanidad luego de inventada la imprenta por Gutenberg, como un proceso de socializar los hechos novedosos suscitados en las sociedades de entonces.

Con el surgimiento de la imprenta, también evolucionan las formas de presentar los hechos noticiosos en aquellas sociedades que presenciaron tal salto en las formas de presentar la información impresa. Al texto se le empiezan a añadir ilustraciones gráficas a manera de volver más asequible la lectura de los hechos noticiosos sucedidos en aquellas sociedades.

Lo anteriormente expuesto hace necesario incursionar también en este proceso evolutivo propuesto por las artes gráficas, en donde cobra especial relevancia el surgimiento de la comunicación gráfica, expuesta por Arthur T. Tumbull en su libro Comunicación Gráfica, quien en co-producción con Rusell N. Baird lanzan por medio de Editorial Trillas. (1995)

En este contexto es importante señalar que la incursión de los medios de comunicación escrita y su salto a la red, arrastra consigo también las técnicas del diseño fresco propuesto por Tumbull y Baird, en donde se explica el proceso de la diagramación de la noticia, dividida ésta en texto, color, imagen que también evolucionó con la implementación de la multimedia como proceso innovador de las nuevas comunicaciones modernas.

El proceso evolutivo tecnológico tampoco debe alejarse de la naturaleza propia de la comunicación, que más que una ciencia exige ser reconocida como un proceso de interacción humana. Primero se reconoce a la comunicación humana como innata en el ser humano, para luego ser reconocida como una ciencia social. A este respecto se refieren Carlos Fernando Collado y Gordon L. Dahnke en su libro “La Comunicación Humana, Ciencia Social”, (1,986).

Los autores amplían temas como el funcionamiento de la comunicación, cómo afecta la comunicación, la comunicación interpersonal y la persona, entre otros temas que en gran medida deberán ser tomados en cuenta en la conformación del presente trabajo de investigación.

- Periodismo, periódico y periódico digital, son tópicos que presentó César Augusto Monroy Hernández (2010) como un estudio investigativo para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación, se hace necesario tomar en cuenta este trabajo, pues luego de que la imprenta se inventara, se implementó el trabajo periodístico impreso y su siguiente salto lo constituye el periodismo virtual, que es prácticamente dejar de ver como el rey de la información al periodismo escrito, suplantado en gran medida por el periodismo que se transmite en la red y que incluye la interactividad.

- Como referente más inmediato con respecto de lo que a esta investigación compete se puede citar el trabajo del máster en Dirección de Medios Sergio Vinicio Morataya García (2012), titulado *Twitter News*, en donde narra la adopción que los medios de comunicación, particularmente los escritos, han hecho de esta red social, la cual es considerada como tal por el mismo autor. Morataya García hace de este libro un manual para el periodismo digital en medios guatemaltecos y asegura que la red Twitter hace que las noticias envejecan con una realidad asombrosa. En este trabajo, el autor analiza dos medios internacionales y dos nacionales y a partir de ahí hace una propuesta de periodismo digital para medios guatemaltecos. Esto da sin lugar a dudas, una especial importancia a tomar en cuenta dicho trabajo para respaldar la presente investigación.

En este mismo sentido, cobra relevante importancia citar la investigación realizada por Morataya García en el marco del asesinato del abogado Rodrigo Rosenberg y el impacto que el suceso tuvo en las redes sociales, al cual denominó “Rosenberg, medios y redes sociales”, en el que se permite ejemplificar el grado de importancia que tuvieron las redes sociales al lograr convocar a varios miles de guatemaltecos a manifestar en contra de las autoridades de ese entonces, supuestas responsables de aquel hecho.

- Otro de los trabajos a considerar es la tesis de grado realizada por Sandra Isabel Lemus Castro, titulada “La conversación electrónica CHAT, por la Internet y su uso por los estudiantes de las áreas técnicas y social de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. Este es posiblemente uno de los referentes más inmediatos que se tienen del inicio de la comunicación en la red, siendo la conversación chat el medio que dio partida a la creación de otro tipo de redes sociales, con la que evolucionó enormemente la red.

Uno de los grandes pasos al desarrollo y evolución que tuvo la red fue la creación de la conversación, “denominada en su momento como chat, término cuya traducción al inglés es Internet Relay Chat, que al español se reduce a charlar por Internet, servicio diseñado y programado por Jarkko Oikarinen de Finlandia”. (Lemus, 2005:23).

Los medios de comunicación arrastran consigo elementos de los cuales no pueden desprenderse por más evolución que haya, como los formatos modernos proporcionados por el diseño, la diagramación y ahora la multimedia.

A ello también se suma la ideología que pregonan sus propietarios y para entender esta última es también de relevante importancia citar el trabajo publicado por Josep María Casaus titulado “Ideología y análisis de medios de comunicación”, cuya propuesta es una exhaustiva herramienta de medición tanto gráfica, como de análisis de contenido de los diferentes medios de comunicación escrita, así como la ideología con la que fueron concebidos a manera de justificar sus publicaciones y las inclinaciones que de uno u otro sector hacen con ellas.

- El trabajo literario presentado por el periodista Marco Tulio Trejo Paiz, titulado “¿Libertad de expresión; censurada o autocensurada?, es también una de las formas de conocer la actividad periodística que se ha presentado en Guatemala en las últimas décadas y que será sin lugar a dudas un patrón similar que se presente en el nuevo formato periodístico exigido y proporcionado por éstos en la red de Internet.
- Para conocer la estructura periodística que presenta el periodismo escrito, se hace también necesario citar el trabajo presentado por Carlos González Alonzo (1990), denominado “Principios básicos de comunicación” publicado en 1990 por Editorial Trillas. En este trabajo se proporciona un acercamiento

del desarrollo de la humanidad desde el renacimiento hasta nuestros días y el desarrollo que los medios de información han ido experimentado desde que vieron la luz hasta la época actual.

En el periodismo muchas veces se generaliza y se estigmatiza a los medios de información sin apartar a los que de una u otra manera forman a sus lectores de forma responsable y los que lejos de formarlos los deforman con la alteración del lenguaje o con la intención deliberada de manipular a las masas.

En ese contexto también se hace necesario citar el trabajo publicado por Carlos Augusto Velásquez Rodríguez, titulado “20 lecciones de filosofía” (2009), en el que se permite profundizar en varios principios filosóficos, muchos de ellos adoptados como naturaleza de ser de muchos medios de información escrita.

- La intencionalidad mediática conlleva siempre un mensaje oculto, por esto también es preciso proponer como referente de la presente investigación el trabajo presentado por el profesor universitario Carlos Augusto Velásquez titulado “Comunicación, Semiología del Mensaje Oculto” (2008), en el que se profundiza sobre la intencionalidad que conllevan las publicaciones y que en nada cambiarán con el salto de las comunicaciones convencionales a las comunicaciones *On line* o en línea como se le conoce en la actualidad a la Internet.

Cuando los medios de información toman como propio el tema de la cosa pública y el tema de la violencia social, cobra relevante vigencia entonces citar también para efectos de la presente investigación el trabajo de Víctor Pérez-Díaz denominado “La esfera pública y la sociedad civil”, el que se permite hacer la distinción entre el discurso de los gobiernos presentados a

la sociedad civil y el actuar de estos mismos de forma totalitaria, utilizando para ello las diferentes formas de expansión de sus políticas administrativas.

- Otro de los arrastres que deberá permanecer en el salto de lo tradicional a lo convencional por parte de los medios informativos es la publicidad, dado que es de ella que se nutren para garantizar su subsistencia, en este contexto Antonio López Eire (1998) sitúa puntos específicos relacionados con la publicidad y las artes retóricas en su trabajo denominado “La retórica en la publicidad”.
- La comunicación en línea ha sido por mucho considerada como alternativa, dado que el individuo puede o no decidir si la consulta, la acepta, la responde o simplemente la ignora. Al respecto, surge el trabajo de tesis presentado por Jessica Dinorha Ocampo Corado, denominado “Telerevista la banqueta, una producción de comunicación alternativa juvenil”.

El trabajo presentado por Ocampo Corado cobra especial relevancia en tanto que un medio de comunicación como lo es el periodismo en línea, es también considerado como tipo de revista, en el sentido que puede ser consultado en algunos casos con tan sólo teclear la dirección cibernética del periódico a consultar.

Uno de los elementos de los que el periodismo moderno no podrá desprenderse, como bien se ha dicho en su momento es sin lugar a dudas el aporte de los recursos visuales, lo que claramente plantea en su trabajo de tesis Jennifer Evelin Sagastume Castellanos, titulado “Los recursos visuales en el suplemento didáctico forma libros del diario Prensa Libre”.

- Sin faltar a esta consulta bibliográfica propuesta para el presente proyecto de investigación, se tomará en cuenta también el trabajo de tesis presentado por Luis Rolando Barrios Granados, el cual se permitió titular previo a obtener, al

igual que los anteriores trabajos de tesis el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Carlos de Guatemala, “Preferencia de los jóvenes con respecto a la lectura de los diarios de la ciudad capital de Guatemala”.

El anterior trabajo cobra su importancia en tanto que el público objetivo en muchos de los casos por parte de los medios escritos y ahora medios *On line* sin lugar a dudas es la juventud, por la facilidad que ésta presenta frente al desafío que representa la tecnología.

Los medios de comunicación *On line* centrarán sus fuerzas en este público objetivo, direccionando sus formatos a la satisfacción de las demandas de sus más que lectores, consultores, lo que significa la satisfacción entre otras cosas del ocio, la facilitación de la consulta, el acomodamiento de la no lectura por medio de proporcionarles recursos audiovisuales, fomentando por mucho la no cultura de lectura que en la actualidad ya es un referente específico de gran parte de la sociedad guatemalteca.

- Otro de los aportes al desarrollo y el estado que en ese momento presentaba el periodismo digital en Guatemala lo hace el tesinando Jorge Mario Barrios Ochoa (2004), quien desde una perspectiva narrativa presenta los aportes de la tecnología al periodismo en Guatemala, en donde ya empezaban a incursionar medios de comunicación escrito en la red con su propio dominio, como prensalibre.com, lahora.com, siglo.xxi.com, elperiódico.com y el diario oficial del gobierno, diariodecentroamerica.gob.gt

El trabajo de Barrios Ochoa (2004) deja por sentado desde aquel entonces que el periódico escrito que incursiona como pionero en la red, pero que, además se preocupaba por mantener actualizados a sus lectores es el diario Prensa Libre. El tema de su investigación, que denominó “Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala” planteó como

objetivo general describir no sólo la incursión del periodismo escrito a la red, sino, establecer la situación actual de lo que empezaba a conocerse como periodismo digital.

El trabajo de investigación permitió describir la versión digital de los periódicos con mayor circulación en la ciudad de Guatemala, enumerar las ventajas y desventajas del periodismo digital para ese entonces y además, presenta una serie de entrevistas a las personas que planificaban e implementaban el periodismo digital para ese entonces.

Entre las conclusiones plantea que el periódico con más tiempo de estar en la web y por ello se le considera pionero en cuanto a ese trascendental paso en la historia del periodismo en Guatemala fue Prensa Libre que empezó a tratar el periodismo digital desde el año 1999, y que la experta en el tema, la periodista Nancy Arroyave lo termina por afirmar en la entrevista que se le realizara para entender mejor el presente estudio.

Para entonces, una de las desventajas de aquel periodismo era que la mayor parte de la población no tenía acceso al Internet, en ese momento demasiado oneroso, poco confiable y algo extraño aún para las sociedades en desarrollo como la guatemalteca.

Menciona este trabajo también que el primer paso que da el periodismo tradicional ante el Internet es la publicación de su versión impresa de manera íntegra, para el caso de Prensa Libre esta se realizaba en formato PDF, que no permitía manipulación alguna por parte del receptor, empero, permitía tener en la pantalla una copia fiel del periódico físico que para ese momento circulaba en las calles por medio de voceadores o suscripciones tradicionales.

Entre las ventajas que este nuevo periodismo ofrecía al mundo entero era que por medio de un clic guatemaltecos radicados en diferentes partes del mundo podían ingresar a las páginas de este diario y, en tiempo real, enterarse de lo que acontecía como si estuvieran en la sala de su hogar en cualquier parte del territorio nacional.

- Uno de los trabajos que no se debe obviar en los antecedentes de esta tesis doctoral es el que presentó para obtener su grado de licenciatura el entonces estudiante Josué Geovanni Contreras Corzantes (2015) en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, puesto que ratifica la evolución que el periodismo ha tenido luego de surgida la denominada sociedad de la información, y que viene a tomarse como seguimiento al trabajo que poco más de una década antes presentara el también estudiante Jorge Mario Barrios Ochoa en el año 2004.

El trabajo que Contreras Corzantes decidió titular lleva por nombre “El periodista como usuario de la red Internet” y presentó como objetivos de su investigación las herramientas que el periodista trabajador de un medio de comunicación escrito tiene en Internet, estudiando y analizando cada una de éstas en un nivel general y con casos concretos en su aplicación.

Expone, detalla y describe las herramientas que posee Internet, útiles para que el periodista ejerza el periodismo, la utilización del Internet que hace uso el periodista y el papel de éste como usuario de Internet.

Con este trabajo queda evidenciado que la incursión, aunque, primeramente la tuvieron los medios como empresas periodísticas con el afán de no perder un mercado comercial, paulatinamente lo fue haciendo el periodista planteando la necesidad de actualizarse permanentemente, manejar las herramientas y buscar la inmediatez de su trabajo, ventaja que impuso la tecnología ante el periodismo tradicional escrito.

Concluye Contreras Corzantes entre otras cosas en que cerca de 3 de cada cinco noticias (refiriéndose a las notas informativas) se encuentran o pueden hallarse por la vía digital, además de que, el periodista se encuentra más conectado con sus propias fuentes, pues las convocatorias de prensa que, antes llevaban más de un día para recibirse de forma física, hoy se hace en instantes.

Los avances tecnológicos obligaron a los medios de comunicación escrita a incursionar en tecnologías como los denominados Códigos QR cuyo significado en el idioma inglés es Quick Response Barcode QR y que, traducido al idioma español significa Código de Barra de Respuesta Rápida y que, siguiendo en su papel de pionero en la incursión en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación fue el diario Prensa Libre el primero en utilizarlos como herramienta de información.

- Este es el trabajo de tesis que presentó Nancy Brigitte Méndez Barrios (2004), previo a optar al título que hoy día la ha acreditado como licenciada en Ciencias de la Comunicación. En ella la sustentante se plantea como objetivos la descripción de los códigos QR, tanto sus tipos como sus aplicaciones.

Por otro lado, especifica en qué fase del proceso noticioso se realiza la inserción de los códigos en mención, explica la aplicación específica que el diario Prensa Libre hace de los códigos QR y se permite además examinar la versión impresa del diario en mención para establecer en que secciones se incluyen los códigos QR y qué cantidad de estos se utilizan al día aproximadamente.

Como conclusiones de su trabajo Méndez plantea que los códigos QR son la nueva generación que superó a sus antecesores, los denominados códigos

de barras, con la finalidad de ser más rápidos en respuesta y almacenar mayor información a la suministrada por escrito o de forma física.

Un código QR es una herramienta que hace que el proceso de información se dé entre una fuente y un receptor, utilizando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, es por ello que el diario Prensa Libre integra a sus ediciones los códigos QR para tener enlaces directos a su página *web* y a materiales noticiosos extras a los incluidos en su edición impresa.

Para darle vida a los códigos QR se necesita de la participación de los teléfonos inteligentes, o Smartphone, estos se convierten en acceso a Internet móvil, lo que hace que la utilización de códigos QR tengan diversas e ilimitadas aplicaciones y proporcionen al usuario mayor información al utilizar la cámara de los teléfonos como *scanner* para poder conectarse de superficies reales a virtuales en forma instantánea.

Estos códigos, concluye la ponente del trabajo investigativo, enriquecen la información que los lectores obtienen en la edición impresa, logrando enlaces a la página del diario Prensa Libre, con el fin de ampliar una noticia o un reportaje, que no es más que, una noticia o nota informativa ampliada.

- El estudio hemerográfico del periodismo ciudadano en la ciudad de Guatemala es otro de los importantes temas que no deben dejarse de lado para enriquecer los antecedentes a la investigación que aquí se presenta. Este estudio corresponde a Nancy Marisol Vásquez Orozco (2009) previo a optar al título de licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En su investigación, Vásquez Orozco plantea por primera vez el tema que en su momento era ignorado por los profesionales del periodismo, pero que para muy pocos años después, el surgimiento particularmente de las redes

sociales cambiaría la percepción; el periodismo ciudadano como una nueva corriente de pensamiento dentro de esta actividad informativa cobra en esta investigación sus principales fundamentos de surgimiento.

Destaca la investigadora que:

Este es un término polémico; para algunos periodistas no existe nada que se pueda llamar periodismo ciudadano, ya que el periodismo es una disciplina profesional que no se puede democratizar para la ciudadanía: la información no es democracia, sino, poder. Para otros, supone una realidad el salto de los ciudadanos al mundo de la información y además, es eficaz. Pero no existe consenso sobre si ésta supuesta rama del periodismo es real o ficticia; aunque, sea o no periodismo, la actividad ciudadana a la hora de comentar su particular visión de los hechos en medios públicos de Internet es cada vez mayor, por ello, los partidarios del periodismo ciudadano celebran el hecho de que aquellos aficionados independientes de intereses económicos o políticos expongan sus experiencias y opiniones. (2009:13)

Fundamenta además por qué debe considerarse esta nueva corriente, pues quien practica el periodismo ciudadano ubica temas, los describe, los desarrolla y los publica en los canales gratuitos denominados redes sociales. La idea no es sólo ampliar la participación sino, permitir al lector asumir una posición activa y no pasiva de recibir información. (Vásquez, 2009:13).

Algunos asocian este periodismo ciudadano al filósofo John Dewey, nacido el 20 de octubre de 1859 y fallecido en 1952. Su propuesta se fundamentó en que en la medida en que los ciudadanos accedieran a los medios masivos de comunicación, en esa misma dimensión se fortalecería la democracia participativa. (Vásquez, 2009:14).

La ponente de esta investigación se trazó como objetivos: estudiar la forma en que presentan los diarios guatemaltecos el periodismo ciudadano de acuerdo a la determinación de la fuente, además de, conocer la opinión de periodistas y ciudadanos al respecto de esta nueva corriente en el periodismo. Para realizar su estudio tomó como población a los periódicos de circulación en la ciudad de Guatemala como Prensa Libre, el Periódico y Siglo Veintiuno.

Concluye su estudio con la medición por medio de la encuesta y de la entrevista en que, los periódicos impresos otorgan un espacio del 6 por ciento a la opinión o a los reportes periodísticos de los ciudadanos, frente a un 94 por ciento de cobertura propia de los reporteros de cada medio, con lo que refleja el hecho mismo de que el periodismo ciudadano cobra beligerancia no por interés y conveniencia de las empresas periodísticas tradicionales, sino por la facilidad que ofrecen como canales de expresión las redes sociales y el Internet.

- Glendi Karina Aceituno Castro (2011), previo a obtener su grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación fue un poco más lejos a los trabajos anteriores, al plantearse como problema a investigar qué realmente es Internet en el proceso de la comunicación, un canal, un medio o una herramienta comunicacional.

Para llegar a establecer la realidad de tal premisa se permitió además realizar la investigación bajo la metodología inductiva a través de un estudio descriptivo cuantitativo, apoyándose además en la investigación documental bibliográfica y una encuesta realizada a varios docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Con base en los resultados de su estudio de campo realizado, Aceituno Castro llega a la conclusión de que un alto porcentaje de los encuestados considera a Internet como una herramienta de información y comunicación, a tal punto que la utilizan en ese mismo sentido como apoyo docente, le sigue un porcentaje un poco menor que considera a este, un nuevo medio de comunicación, en donde interactúan de forma instantánea con los alumnos por medio de las redes sociales, las cuales se alimentan del Internet.

Un porcentaje menor considera al Internet como un canal y en menos proporción, hay quienes la consideran como una herramienta integral en la que se aglutinan un canal, un medio de comunicación y una herramienta de comunicación e información al mismo tiempo.

- Ana Lucía Ola (2012) propuso una investigación que iba en la línea de describir el papel que juega la red social Twitter como una herramienta para la realización del trabajo periodístico y al cual tituló específicamente como “Twitter como fuente de información para periodistas”.

Concluye su trabajo en que esta red social se ha constituido en una herramienta básica para el trabajo de los periodistas en la actualidad, pues les permite obtener información de manera inmediata, de primera mano y sin necesidad incluso de presenciar el hecho que generó la noticia. Dice además que, mediante este “medio” virtual se obtienen declaraciones de personajes involucrados que muchas veces están distantes.

Sostiene además que Twitter es una herramienta valiosa como fuente de información que por la bastedad de datos que maneja bien puede proporcionar elementos que conlleven a conseguir una noticia en forma de primicia.

Sin embargo, argumenta por otro lado que, al momento de utilizar esta red social como una herramienta o fuente de información, se debe tener cautela por parte del periodista pues, asegura que no toda la información que por allí fluye es verdad en su mayoría de veces. El profesional se obligará siempre a someter cada dato obtenido por esta red a un proceso de verificación.

- El trabajo investigativo de Josué Geovanni Hernández Alonzo (2015), presenta la incursión de nuevos aparatos telefónicos que, entre otras cosas, permitía o facilitaba la escritura por medio de un teclado especial para fortalecer lo que los estudiosos han dado en llamar la generación del pulgar.

El problema que se planteó esta investigación permitió conocer cuáles son las cualidades del teléfono Black Berry que lo posicionan como una herramienta para la comunicación contemporánea. En la misma se da a conocer cómo este aparato telefónico en particular permitió la incursión de la tecnología de mensajería instantánea conocida como chat y que Black Berry bautizara para su sistema propio como BBM.

Además, detalla cómo la compañía lanza un aparato al mercado en el cual se incluye por primera vez un teclado físico en el que se permitía tener la forma del teclado de las históricas máquinas de escribir, reducidas al dedo pulgar de cada mano.

Como resultados y conclusiones de su investigación, Hernández Alonzo determina que Black Berry fue el teléfono que revolucionó la comunicación por mensajería, que incluyó un teclado que serviría para personas con capacidades distintas, imitó el teclado histórico de las tradicionales máquinas de escribir y fomentó la comunicación con el fortalecimiento de la generación de los pulgares, que ahora ha sido evolucionada al teclado conocido tecnológicamente como *touch*.

- El trabajo investigativo que presentó Yaquelin Iveth Saenz Peña (2011), y que tituló “El periodista digital en los diarios Prensa Libre, El Periódico, Siglo XXI y Diario La Hora: Perfiles y retos” (2011) Plantea el problema sobre que, de acuerdo a los empleadores y editores Web, los conocimientos, habilidades

y, responsabilidades, debe tener el periodista digital, así como, qué retos debe enfrentar.

Como resultados de su investigación, Saenz Peña determinó que las funciones básicas de un periodista tradicional son: redactar, presentar, informar, describir y orientar al público en relación con las noticias y el acontecer diario del país, redactando la página web con la información ya antes presentada en el medio impreso ya sea copiando lo que se presenta, literalmente en ese medio o bien realizando un resumen de la misma noticia o bien subiendo a la red noticias que no se publican en el medio impreso y estar en constante actualización de dicha página web.

- El trabajo presentado por Susan Melitza Batres Pinto (2013) revela una nueva forma de evolución en el lenguaje comunicacional por medio de las redes sociales y la cual tituló “Los emoticonos como una nueva forma de comunicación; su evolución, clasificación y principales medios de uso”.

Con este trabajo se da paso a otra forma de comunicación que proporcionan las redes sociales, en las que se sustituye el texto o escritura para simbolizar estados de ánimo por medio de caras o formas que el receptor interpreta según se da el contexto de la comunicación.

Como resultados y conclusiones de su investigación, Batres establece que existen varios tipos de emoticonos y en el proceso de investigación se encontraron varios grupos, por lo que procedió a determinar su clasificación según su contenido, así como su función pragmática, también realiza una clasificación general y una según sus diferentes aplicaciones.

- Por último, Juan Luis García Hernández (2013) presenta el estudio titulado “Periodismo Digital en Guatemala: medios convencionales y no convencionales en Internet” se traza como problema a investigar: cuál es el

estado actual de los medios periodísticos convencionales y no convencionales en la Internet.

Concluye que los medios tanto convencionales como no convencionales, utilizan sus páginas *web* de acuerdo a sus posibilidades económicas, hace una clara diferencia entre los unos y los otros y concluye que los medios convencionales son dependientes de la publicidad y explotan los recursos digitales para comercializar productos y/o servicios de empresas privadas. Los medios no convencionales en cambio, se valen de los recursos digitales para publicar temas informativos en línea con su sector de financiamiento.

3.2. Reflexiones Finales

Como referente más próximo a la investigación aquí realizada, se optó por citar las tesis de grado de varios profesionales en Ciencias de la Comunicación egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Todas las investigaciones realizadas por los ahora profesionales giran en torno al surgimiento de las redes sociales y su aplicación o utilización por el periodismo, las mismas buscan en su mayoría determinar la funcionalidad de estas tecnologías modernas de información y de comunicación en la actividad periodística y el beneficio que de ellas adquieren hoy día los ciudadanos, particularmente el segmento de la sociedad más joven y que en su mayoría pertenecen a los cascos urbanos del país.

En los antecedentes también se citan trabajos de investigación y aportes de expertos en el tema de las redes sociales, tal el caso del maestro Sergio Morataya, quien determina la naturaleza de la red social Twitter, hasta entonces poco conocida y menos, considerada una red social, siendo esta la que hoy día más y mejor se presta para ejercer el periodismo y canalizar la opinión de los internautas y fomentar además el periodismo ciudadano.

En las investigaciones sobresale el aporte de Ana Lucía Ola, quien sostiene además que Twitter es una herramienta valiosa como fuente de información que por la bastedad de información que maneja bien puede proporcionar datos que conlleven a conseguir una noticia en forma de primicia.

Sin embargo, argumenta por otro lado que, al momento de utilizar esta red social como una herramienta o fuente de información, se debe tener cautela por parte del periodista pues, asegura, que no toda la información que por allí fluye es verdad en su mayoría de veces. El profesional se obligará siempre a someter cada dato obtenido por esta red a un proceso de verificación dato por dato.

Otro de los aportes enriquecedores para estos antecedentes al tema investigado es el que trabajó el licenciado Josué Geovanni Hernández Alonzo, quien detalla cómo la compañía lanza un aparato al mercado en el cual se incluye por primera vez un teclado físico en el que se permitía tener la forma del teclado de las históricas máquinas de escribir, reducidas al dedo pulgar de cada mano, con esto prácticamente se propicia el surgimiento de lo que hoy se ha dado en conocer como “la generación de los pulgares”.

Por lo anterior, Hernández Alonzo determina que Black Berry fue el teléfono que revolucionó la comunicación por mensajería, que incluyó un teclado que serviría para personas con capacidades distintas, imitó el teclado histórico de las tradicionales máquinas de escribir y fomentó la comunicación con el fortalecimiento de la generación de los pulgares, que ahora ha sido evolucionada al teclado conocido tecnológicamente como *touch*.

Narcy Marisol Vásquez Orozco, fue más allá, al realizar un análisis comparativo en los medios escritos para determinar qué medio y en qué porcentaje fomenta el periodismo ciudadano. Para ello tomó como base de su estudio a los entonces tres principales periódicos impresos de circulación nacional, como Prensa Libre, el Periódico y Siglo Veintiuno.

Este trabajo enriquece los antecedentes, por existir la sola idea de que una nueva corriente en el periodismo que pudiera surgir es posible, en ese entonces poco aceptada la idea por quienes ejercían el periodismo desde un ámbito profesional. Hoy día algunos profesionales aún se reúsan aceptarlo, mientras que otros comienzan por comprender que esta corriente es una de los aportes que al periodismo hacen las TIC.

PARTE III
MARCO TEÓRICO

Capítulo 4

Teorías que explican el estudio

La evolución del periodismo, desde la imprenta hasta las hoy, nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación

4.1. La imprenta como primera revolución en el periodismo

El desarrollo de la imprenta con base en el tipo metálico movable se acredita a Juan Gutenberg, de Mainz, Alemania. La impresión basada en bloques de madera había existido muchos años antes de Gutenberg. En este último proceso, las áreas no imprimibles se grababan sobre un pedazo de madera para dejar que las palabras o ilustraciones puestas en relieve se unieran e imprimieran sobre el papel. Era un proceso lento y tedioso.

Alrededor del año 1440, Johannes (Juan) Gutenberg, un herrero alemán, inventó la imprenta de tipos móviles (de metal) en Europa. En realidad, no fue el inventor de la imprenta, sino el que la perfeccionó. Para ello, sustituyó la madera en la que se grababan las letras por metal. (SIC). www.iesfranciscosorey.com.>enlaces. Recuperado 11/06/2014.

Gutenberg es el referente más cercano en el inicio de lo que se considera el periodismo escrito, es por ello impensable no tocar en esta investigación el inicio de la impresión física o gráfica y por ende no se puede obviar el aporte de este personaje en las artes gráficas, particularmente en la escritura, pues posteriormente se fueron dando elementos que moldearon la actividad periodística, cuyo contenido existe en el ser humano desde sus inicios. Hablo aquí del formato periodístico y de los géneros periodísticos surgidos muchos años después y de los que también se abordará más adelante.

Gutenbeg descubrió lo que en su tiempo eran soluciones satisfactorias para cada uno de los principales problemas de la impresión, entre ellos, un sistema de tipos movibles que permitía que los caracteres fueran dispuestos en un orden cualquiera

y que después se volvieran a usar de ser necesario, además, un método para producir estos tipos en forma fácil y exacta, también un método que mantuviera los tipos en su lugar al imprimir, de igual forma proporcionó un sistema para efectuar la impresión de los tipos sobre papel y por último, una tinta que hiciera legible la impresión de los tipos sobre papel. (Turnbull y Baird, 1990:26).

Gutenberg empleó moldes de bronce para producir sus piezas de tipos y con su uso nació la imprenta moderna. Quienes siguieron a Gutenberg sólo tuvieron que emplear su talento para idear estilos o diseños de letras, prensas más rápidas, métodos de composición más veloces y otros procesos de impresión para satisfacer las necesidades y gustos de la vida contemporánea. El proceso descubierto por Gutenberg, la impresión a partir de una superficie en relieve, se conoce ahora como tipografía.

La imprenta se extendió rápidamente por toda Europa desde Mainz, y los artesanos de diversos países contribuyeron con valiosas mejoras en la tipografía a medida que fueron creando diseños que reflejaban sus raíces. Muchos de éstos aún se utilizan. No obstante, el arte de la imprenta permaneció sin muchos cambios hasta 1,880. (Turnbull y Baird 1990:27)

Si un invento como el de la imprenta apareció en esta época y no en otra anterior no se debió en absoluto a una casualidad, sino a una serie de circunstancias que favorecieron e hicieron posible su descubrimiento. Estas circunstancias fueron:

a) Aumento de la demanda del libro gracias a una mayor alfabetización de la población, al papel de las universidades y centros de estudios, a las inquietudes religiosas de la época y a la curiosidad e interés por la investigación del hombre renacentista.

b) Incremento del poder adquisitivo de los europeos, que se beneficiaban de las nuevas rutas comerciales abiertas y en plena expansión. La imprenta también se

beneficiaría de las rutas comerciales europeas para su difusión por todo el continente.

c) Avances en los conocimientos sobre metales y sus aleaciones, que permitieron encontrar las fórmulas adecuadas para la fabricación de punzones y matrices, así como las tintas capaces de imprimir sin engrasar el papel o traspasarlo.

d) Aparición de la industria del papel, que comienza a vencer al pergamino desde 1350. El pergamino era muy grueso para poder ser utilizado con facilidad por las prensas y no era lo suficientemente plano para que la impresión se hiciera bien. Por otra parte, al multiplicarse vertiginosamente el número de libros se habría llegado en poco tiempo a la extinción de las especies que abastecían el mercado de pergaminos.

e) Cambio del concepto de ciencia en la mentalidad del hombre, en el que se hace más amplio y experimental y en los métodos de trabajo que ahora permiten el ensayo y la experimentación en busca de nuevas metas.

4.1.1. El papel como segundo paso a la revolución de la imprenta y el periodismo

La reseña histórica del papel se puede iniciar desde que fue inventado en China cerca de 3.000 años después de que los antiguos egipcios utilizaran el papiro para escribir. Su primera aparición informal ante el mundo fue gracias a Cai Lun, un oficial gubernamental de la Dinastía Han Occidental, elaboró papel mezclando la corteza de una morera y fibras de bambú con agua, escurriendo y secando la mezcla en un marco chato de bambú. Otros materiales usados en la elaboración del papel en ese entonces también incluían la corteza de árbol, el cáñamo, el lino y hasta las redes de pesca.

Durante las Dinastías Tang y Song, los papeles fueron desarrollados para distintos propósitos, según su cultura en donde se veían incluidos el papel de cáñamo, el papel de piel, el papel de bambú, y el papel de xuan, elaborado con base a un tipo de pino, utilizado específicamente para caligrafía.

Luego con la xilografía que fue usada en China en el Siglo VII, y el texto impreso conocido más antiguo corresponde a unas escrituras budistas, que fueron impresas en el año 868 dc. Imprimir libros insumía mucho tiempo, ya que el método de entalladura utilizado, requería grabar un bloque nuevo para cada página.

Los avances en la elaboración del papel fueron complementados por el desarrollo de la imprenta, es aquí donde su significación es fundamental para la imprenta.

El descubrimiento de la imprenta vino precedido por una serie de avances tecnológicos siendo el más importante el del papel. La rápida adopción de la tecnología del papel y la imprenta en China, precipitó la difusión del conocimiento entre la elite literaria y la aristocracia. A Europa el invento llegó a principios del Renacimiento.

Una breve secuencia del cómo acrecentó la imprenta en tales años fue que la gran mayoría de la sociedad era analfabeta por lo que no tuvo una utilidad demasiado práctica para la sociedad, así que los únicos en poder utilizar el papel fueron los monjes, que dedicaban prácticamente toda la vida a la copia de libros. Este método era demasiado lento y trabajoso, por lo que la necesidad impulsó la aparición de la imprenta a finales de la Edad Media.

El invento se le atribuye a Johannes Gutenberg, quien por la necesidad de acelerar sus trabajos de impresión, acabó desarrollando un sistema de tipos móviles, con el que era capaz de hacer impresiones mucho más rápidas y mucho menos costosas. Este hecho revolucionó la sociedad de la época, en la que el acceso a los

manuscritos y libros dejó de ser algo inverosímil, para tener un alcance total en la población.

En la actualidad el papel significa la materia prima en la cual los receptores se guiarán y concentrarán sus sentidos para la lectura de escritos, es por eso que el relatar la importancia del papel como su selección realza la necesidad de hacer una planeación previa integral, la cual veremos a continuación.

Varios factores de importancia deben considerarse al seleccionar el papel. Algunos de estos factores son de interés inmediato para el usuario, otros son de interés principalmente para el impresor. El papel comparte la total responsabilidad con la tipografía y las ilustraciones de la personalidad que adquiera cualquier impreso. Desde el punto de vista del usuario, éste puede ser el aspecto más importante que desempeña el papel. Sin embargo, aunque el color, el peso y la suavidad deben juzgarse de acuerdo con sus contribuciones estéticas, éstas y otras características del papel deben ser analizadas también de otras formas. (Turnbull y Baird, 1995: 367).

El usuario de impresos forma una parte muy importante en su elaboración, ya que sus preocupaciones ante las características del papel serán:

- El efecto estético o psicológico de su apariencia y “tacto”
- Su permanencia
- Su durabilidad
- Su costo y peso

Los impresores deben compartir la preocupación de sus clientes, por ende, llevan la carga de la mecánica de la producción, las características desde un ángulo ligeramente diferente en relación con muchas otras prioridades técnicas, la opacidad del papel, que el sistema tipográfico combine con un papel determinado,

las propiedades químicas y físicas del papel como la acidez o la porosidad y la fuerza de adhesión de la superficie.

Como conclusión el impresor, además de las prioridades relativas al uso final del papel que pueden ser aparentes para el cliente, también debe considerar:

- La opacidad
- El tamaño de la hoja
- Las propiedades especiales para determinados procesos de impresión
- La capacidad para reproducir ilustraciones
- Las propiedades químicas y físicas que afectan el trabajo de prensa el doblado y el encuadernado. (Turnbull y Baird, 1995:369).

Regularmente, cuando se habla de periódicos como vehículos de comunicación al ser estos verdaderos formadores de opinión, es necesario hacer referencia a los inicios de los mismos, cuando su desarrollo lo alcanzan gracias al invento de la Imprenta por Gutenberg. Es importante traer a colación otros avances que para la comunicación gráfica ya se habían dado desde por lo menos un siglo antes. Se considera a Tsai Lun (China año 100 d C.) como el primer fabricante de papel. (Alonso, 1990:36).

Usó para ello una mezcla de fibras vegetales y trapo de hilo de cáñamo. En el siglo II d.C. los chinos habían desarrollado e implantado con carácter general el arte de imprimir textos. A esto, la impresión de dibujos e imágenes sobre tejidos, sacaba al menos un siglo de ventaja en China a la impresión de palabras.

Dos factores importantes que influyen como antecedente favorable en el desarrollo de la imprenta en China, fueron la invención del papel en el año 105 d.C. y la difusión de la religión budista en China. Los materiales de escritura comunes del

antiguo mundo occidental, el papiro y el pergamino no resultaban apropiados para imprimir.

El primero era demasiado frágil como superficie de impresión y el segundo, un tejido fino extraído de la piel de animales recién degollados, resultaba un material elevado en costo. El papel por el contrario es bastante resistente y económico. La práctica budista de confeccionar copias de las oraciones y los textos sagrados favorecieron los métodos mecánicos de reproducción.

Rodríguez asegura que el surgimiento del papel sí se dio en China, pero en el año 105, mientras que Alonso asegura que fue en el año 100, ambos después de Cristo y en China, aun no hay un acuerdo sobre la fecha real, pero sí de la época y del lugar preciso.

Los primeros ejemplos conocidos de impresión china producidos antes del 200 a.C. se obtuvieron a base de letras e imágenes talladas en relieve en bloques de madera. En 972 se imprimieron de esta forma los Tripitaka, conocidos de esa manera los escritos sagrados budistas que constan de más de 130,000 páginas.

Fue más adelante que un inventor chino de esta misma época pasó de los bloques de madera al concepto de la impresión mediante tipos móviles, es decir, caracteres sueltos dispuestos en fila, igual que en las técnicas actuales. Sin embargo, dado que el idioma chino surge entre 2,000 y 40,000 caracteres diferentes, los antiguos chinos no consideraron útil dicha técnica, y abandonaron el interés por el nuevo invento, China sin lugar a dudas es en gran parte de la comunicación ese gran aportador a nuevos elementos que enriquecen desde entonces el periodismo y la actividad periodística, pues es ahí donde también se inventa el papel, como gran proveedor del cambio revolucionario del periodismo. (Rodríguez, 2005:8).

4.1.2. Reconsideración de la revolución de la imprenta

Importante es que en el periodismo se han dado varias revoluciones y todas han tenido que ver con la imprenta de Gutenberg. En el siglo XV se produce la primera revolución informativa que ha tenido lugar en Occidente, marca un cambio, en esos días, radical para el periodismo, como toda revolución, supone una culminación de la evolución anterior y en parte una ruptura con ella. La revolución informativa supone la evolución de los elementos definitorios de la información de la Baja Edad Media y los recoge un poco todos, pues marca el contante proceso evolutivo que la misma ha presentado desde entonces. (Fernández.1990:7)

El libro de Einstein es una síntesis valiosa. No obstante, en los veinte años que han transcurrido desde su publicación, las afinaciones de su autora a favor de los cambios revolucionarios producidos por la invención de la imprenta han quedado un tanto exageradas. En primer lugar, los cambios que ella esboza tuvieron lugar en un periodo de por lo menos tres siglos, desde la Biblia de Gutenberg a la Enciclopedia de Diderot (que se analizará más adelante). La adaptación al nuevo medio fue gradual, por tanto, ya sea en cuanto a los estilos de presentación, en cuanto a los hábitos de lectura.

Un segundo problema es el del agente. Hablar de la imprenta como agente de cambio es sin duda cargar demasiado énfasis en el medio de comunicación a expensas de los autores, los impresores y los lectores que utilizaron la nueva tecnología con diferentes finalidades. Más realista sería ver en la imprenta, como en los nuevos medios de siglos posteriores (la televisión, por ejemplo), más un catalizador que contribuye a los cambios sociales que el origen de éstos.

En tercer lugar, Eisenstein aborda la imprenta con un enfoque relativamente aislado. Sin embargo, para evaluar las consecuencias sociales y culturales de la invención de la imprenta es preciso entender los medios como una totalidad, aprehender como

independientes los distintos medios de comunicación, tratarlos como un conjunto, un repertorio, un sistema, lo que los franceses llaman régimen, ya sea autoritario, democrático, burocrático o capitalista.

El sistema, es preciso subrayar, se hallaba en constante cambio, aun cuando algunos de esos cambios sólo resulten visibles en la perspectiva a largo plazo. La revolución de la imprenta, no hay una única fecha de arranque, no se produce una ruptura neta con lo que le había precedido. (Briggs y Burke. 2002:44)

4.2. La impresión europea

En Europa también se realiza la impresión xilográfica, aunque no hay base para creer que hay relación con China. La plancha europea más antigua fue hecha para telas sin relación con el libro. En los siglos XIV y XV ya se usan para imágenes de santos, naipes y calendarios, con frecuencia con un texto bajo la imagen. Se conocen unas 3.000 hojas sueltas de esta época, el paso previo de las hojas al libro. (Alonso, 1990:36)

Hacia 1430 se producen los primeros libros xilográficos en Holanda y en Alemania. Algunos se producen presionando el papel contra la placa xilográfica por medio de una dura almohadilla de cuero relleno de crin. Aunque de ordinario ya se emplea la prensa manual. Se han conservado muy poco libros xilográficos unos 33 diferentes escritos en unas 100 ediciones, aunque estos libros tuvieron una difusión muy notable entre el pueblo porque se trataban de novela popular, la mayoría de ellos en latín utilizados por el Clero para enseñanza y edificación de las gentes. De los libros del clero los más destacados fueron:

- Biblia Pauperum
- Speculum Humana Salvaciones
- Ars Morendi
- Imitatio Christi

Entre los libros profanos destacaban los calendarios y libros astronómicos o de vaticinios. La razón de que hayan quedado tan pocos es el intenso uso a que fueron sometidos más o menos como los libros de escuela elemental medievales (en pergamino). Estos libros xilográficos no podían desempeñar un gran papel de cara al futuro porque eran pequeños (25 o 30 hojas), sólo se imprimían por una cara porque la tinta inutilizaba el reverso y para libros grandes era incómodo.

El año 1450 es aproximadamente el momento en que se inventa en Europa una prensa para imprimir, probablemente por obra de Johann Gutenberg de Maguncia, inspirado tal vez en las prensas de uva de su Renania natal, que emplea tipos metálicos móviles. En China y en Japón ya hacía tiempo que se practicaba la impresión, desde el siglo VIII, si no desde antes, pero el método más empleado era el conocido como “impresión en bloque” en el que el bloque de madera tallado se utilizaba para imprimir una sola página de un texto específico. Este método era apropiado para culturas que empleaban miles de ideogramas y no un alfabeto de veinte a treinta letras. (Briggs y Burk 2012: 27)

La práctica de la impresión se difundió por toda Europa gracias a la diáspora de los impresores alemanes. Hacia 1500, las imprentas se habían establecido en más de 250 lugares de Europa (80 en Italia, 52 en Alemania y 43 en Francia). Los impresores llegaron a Basilea en 1466, a Roma en 1467, a París y Pilsen en 1468, a Venecia en 1469, a Lovaina, Cracovia y Buda en 1473, a Westminster (que no debe confundirse con la ciudad de Londres) en 1476 y a Praga en 1477.

En total, hacia 1,500 las imprentas produjeron alrededor de 27.000 ediciones, lo que significa teniendo una tirada media de 500 ejemplares por edición- que en una Europa de unos 100 millones de habitantes circulaban en esos días alrededor de 13 millones de libros. De esos libros, aproximadamente dos millones se produjeron sólo en Venecia; otro importante centro editor era París, que en 1500 contaba con 181 talleres.

La penetración de la imprenta fue en general lenta en Rusia y el mundo cristiano ortodoxo, región (incluidas Serbia, Rumania y Bulgaria modernas) en la que se usaba habitualmente el alfabeto cirílico y la alfabetización se reducía prácticamente al clero. (Briggs y Burk 2012: 28).

Es antigua la idea de que el invento de la imprenta marcó una época, ya sea que se considere la nueva técnica por sí misma, ya conjuntamente con la invención de la pólvora, ya como parte del trío imprenta-pólvora-brújula.

Surgieron problemas como la recuperación de la información, la selección y la crítica de libros y autores, esto llevaba a la conclusión que se necesitaba un método eficaz para la administración de información, problema similar por el cual pasamos en la actualidad con el Internet.

A comienzos de la Edad Media, el problema era la falta de libros, su escasez; hacia el siglo XVI, su superfluidad, ya en 1550 un escritor italiano se quejaba de que había “tantos libros que ni siquiera tenemos tiempo de leer los títulos”. Los libros eran un bosque en el que, de acuerdo con el reformista Juan Calvino (1509-1564), los lectores podían perderse.

Era un océano en el que los lectores tenían que navegar, o una corriente de materia escrita en la que resultaba difícil no ahogarse. A medida que los libros se multiplicaban, las bibliotecas tuvieron que ser cada vez más grandes. Y a medida que aumentaba el tamaño de las bibliotecas, se hacía más difícil encontrar un libro determinado en los estantes, de modo que comenzaron a ser necesarios los catálogos.

Los que confeccionaban los catálogos tuvieron que decidir si ordenaban la información por temas o por orden alfabético de autores. Desde mediados del siglo XVI, las bibliografías impresas ofrecían información acerca de lo que se había

escrito, pero a medida que estas compilaciones se hacían más voluminosas, era cada vez más necesaria la bibliografía por temas. (Briggs y Burk. 2012: 30).

Los historiadores han señalado un cambio de gran magnitud a la estructura ocupacional de las ciudades europeas, que lleva de la mano a la invención de la imprenta, proceso que conllevó que los impresores formaron un gremio nuevo, artesanos para quienes era esencial saber leer y escribir. La corrección fue una ocupación importante que únicamente la imprenta dio vida, mientras que el incremento de número de libreros y de bibliotecas siguió con el disparo de cantidad de libros.

Marshall McLuhan enfatizó el cambio que llevó de la puntuación auditiva a la visual y llegó a hablar de la “escisión” o en otras palabras la ruptura que produjo la imprenta entre la cabeza y el corazón. El vigor y la debilidad de su enfoque quedan resumidos en uno de los muchos conceptos cuyo lanzamiento tanto le debe, el de “cultura impresa”, que sugirió estrechas relaciones entre el nuevo invento y los cambios culturales del periodo, sin especificar siempre a qué relaciones se refería. (Briggs y Burk 2012: 31)

Finalmente, podemos extraer de la historia de la imprenta en Europa, que a través de las ideas de Gutenberg a Internet, de McLuhan y de Ong, Eisenstein insertó conclusiones generales aceptables para su comunidad profesional de historiadores y bibliotecarios; consecuencias a largo plazo de la invención de la imprenta que dicen lo siguiente:

“Primera consecuencia es que se estandarizó y preservó un conocimiento que había sido mucho más fluido en la era de la circulación oral o manuscrita. Segunda, que al hacer mucho más accesibles opiniones incompatibles sobre el mismo tema, se estimuló la crítica a la autoridad”.

4.3. La incursión del primer impresor en Guatemala

Hablar de la historia evolutiva de la imprenta es sin duda alguna una parte total de esta investigación, pero con ella, también se hace necesario y quizá imprescindible iniciar haciéndolo con la historia del primer impresor en Guatemala, ya que es importante saber los rastros de su llegada al país para luego analizar en aspecto mundial, con el objetivo de comprender su historia, de alguna manera, enganchando al lector e interesarlo en conocer cómo nace la imprenta y cómo o por quién se fue perfeccionarla hasta llevarla a los niveles de desarrollo histórico que alcanzó y significó para la humanidad.

El obispo comisionó a fray Francisco de Borja para que fuese a México a comprar una imprenta y contratar los servicios de un impresor que quisiera trasladarse a Guatemala. En México existía la imprenta desde el año de 1539 y el arte tipográfico se había desarrollado grandemente y allá por la mitad del siglo XVII había dado a luz muchos y muy buenos libros, demostrando en sus impresos un general avance técnico, con abundancia y variedad de tipos y excelentes grabados. (Vela, 1960:10).

No fue por azar que se escogiera al franciscano Borja para buscar una imprenta en México, pues fray Borja era hijo del gaditano Juan de Borja Gandía, quien ya en 1654 aparece registrado en Puebla de los Ángeles como mercader de libros. Al venir a la Nueva España, con su esposa doña Inés Vásquez Infante, trajo la imprenta que tenía en Cádiz. Nuestro franciscano tenía un hermano mayor, el impresor Juan de Borja Infante, y dos hermanas: sor Luisa, monja de Santa Clara, y María Borja de Correa.

En 1656 aparece doña Inés Vásquez Infante como impresora en Puebla y tanto su nombre como el de su hijo Juan de Borja Infante aparecen en el pie de imprenta de libros y folletos. El taller y el comercio de libros estaban instalados cerca de la

catedral, en un portal que hasta a mediados del siglo pasado se llamó por ello “Portal de Borja”, que a la fecha se conoce como Portal de Iturbide. (Vela 1960:10)

Refiere Francisco Pérez Salazar que a la muerte del primer impresor de Puebla Juan Blanco de Alcázar, en junio de 1657, su imprenta pasó al colegio de San Luis, de los dominicos, más fue vendida después de hacer algunas pocas impresiones, “probablemente a la viuda de Borja”; y no sería remoto que dicha imprenta, o parte de ella, hubiese venido a Guatemala. También pudo tratarse de otra de las imprentas de Puebla, que eran varias y no podían resistir la competencia de las de México que de antemano habrían obtenido y registrado privilegios para imprimir catecismos, silabarios, doctrinas y novenas.

Joseph de Pineda Ibarra (1629-1680) nacido en México; era hijo de don Diego de Ibarra y doña Juana Muñiz de Pineda; trabajó como oficial en las imprentas de doña Pabla de Benavides, de Hipólito Rivera y de la viuda de Bernardo Calderón, y después se trasladó a Puebla de los Ángeles, en donde contrajo matrimonio con María Montes Ramírez, de familia modesta. Su situación económica nunca fue boyante y es creíble que aceptó gustoso y esperanzado el contrato de fray Payo de Rivera, propuesto a través del padre fray Francisco de Borja.

Se tiene confirmado que Borja regresó a Guatemala en marzo de 1660, con Joseph de Pineda Ibarra, quien abrió su imprenta el 16 de julio en el portal del Ayuntamiento, frente a la Plaza mayor, en la casa donde ahora se encuentra el museo del Libro Antiguo, en la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala.

Los centros tipográficos en Santiago de Guatemala siguieron durante muchos años el sistema tradicional de impresión, ya que los materiales tipográficos, incluyendo papel y tinta, eran escasos, de alto costo y se hacía difícil importarlos de España.

Luego del traslado de la Ciudad al Valle de la Ermita, en 1776, el número de intelectuales aumentó y mandaban a imprimir sus obras sobre ciencias, artes, agricultura, historia, comercio, poesías, y odas; sin embargo, las imprentas

establecidas no aventajaban en sus obras a las de la capital antigua. Entre las de mayor renombre estaban la de Joaquín de Arévalo, quien imprimió muchas publicaciones, la de Ignacio Beteta y la de Antonio Sánchez Cubillas. Después de la Independencia, las imprentas más reconocidas fueron La Unión, del Gobierno, de la Paz, Nueva de Luna y El progreso.

Las máquinas para imprimir que surgieron a medida que se fueron desarrollando técnicas que facilitaran el proceso, como el monotipo, linotipo y offset, no se reemplazaron unas a otras, sino continuaban trabajando aunque existieran más modernas, refiere Thelma de Pérez, directora del Museo y Biblioteca de la Tipografía Nacional. En este espacio se muestra la evolución de maquinaria de impresión, piezas que se exponen en la mencionada casa cultural, y las primeras publicaciones que vieron la luz en Guatemala, resguardadas en el Museo del Libro Antiguo, en Antigua Guatemala. (Vela 1960:12) citado por (Alonso, 1990:36).

4.4. La imprenta y el periodismo

En el siglo XVII, el surgimiento de los periódicos aumentó el malestar por las consecuencias de la imprenta. En la Inglaterra de la década de 1660, el censor jefe de libros, sir Roger L'Estrange, todavía se seguía haciendo la vieja pregunta acerca de “si la invención de la tipografía no había traído al mundo cristiano más desgracias que ventajas”, ¡Oh, Imprenta! ¿Cuánto has perturbado la paz de la Humanidad?, escribió en 1672 el poeta inglés Andrew Marvell (1621-1678).

Los ocasionales irán adquiriendo alguna regularidad, muchos productores intentarán que salgan cada mes, pero no será hasta el XVII cuando se dé el salto a la periodicidad. Podemos decir que en el XVI se daba el periodismo sin periódico y que es en el XVII, desde 1595, cuando se gana la batalla a la periodicidad: de anual a mensual y semanal.

Hasta que a principios del XVIII aparece el primer diario en Inglaterra. Los dos ingredientes de la prensa: actualidad y periodicidad, los encontramos ya a finales del XVI. Si nos centramos en la actualidad los primeros pre-periodísticos serán los avissi, mientras que si nos centramos en la periodicidad serán los almanaques. Ya en el taller de Gutenberg en 1448 saldrá algún almanaque aunque el más antiguo que se conserva es de 1455.

4.4.1. El periodismo después de la imprenta

El periodismo que surge al amparo del poder, reconoce a John De Renaudot como uno de sus pioneros, un médico, fundador de los Montes de Piedad y de las Oficinas de Direcciones de Trabajo, supo aprovechar su doble condición de protegido del Cardeal Richelieu y médico del monarca Luis XVIII para fundar La Gazette, un semanario que vio la luz pública al abrigo del poder real y cuya información era de tipo privilegiada en tanto que no ofendiera al rey, fue en mayo de 1631 que sale a circulación. (Rivadeneira, 2007:80)

Dentro de la imprenta como una revolución en las comunicaciones, con su “tipo movable” Gutenberg revoluciona la imprenta. Muchos historiadores señalan ese acontecimiento como punto de partida de todas as transformaciones sociales, políticas de otra índole, sobre todo en Europa. En cuanto a las comunicaciones a través de imágenes impresas, el invento del maestro orfebre es, sin duda, el paso más largo dado por el hombre. (Rivadeneira 2007:61)

El periodismo moderno combina elementos que se presentan en diferentes áreas geográficas y el cambio ha sido verificable a través del tiempo. Vale aclarar el hecho que desde la época anterior a Cristo los romanos fijaban en lugares públicos carteles con noticias, a esto se llamaba “Acta diurna”, esto en otras palabras eran los acontecimientos del día. En cierta medida, marcan el inicio de la actividad periodística, cuyo auge se marca con la llegada más tarde de la imprenta. (Peña, 2009:30)

Así también en China y en Corea se imprimía en papel en tipos móviles varios siglos antes de que Gutenberg iniciara su genial invento en Europa de la Imprenta en el año 1440. Es así como podemos decir que un exacto ejemplar de la actualidad es la versión de lo que hoy conocemos como periódico que será el pequeño periódico editado por el gobierno de Venecia en el siglo XVI que constaba una moneda y que poseía información oficial, lo que implica que el periodismo surge al amparo de quien gobierna. (Forero, 1992:191).

Luego, después de un largo proceso de la incursión de la imprenta y el desarrollo que trajo con ello la producción de periódicos, durante la segunda mitad del siglo XIX la prensa popular desarrolló condiciones por la publicidad. Las relaciones sociales que vinculan al anunciador y al público hacen diferencia en determinados tipos de contenido que serían alterados masivamente.

Tres problemas debía resolver la prensa de masas para incrementar su difusión: la obtención de las noticias, la tecnología de la impresión y la distribución. En la solución del problema de la obtención de las noticias, fluyó notablemente el incremento en el uso del telégrafo, de reciente aparición, como medio para transmitir rápidamente las noticias desde el lugar que ocurrían los hechos hasta las oficinas de redacción de los periódicos.

Vale la pena destacar que la creciente actividad de los reporteros y corresponsales extranjeros y locales se encargaron de recoger las noticias de distintas clases, pero también vale la pena aclarar que, en la actualidad, ya no hay distinción geográfica en el campo de acción del reportero. Finalmente, la creciente demanda de información motivó el surgimiento de las agencias de noticias, las cuales aparecieron al principio en forma de cooperativas con el objeto de recoger noticias y transmitir las por telégrafo, estas se han transformado al punto que los free lance hoy día son los propios dueños de los medios como los blogs. Todos estos adelantos hicieron posible la creación y publicación de periódicos y diarios en la

sociedad y más que todo en áreas pequeñas como los pueblos, lo que ahora cambió a la sociedad de la información mundial. (Forero, 1992:194).

Vásquez Citado por (Forero, 1992:194), dice que la relación de dependencia que establece cualquier proceso comunicativo se instrumentaliza mediante una política de la información y la comunicación a la que no se escapa ni el más mínimo mensaje. El periodismo escrito posee su propio lenguaje, su propio modo de contar, de reproducir la realidad, es una fotografía visual que el lector hará en la proyección de la información ante sus ojos y cuyo efecto causado será la respuesta en ese proceso comunicativo.

El lenguaje periodístico ha concluido en la actualidad los distintos cambios históricos en su contenido entre los recursos propios del medio, lo que hasta hoy se conoce como periódico se presenta a continuación:

- Los títulos
- Los subtítulos
- La ubicación de la noticia
- La extensión de la noticia
- El contenido de la noticia
- Las fotografías

4.4.2. Los primeros periódicos en utilizar la imprenta

Los mercurios son anuales pero estrictamente informativos, sus antecedentes son las cronologías. El primer mercurio es el francés de 1611 aunque sin continuidad, por ello se considera que la primera gaceta aparece en 1631-1632 con La Gaceta francesa que es para muchos el origen del periodismo moderno aunque más adelante se le denomina, periodismo de anteaer pues se quedó muy atrás en el tiempo y fue rebasado por la era de la tecnología digital. (Fernández, 1990.11).

Hacia 1631 la prensa semanal está bastante desarrollada en Inglaterra, Alemania y Suiza e incluso en Francia, no son publicaciones oficiales pero tampoco libres iniciativas si no que tras muchos de ellos hay alguna autorización o privilegio por someterse a la autocensura. El privilegio excluye la competencia por ello se desarrollarán de manera rápida.

Brevemente, se puede mencionar que luego de la ampliación de la actividad de carteles, discursos, entre otros, se atribuye la aparición del primer ensayo de periodismo en 1791 con el surgimiento de "El papel periódico de Santa Fe de Bogotá" que fue fundado y dirigido por el ciudadano cubano Manuel Del Socorro Rodríguez y aunque estos ensayos fueron demasiado efímeros no contribuyó en su fundador ya que su mérito estaba en el dinamismo en pro de la cultura, quien fue director de la Real Biblioteca, animador de los círculos literarios e iniciador de la actividad periodística en nuestro país. En 1801 apareció el "correo curioso" semanario destinado a difundir los conocimientos artísticos literarios y científicos de la época. De ahí el término periodismo, que es una actividad informativa desarrollada a través de cualquier medio de difusión, sea esta escrita, radial o televisiva. Martínez (1994) citado por Ochoa (2004:4).

El periódico colonial alcanzó su más alto nivel con el semanario del Nuevo Reino de Granada, periódico científico que aparece en 1808 y duró hasta 1811. Su fundador y director fue Francisco José de Caldas, el más aventajado discípulo de Mutis.

Con el influjo de Mutis y la del Barón de Humboldt le dieron puesto importante a este semanario en la historia del periodismo, en las que en algunas páginas se escribieron artículos importantes sobre geografía, estadística, comercio, física y medicina.

Ya conociendo tal significación en el periodismo, encontramos también las viejas y nuevas formas de periodismo, las cuales son:

- Ocasionales: no desaparecen en el siglo XVI y XVII, siguen dando testimonio de batallas, hechos extraordinarios,... en general con muy buenos resultados económicos y más aún los canards con temas sensacionalistas.

- Almanagues: se siguen utilizando como recopilaciones de la cultura popular.

Libelos, grabados,...”con un carácter muy popular, la caricaturización con las guerras religiosas, libros religiosos, biblias y hagiografías (vidas de santos), buena parte de ellos conformarán lo que se llama “Literatura de Cordel”. En líneas generales sucede igual por toda Europa y tendrá beneficios notables.

- Gacetas y hojas holandesas: Holanda se convertirá en un foco de gacetas que se distribuirán por toda Europa, pueden ser simples avisos o ampulosos libelos, escritos en distintas lenguas, muchas en idioma francés, las que van dirigidas al pueblo culto hablan de política, y las del pueblo llano de temas más simples

4.5. Los primeros pasos del periodismo

Para hablar de periodismo es menester empezar haciéndolo por la definición que del concepto proporciona la Real Academia Española, (1991:838), ésta establece que periodismo es el ejercicio o profesión del periodista. Luego de esta breve definición, hay que resaltar que al periodismo, con la llegada de la imprenta, le antecede la producción del libro, al que, como escritura, le antecede la carta. (McQuail, 2000:27)

El 26 de octubre de 1997, en Guadalajara, México, se pronunció la conferencia Periodismo y Narración: Desafíos para el Siglo XXI y en un documento, plasma que el periodismo nació para contar historias, y parte de ese impulso inicial, que era su razón de ser y su fundamento, se ha perdido. El documento agrega que de todas las vocaciones del ser humano, la del periodismo es aquella en la que hay menos lugar para las verdades absolutas. La llama sagrada del periodismo es la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante.

Hoy día el periodismo es parte de las Ciencias de la Comunicación y, como tal, debe combinar teoría y práctica, es por tanto una de las ramas de esta ciencia human. La primera definición de periodismo fue dada por Georg Hamann quien decía del periodismo que era una narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden ni coherencia especial. (Avendaño 2004: 6).

Tales mensajes se caracterizan por el manejo de técnicas expresivas, comunes a todo discurso, pero con un nuevo enfoque, una nueva disposición, combinado esto con signos propios de la comunicación periodística, que abarcan desde la técnica editorial, hasta las cualidades básicas del lenguaje periodístico: actualidad, sencillez, precisión y claridad. (García, 2011:10).

Cuando en función de sus fines, Martínez (1983:36) señala que la información de actualidad o periodismo tiene como fin específico la difusión objetiva de los hechos a través de la información y la interpretación de los acontecimientos es la noticia, abre la brecha para pensar en diferentes tipos de periodismo.

Martínez Albertos señala que la noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez ha sido compilado, interpretado y valorado por quienes controlan el medio de comunicación. Al abrir la brecha a nuevos conceptos de periodismo, surgen entonces los nombres que únicamente dictan la actividad específica a la que dedicará el medio, el reportero o el periodista.

Así se habla entonces de periodismo investigativo, periodismo de farándula, periodismo deportivo, periodismo de opinión o simplemente periodismo, dejando a este nombre, la acepción clara de dedicarse a cualquier actividad que resuma la transformación de los hechos noticiosos sea cual sea su contenido, para presentarlo a la audiencia.

Además de lo anterior, existen también definiciones específicas para la actividad periodística que permite saber el canal o medio en el que se presenta, así, surgen entonces: el periodismo televisivo, el periodismo radial, el periodismo escrito y como aporte a esta tercera gran revolución informática, surge lo que han dado en llamar, ciberperiodismo o periodismo *on line*, que es justamente el que se estudia en esta tesis.

La actividad periodística se alimenta con el acontecer diario, y encuentra sentido la anterior frase con lo que al respecto señalan Vicente Leñero y Carlos Marín en su libro *Manual del Periodismo*, definiendo a esta actividad como: una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. (Leñero y Marín, 1996:17).

Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad únicamente a través de versiones orales. A la oralidad a través de la radio se le denominó periodismo radiofónico. Como actividad profesional de radio-periodismo se inicia en Guatemala, en la primera mitad del siglo pasado por nuestro Premio Nobel de Literatura, Miguel Ángel Asturias y Francisco Soler, el 1 de julio de 1938. De aquí se difunde al mundo esta nueva manera de hacer periodismo.

Esta actividad responde a la necesidad de dejar plasmado para la historia los hechos trascendentales que marcan el desarrollo de las sociedades, tanto antiguas, como actuales.

La noticia es el hecho o acontecer diario, su forma de presentación ante la sociedad para que ésta se entere de cómo aconteció, responde a una estructura, la cual encuentra enriquecimiento para la presentación de ese suceso en los llamados géneros periodísticos, conocidos por todos y utilizados por los medios modernos en la manera en la que desea profundizar esos sucesos noticiosos.

El periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país, en el mundo y que repercute en la vida personal y colectiva. El interés público y el periodismo en consecuencia, tienen como límite la intimidad de las personas. (Leñero y Marín, 1996:18).

Periodicidad, oportunidad, verosimilitud e interés público, son características fundamentales del ejercicio periodístico. La transmisión y el enjuiciamiento de los hechos hacen del periodismo una disciplina básicamente intelectual que se expresa con palabras.

Como toda actividad intelectual, el periodismo cumple su función en la medida en que se desarrolla no solamente con relativa libertad, sino como ejercicio de liberación tanto de quien lo practica como de quien lo digiere (emisor y receptor), pero el periodismo, pervierte su función cuando tergiversa, cuando miente, cuando negocia y cuando escamotea información. (Leñero y Marín, 1996:18).

Agrega Del Río (1991:18) que todas las vocaciones del ser humano, la del periodismo es aquella en la que hay menos lugar para las verdades absolutas.

La llama sagrada del periodismo es la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante. Agrega además que ahí, donde los documentos parece que instalarán una certeza, el periodismo plantea siempre una pregunta. Preguntar, indagar, conocer, dudar, confirmar cien veces antes de informar. Esos son los verbos capitales de la profesión más arriesgada y más apasionante del mundo.

Avendaño (2014:6) define:

Hoy, el periodismo es parte de las ciencias de la comunicación y, como tal, debe combinar teoría y práctica. La primera definición de periodismo fue dada por Georg Hamann quien decía que era la narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden ni coherencia especial.

Por su parte, González (1991:22) explica que comunicación periodística es un proceso que pone de manifiesto la relación de los hombres entre sí, siempre y cuando se conserve el principio del retorno, feedback o doble vía, así como con su contexto social. Esta relación se da siempre con una intencionalidad:

Modificar la conducta de los otros y cambiar, asimismo, el entorno social. En consecuencia, la comunicación periodística constituye un proceso de interrelación de individuos y grupos sociales, cuyo objetivo concreto es el mensaje. El mensaje periodístico es la manera comunicativa que implica una unidad en el pensamiento, manifestada en una estructura específica, y que, además, tiene como propósito su difusión masiva. Por consiguiente, la elaboración del mensaje periodístico requiere del ordenamiento de varios signos, conforme a un código preestablecido y ampliamente compartido.

Ola (2012:9) refiere que la aparición de la escritura y posteriormente de los documentos impresos, cuyos primeros indicios se remontan a China mil años antes de la era cristiana, en cierta medida, marcan los inicios de la actividad periodística, cuyo auge se marca con la llegada más tarde de la imprenta que todo cambia para una actividad que con el tiempo se convertiría en un factor muy importante en la formación y probable deformación de las sociedades subsiguientes.

Al respecto aporta Peña (2009:30), antes de Gutenberg (Johannes) sic. Circulaban las noticias de forma esporádica en la edad media, pero consolidada en los siglos XIV y XV. Se trataba de informaciones manuscritas que habían ido creciendo durante el desarrollo del comercio y la vida urbana además de la expansión o crecimiento de las propias sociedades. Venecia fue el centro informativo más importante de Europa de la época. Allí los comerciantes recibían las *letterid`avissi* que, al adquirir periodicidad, se transformaron en las gacetas, el embrión de los periódicos tal como se los conoce hoy día.

Fue más tarde, con la imprenta que se dio paso a la llegada de los primeros periódicos. Briggs y Burke (2006:27) indican el año 1450 aproximadamente como el momento en que se inventa en Europa la prensa para imprimir probablemente por obra de Johannes Gutenberg, inspirada tal vez en la prensa de uva de su Renania (sic) natal que empleaba tipos metálicos móviles.

Desde la prehistoria, las antiguas civilizaciones como Egipto, Persia y Grecia, entre otros, hacían uso del pergamino o papiro para dejar constancia de los eventos que sucedían en esa época, ahí, ya se hacía periodismo pues se atribuía a la periodicidad en la que se publicaban dichos acontecimientos, tanto a ellos como a las naciones cercanas. Pero, el periodismo como tal, nace en

Roma, cuando los romanos realizaban comentarios, memorias históricas y actas, en las que constaba información como noticias sociales y sucesos, existían diarios de información pública, como lo era el Acta Pública y el Acta Diurna, que eran de carácter oficial. (Ola, 2012:9).

Mucho después, en el siglo XV, surge el Journal d'un burgeois, en París, con noticias y anécdotas. Lo que podríamos considerar como periodismo antiguo o también llamado artesano, que surge en la época Renacentista, se desarrolló a principios del siglo XVII. Comienzan a surgir un gran número de avisos y hojas narrando lo que pasaba en la comunidad donde circulaban estos impresos.

También se tiene conocimiento de las famosas gazzetas de Venecia, que contenían información de tipo portuaria y comercial; gracias a la invención de la imprenta de tipos móviles en 1456, invento que se le atribuye a Johannes Gutenberg, que contribuyó a mejorar el tiraje de publicaciones, estableciendo el inicio de la Época Dorada del Periodismo.

El invento de la imprenta, contribuyó al apogeo de este nuevo medio de información, estimulando a los eruditos a publicar toda clase de escritos, lo cuales se fueron convirtiendo en forma de semanarios, diarios, revistas, entre otras, siendo Inglaterra, donde se empieza a hacer periodismo de interés público, no solo político.

El primer periódico impreso se publicó en Alemania, en 1457. Las noticias iniciaron a partir de los diálogos que se sostenían en sitios públicos, la mayoría de las ocasiones en las cafeterías de Inglaterra, posteriormente en las pubs, que son las casas públicas de Estados Unidos. (Pubs: abreviatura de casa pública. Establecimiento en el que se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas y refrigerios bajo las premisas del país correspondiente).

4.5.1. Los primeros periódicos

La modalidad de las Pubs consistía en que los cantineros llamados publicans cuyo propósito era animaban a los visitantes que anotaran en unos libros que tenían al final de la barra, las cosas que habían visto y oído en sus travesías. Así, entonces, nacieron los primeros periódicos, a partir del intercambio de esta información, proporcionada por estos lugares particulares, poco después, los dueños de algunas imprentas, por el año de 1609 iniciaron a recopilar esta información y a imprimirla en forma de los primeros periódicos y después se siguió con los pasquines que contaban anécdotas hasta pasar a hechos acaecidos en la comunidad. (Alonzo, 1990:12)

Con el progreso de los nacientes periódicos, los políticos ingleses iniciaron un nuevo fenómeno al que se le llamó “opinión pública”. A inicios del siglo XVIII algunos periodistas manifestaron por idea principal, una teoría a cerca de las libertades de prensa y de expresión.

Dos periodistas, alrededor del año de 1720, originarios de Londres que escribían colectivamente y firmaban con el sobrenombre de Catón, introdujeron el pensamiento de que debía decirse la verdad para vencer la adversidad de la mentira. Era entonces que el derecho ingles tradicional imponía: criticar al Gobierno no sólo era un crimen, sino que a «mayor verdad de la crítica, mayor sería el delito por el que había que perseguir a quien publicara dichos enunciados, (Rosenstiel, 2012:30).

Las influencias manifestadas por Catón, tuvieron efectos en las colonias norteamericanas, manifiestos publicados entre los artículos del creciente impresor Benjamín Franklin. Uno de los enunciados que proponía Catón era que el ciudadano tenía derecho a denunciar y a oponerse al poder arbitrario, declarando

la verdad por medio del lenguaje oral o escrito, propio del periodismo de entonces. (Rosenstiel, 2012:35).

A partir de enunciados como este, en un caso de juicio contra un periodista, de nombre John Peter Zenger, quien le hacía denuncias en sus escritos a un gobernador británico de Nueva York, se originó el término de Prensa Libre, al salir Zenger absuelto por el juez.

En el siglo XIX inicia el periodismo moderno o liberal, seguido del contemporáneo o industrial que se da a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, con la aparición de nuevas tecnologías como el Internet, el cual sigue avanzando gracias a las nuevas tecnologías y el comercio. Inclusive para los expertos de la prensa amarilla de inicios del siglo XX o de los tabloides de los años veinte, algunos de los objetivos primordiales del periodismo era contribuir al progreso de la comunidad y promover la democracia. (Turnbull y Baird, 1986:13)

Según José Torre Revello, en su libro "El Periodismo, la Imprenta y el periodismo en América", el primer periódico, en América latina, se imprimió en México, posteriormente le siguió Guatemala, con la "La Gazeta de Goathemala", en 1729. Le siguió Perú, Cuba, Colombia, Quito y Argentina.

A principios del siglo XX, con el arribo de la radio, las noticias dejaron de brindarse en forma escrita, e iniciaron a difundirse a mayor número de personas, esta forma de dar las noticias inició en Estados Unidos, posteriormente en Europa, y se popularizo el modelo por Argentina, México y Colombia.

El periodismo ha tenido una gran evolución, con la aparición de distintos medios que han facilitado su propagación, como la imprenta, radio, televisión, el Internet y las nuevas tecnologías de información y comunicación.

4.6. Tipos de periodismo

Hablar de tipos de periodismo es por lo menos establecer las formas por las que éste se presenta a la sociedad, así, existe el periodismo como tal que cobra vida según el formato o la forma en la que se presente para su mejor comprensión y aceptación por parte de quien de él se beneficia.

En ese sentido, según el medio de comunicación que utiliza existen diversos tipos de periodismo, como el escrito, el gráfico, el audiovisual, el radiofónico y actualmente se incluye el más moderno, el periodismo digital.

➤ Periodismo Escrito

Es el más utilizado en el periódico y en las revistas, a estos corresponde una diagramación completa que comprende desde el número de páginas, el contenido de las mismas, los espacios, hasta la tipografía que se utilizara según el tipo de noticia. Es uno de los más lentos en la transmisión de información. El tamaño normal de impresión, es el tamaño tabloide.

➤ Periodismo Gráfico

Es el que hace uso de componentes como la fotografía como medio, ya que refuerza el testimonio de los hechos, por lo tanto, posee mayor veracidad. Ejemplo de este tipo de periodismo es el utilizado por las revistas de farándula.

➤ Periodismo Audiovisual

Su medio principal de difusión de información es la televisión. Su ejemplo principal son los noticieros informativos, de revista, entre otros; estos se encuentran institucionalizados y son dirigidos en su mayoría, por periodistas expertos, o personas especializadas en los temas que desarrollan. Estos noticieros están

segmentados por minutos, y se presentan principalmente las noticias con mayor relevancia o de mayor interés público, presentan temas como economía, cultura, política, hechos, entre otros. Su mayor ventaja es el uso de imágenes, videos y audio, al mismo tiempo, pero posee un mayor costo de producción que los otros medios.

➤ Periodismo Radiofónico

Utiliza la radio. Es superior a otros tipos de periodismo, ya que es más fácil la difusión de noticias, en tiempo real, es más rápido que los otros. Desde el punto de vista económico, es más accesible, que los anteriores y por lo tanto llega a un número mayor de personas.

➤ Periodismo Digital

Es el más utilizado en estos días, debido a la implementación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, haciendo uso de las páginas web, el Internet y las redes sociales. Es una mezcla entre periodismo escrito, periodismo gráfico, periodismo audiovisual y periodismo radiofónico, ya que puede y llega a utilizar todos los anteriores para generar noticias en un tiempo bastante real. (Torres, 2004:7)

4.7. Las épocas que marcan la evolución del periodismo

En el intento de ir hilvanando el desarrollo del periodismo a lo largo de su surgimiento, permanencia y evolución con las constantes y modernas tecnologías que van surgiendo época con época, se hace necesario ir marcando esas fronteras que separan a una de la otra en el periodismo. Al respecto de las fronteras, los géneros periodísticos y los periodistas, Eduardo Galeano expresaba lo siguiente:

“Trato de situarme en ninguna frontera. De encontrar un espacio sin fronteras o ser capaz de fundarlo... No creo en las fronteras, ni en las fronteras entre los países, ni las fronteras que las culturas artificialmente dibujan entre el alma y el cuerpo, o entre la vida pública y la vida íntima, o entre el lenguaje oral y el lenguaje escrito. O entre los géneros literarios, que tienen guardianes aduaneros a cargo de críticos y profesores, que son los que se encargan de decir hasta aquí llega el territorio de la poesía y aquí empieza el del ensayo, y aquí termina la novela. O hasta aquí llega el periodismo, el periodista siempre fue despreciado como una especie de bajo fondo de la literatura”. (Rodríguez, 1988:18).

El pensamiento de Galeano tiene sustento en lo que ya antes se permitía proponer Marshall McLuhan cuando en una postura de un verdadero profeta anunciaba la revolución que aportó la televisión, medio multisensorial, oral, visual, y por ésta razón más estimulante, englobante para la conciencia, que estimula un deseo de participación en una cultura común sin fronteras, lo que llamó una aldea global, en la cual, cada uno estaría con cada uno. (Maigret, 2005:170).

4.7.1. El periodismo de ayer

Para los años 60 se hablaba ya de un nuevo periodismo, que dejaba atrás las viejas y amarillentas páginas, sin dinamismo, diferentes entre un periodismo y otro, sin contenido de profundidad y sin el gancho que atrajera la atención del lector promedio, más sí el del que se interesaba por estar enterado de los acontecimientos sociales pese al costo de soportar la impasividad del periodismo de la época pasada.

Su escenario fueron los años 60 en Estados Unidos: el llamado nuevo periodismo es contemporáneo de la explosión de Mayo del 68 en París, la frustrada primavera de Praga y el Boom de la literatura latinoamericana.

Mientras tanto surgía el Pop Art, y John Lennon –“más famoso que Jesucristo”- (SIC) advertía: “Los de las butacas más baratas pueden aplaudir, el resto puede hacer sonar sus joyas”, Estados Unidos se embarcaba en una guerra injusta y absurda y se desvanecía la era dorada de la novela, fiesta que tuvo su máximo esplendor en los años 40, entonces se empezó a sentir un extraño crujido en las salas de redacción.

Ese era el nuevo periodismo, sin embargo se hablaba de un periodismo de ayer, que visto desde nuestra perspectiva es el periodismo de anteayer, frente al verdadero y revolucionario periodismo de hoy, revolucionado altamente por la incursión de las nuevas por así decirlo, tecnologías de la información y la comunicación.

4.7.2. El periodismo de anteayer

En esa época del periodismo “los lectores se aburrían hasta las lágrimas sin comprender por qué. Cuando se topaban con ese tono beige pálido, todo empezaba a señalarles que ahí estaba otra vez ese pelmazo familiar, el –periodista-, una mente pedestre, un espíritu flemático, una personalidad apagada, y no había forma de desembarazarse de esa rutina desvaída, como no fuera abandonar la lectura. La voz del periodista medio tenía que ser como la voz del locutor medio, un ronroneo, un zumbido y Wolfe se define a sí mismo como ex periodista tótem”. (Rodríguez, 1988:16).

El periódico tótem es aquel que la gente compra no para leerlo, sino para tenerlo físicamente. Y tienen el periódico para una mirada rápida –pero- total, declarando la muerte irremediable de la Gran Novela norteamericana, sepultada bajo varias toneladas de flores sicodélicas, papel de diario y otras formas de la no ficción, Wolfe llega a la conclusión de que los adelantados del nuevo género tenía a “todos los años 60 locos, obscenos, empapados de droga, redundantes de concupiscencia para ellos solos”. ¡Que los periodistas les arrebataran las técnicas a los novelistas!

Imagen 1

Ilustración del periodismo de ante ayer

Prensa de la Época



Fuente: <http://es.slideshare.net/vozinsesamista/periodismo-de-ayer-y-de-hoy-municipal>. Recuperado: 22/06/2016.

En ese periodismo, en el periodismo de anteayer, el periodista debía tener la fuerza de la comunicación emotiva, de absorber al lector, de realidad. Debía derivar de cuatro procedimientos básicos:

- ✓ La construcción escena por escena del relato, recurriendo lo menos posible a la narración histórica.
- ✓ El registro del diálogo en su totalidad.
- ✓ El punto de vista en tercera persona. La presentación de cada escena a través de un personaje en particular.

Narrar el entorno de los personajes. “Los gestos, hábitos, mobiliario, ropa, estilos, detalles simbólicos. Simbólicos del status, del esquema de bienes y comportamiento a través de los cuales las personas expresan su posición en el mundo. (Rodríguez, 1988:16).

Imagen 2

Ilustración del Periodismo de ayer



Fuente: <http://es.slideshare.net/vozinsesamista/periodismo-de-ayer-y-de-hoy-municipal>. Recuperado: 22/06/2014.

4.7.3. El periodismo tradicional

Será mi constante que el New York Times publique las noticias, todas las noticias de un modo conciso y atractivo, en el lenguaje adecuado a la buena sociedad, y las difunda, si es posible, antes de que hayan llegado al público mediante otro medio de comunicación. Será mi tarea dar las noticias de un modo imparcial, sin miedos ni favoritismos, sin miramientos para con los partidos, sectas, o intereses particulares; examinar todas las cuestiones de importancia pública y alentar su discusión inteligente por parte de todas las tendencias. (SIC). Ochs (1896), citado por Bonvin (2007. p. 16) <http://www.clasesdeperiodismo.com/wp-content/uploads/2013/04/NYT.jpg>. Recuperado. 22/06/2015.

El medio de comunicación de masas más antiguo es el periódico. Su primacía duró hasta finalizada la Segunda Guerra Mundial, cuando fue superado por la radio y, posteriormente, por la televisión. En el siglo XIX se produce el definitivo desarrollo de la prensa.

La industrialización, las relaciones comerciales con las colonias, la instauración de sistemas políticos democráticos, el desarrollo de la técnica, la alfabetización masiva y la concentración de los habitantes en las ciudades, entre otras, son las causas de la gran revolución periodística. También prestó un notable apoyo al liberalismo que se extendió por toda Europa y América, donde el periodismo dejó de ser una amenaza de los sistemas, para irse convirtiendo en un aliado. (Bonvin, 2007:16).

Sin duda alguna, los avances técnicos posibilitaron la multiplicación de las tiradas y la proliferación de los periódicos. En 1814, la primera máquina de vapor fue utilizada en el periódico The Times. El telégrafo en 1837, y el teléfono, en 1876 significaron una notable mejora de las comunicaciones.

En 1867, el constructor mecánico francés Marinoni inventó la máquina rotativa; en 1886 el relojero norteamericano Otmar Mergenthaler hizo lo propio con la linotipia. Poco después, se incorporará la fotografía. Al mismo tiempo, se produciría una auténtica revolución de las comunicaciones: nuevas redes de carreteras, el telégrafo, el ferrocarril, los transportes marítimos todos ellos en su tiempo, considerados las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sustituidas únicamente hoy por el internet. (Bonvin, 2007:16).

Prosigue Bonvin (2007:16):

En esta época, nacen las agencias de información, auténticos motores de la divulgación periodística. La primera agencia de información, Havas, se fundó en París en 1832. En 1848, en Nueva York, se fundó la Associated Press, para mejorar la recepción de noticias procedentes de Europa. En 1868 nació en España la agencia Fabra.

El periodismo del siglo XIX gira en torno a la política y a la literatura, pero además incluye ecos de la sociedad, entretenimientos y una vasta muestra cultural que abarcaba desde composiciones literarias hasta ejercicios de investigación científica. A ello hay que añadir la información general, impulsada por las agencias de información. El periódico de esta época se caracteriza por su gran tamaño y reducido número de páginas, ausencia de grandes titulares y tipos de letra bastante homogéneos.

Cuando se habla de periodismo tradicional, se está haciendo referencia al formato periodístico que se estableció con los medios de comunicación, particularmente los impresos.

Se produjo entonces el equilibrio entre opinión e información, tan característico de la prensa moderna. También proliferaron los artículos de crítica, sobre todo de crítica social. En España hubo grandes articulistas, como Larra, Clarín o Jaime Balmes.

En general, hubo dos tipos de prensa: la informativa y la polémica. Esta última también fue conocida como la prensa amarilla, por el color amarillo del Sunday World, de Pulitzer. Se especializó, sobre todo, en las noticias llamativas y escandalosas.

El periodismo informativo se desarrolló a partir de 1870. Surgió en Inglaterra y rápidamente pasó a Estados Unidos. Fue un periodismo basado en la información –las agencias jugaron un papel determinante–, en la brevedad de los textos y en la narración.

Quizá en este sistema de comunicación sintetizada se inspiró Jack Dorsey para crear la plataforma de comunicación Twitter, que aunque él mismo no la considera una red social, sino un micro *blowing* de información, otros autores, o estudiosos de las redes sociales, afirman que justo su sistema de presentar hechos en tan sólo 140 caracteres es lo que lo hace una red social, al interesarse los internautas en leer en corto todo un acontecimiento, que a decir de Morataya (2009), sigue manteniendo como base la columna vertebral de la estructura noticiosa estipulada en las interrogantes qué, quién, cómo, cuándo, dónde y en algunos casos hasta el porqué.

Lo anterior sin embargo, será menester de una profunda reflexión, en tanto que en 140 caracteres, cumplir con esa estructura, es una labor titánica, muy difícil de conseguir. Sin embargo, Twitter en la actualidad, es el único formato tecnológico moderno que permite regresar a la estructura noticiosa del siglo XIX. Y que además, exige la implementación de un nuevo formato, exige que el reportero aprenda a sintetizar sus textos de una cuartilla a 140 caracteres. (Bonvin, 2007:17).

4.8. Los ruidos en el periodismo

En el periodismo ocurren con frecuencia muchos ruidos semánticos que después se van convirtiendo en norma. Por ejemplo, algún periodista no sabía que *álgido* significa helado y utilizó el término como sinónimo de caliente o problemático, por lo que se generalizó el uso en este sentido. Actualmente se está difundiendo mucho un ruido semántico en los medios periodísticos: la palabra “fútbol” tildada (fútbol), obedeciendo a un espíritu esnobista y de malinchismo: los periodistas ven que en España y Argentina se tilda y lo imitan sin percatarse de que en Guatemala y el resto de Centroamérica no se tilda porque la pronunciación no lo exige. (Velásquez, 2008:56).

➤ Censura

Es uno de los mayores problemas, no solo a nivel de los medios, no solo involucra a los periodistas, también es un problema que implica a la sociedad, porque le limita el derecho al acceso a la información, lo que no contribuye con el desarrollo mismo de una sociedad. Debido a que una sociedad no está completamente informada, posee muchas limitantes para participar de manera activa en la toma de decisiones.

No es un problema nuevo. La mayoría de los medios tiene el problema de restringir la cobertura de ciertos temas, debido a que no es conveniente para los empresarios que poseen estas empresas, que se investiguen o que se le informe a la población de temas que invaden o pueden representar un inconveniente a sus intereses. La censura se da pues en dos partes, la que se da por parte del medio, que censura a la población de temas que le perjudiquen como empresa comercial y la que se da en contra del medio por parte del segmento de la sociedad que ostenta bien sea el poder político o el poder económico.

➤ Periodismo Amarillista

También conocido como periodismo sensacionalista, es el tipo de producción de noticias en la que premeditadamente se hace uso de datos informativos capaces de exaltar la emoción de un público determinado. Es básicamente la sustitución del juicio crítico del lector apelando a una alteración emocional, en referencia a este rasgo es que le cabe el alias de sensacionalista puesto que apela a la sensación del momento, al impacto que la información presentada de cierta manera, pueda causar.

Este periodismo da pie a otro luego del surgimiento de la técnica visual conocida como la diagramación, que agrega elementos como la infografía y la fotografía. Este periodismo es conocido en la actualidad como periodismo gráfico.

El mal periodismo no es inofensivo. Proceder mal en periodismo, aún sin intención de hacerlo así, provoca consecuencias y la historia de nuestro país sabe bien de qué se trata ese error. ¿Qué es, entonces, hacer buen periodismo? Hacer buen periodismo es reconocer la indisolubilidad entre el rol del periodista y su función social.

De manera que un buen periodista es quien puede interpretar la realidad, ofrecer esa interpretación a la opinión pública y, a la vez, orientar la necesidad de transformar la sociedad. Por eso, en primera medida, la enseñanza del periodismo debe dotar al alumno de elementos para interpretar la realidad. Esos elementos están en la *lectura* de la realidad.

La realidad es una abstracción. El periodismo es abstracto en cuanto a que basa su contenido en cuestiones pasajeras o coyunturales, sin embargo, el periodismo es concreto en cuanto a su estructura de presentación. Componerla, siquiera en su calidad naturalmente precaria, implica contrastar conocimientos e informaciones.

Esas informaciones provienen de las disciplinas científicas e instrumentos que dispuso el hombre para entender el mundo.

Hay lógicas que están insertas en los denominados “contratos de lectura” que el periodista no puede obviar. A menudo sucede que periodistas muy bien instruidos utilizan un lenguaje enigmático para la sociedad o dan por sentadas condiciones que, suponen, la opinión pública sabe.

Entonces fracasan, o, por el contrario, pero con el mismo efecto, encontramos periodistas que desprecian las normas de esta profesión o son irrespetuosos de sus reglas y así disminuyen el efecto del periodismo sobre la opinión pública, o anulan directamente su capacidad, es necesario que el periodista escriba bien, hable bien y se maneje convenientemente en cámara.

El mal periodismo conlleva a dos premisas básicas, el trabajo periodístico debe basarse en los principios éticos y en la responsabilidad. Eso debiere lo que represente fundamentalmente a cualquier medio de comunicación, no importando la vía por la que circule o por la que trabaje por supuesto, ir de la mano con la verdad, aunque algunos no crean en ella. Se debe tener en cuenta que esta profesión es predominantemente subjetiva, porque toda la población percibe todos y cada uno de los fenómenos de diversa manera, de acuerdo a su ideología y a su formación política y el contexto de la situación.

Desde la visión lingüística, el uso de los adjetivos y adverbios, es correcta, pero en la redacción periodística no lo es. Tomando en cuenta que el periodismo siempre lucha a favor de la imparcialidad, objetividad y precisión, ambas categorías formales dificultan las metas del periodismo honesto. Un adjetivo puede referirse a varios sustantivos. Existen tres clases de adjetivos: caracterizador u objetivo, efectivo y el que se usa de fórmula.

El adverbio es esa parte invariable de la oración que modifica la significación del verbo, del adjetivo o de otro adverbio. Esta comodísima forma de convertir adjetivos en adverbios, agregando el sufijo “mente”, tiene el inconveniente de la invariabilidad y de la cacofonía, producida por el uso excesivo de estos. Cuando los adverbios modales de este tipo son consecutivos, se aplica la terminación en “mente” sólo al último. Se advierte notoriamente que los adverbios dificultan la labor del periodismo serio, el cual está caracterizado por la imparcialidad, la precisión y la concisión.

4.9. Quiénes pueden ejercer el periodismo

El Siglo XX habrá de ser registrado, sin duda alguna como la era de la información. Debido a los avances de las nuevas tecnologías de información y comunicación, por ende, la información y la transmisión de la misma, está al alcance de todas las personas. El debate sobre quién debe desarrollar la profesión de periodista, surge épocas después de la publicación del primer periódico impreso, siendo en Guatemala, la Gaceta de Goathemala.

Durante esta época, grandes personajes del periodismo no poseían un título que los avalara como profesionales en el campo del periodismo y las redacciones cumplían con la función de desarrollar estas habilidades. Así mismo, no cualquier persona, en ese tiempo, poseía las virtudes de ser periodista, debía poseer un gran intelecto, como la capacidad de explicar y presentar la realidad comprendida en los hechos noticiosos. Por esas virtudes, muchos grandes intelectuales como Winston Churchill, Ernest Hemingway, Antonio Gramsci y Miguel Ángel Asturias también desarrollaron esta profesión.

Se dice que la rigidez y la atención personalizada que caracterizaba al periodismo, se fue perdiendo, cuando en 1940 el Consejo Superior de la Universidad San Carlos de Guatemala, aprobó la creación de la Escuela Centroamericana de Periodismo, misma que inicio actividades en 1952, adjudicada a la facultad de Humanidades. Siendo David Vela el primer personaje del periodismo guatemalteco en obtener su

título de licenciatura en periodismo. Gracias a la idea de transformar esta escuela en una facultad, en 1975 fue aprobada en la misma casa de estudios, la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Con conocimiento de lo anterior, es lógico preguntarse si, ¿un título hace a un periodista? Un periodista debe ser la persona que busque la verdad para transmitirla, sin importar las repercusiones que éstas puedan tener para los que no desean que la verdad sea conocida, la persona que le da voz a los que no la tienen, una clase de héroe, el que buscara siempre el peligro, y no le importara poner en riesgo su integridad física, para llevar a los ciudadanos la información completa; posee intuición para descifrar lo que otros no podemos ver, el que está comprometido y casado con su vocación de perseguir la verdad, donde esta se encuentre.

Es por esto que el mercado no debe decidir quiénes son las personas que realizan el trabajo periodístico, en Guatemala esta decisión es tomada por el mercado, ya que los medios de comunicación están comprados por empresarios a quienes les interesa únicamente que los comunicadores cubran lo necesario y elemental, para mantener cierto control sobre los receptores.

Es por esto que el puesto en los micrófonos, las grabadoras y las cámaras, está siendo ocupado por personas con poca formación y nula ética, y han transformado este campo, en uno de los más movibles, y donde más se violan derechos gremiales y sociales.

Los periodistas son profesionales, que poseen conocimientos y habilidades especializadas, es quienes transforman la teoría con la práctica, teoría que aún se encuentra en construcción, en especial en esta era, en la que el Internet funciona como mediador social, aún más que los medios tradicionales. Decimos entonces, que el periodismo es la forma en que es interpretada la realidad, con la finalidad de ser un medio social.

Esta teoría abarca un método que va desde la selección, hasta la evaluación e interpretación de los sucesos, partiendo de su importancia. Es por eso que se alude con frecuencia a que un periodista es un operador semántico. Posteriormente basado en ciertos supuestos, les es factible dividir la realidad, para llegar a interpretarse por diversos y heterogéneos receptores, a distintas horas.

Tal realidad es explicada y ajustada en tiempos y espacios, en una columna, en un segmento; y redactada para una mejor comprensión y destinada a un género periodístico. Para esto debió haber interactuado con sus fuentes e investigado acerca del tema, ya que un periodista no puede basar su información en rumores. No es una labor fácil la de seleccionar, jerarquizar, interpretar, incluso crear hechos noticiosos, no todos poseen la destreza de redactar notas periodísticas, investigaciones y aún menos, de utilizar los formatos especiales para dichas notas.

Una de las mayores preocupaciones para el periodismo, es la aparición de la Internet, lo que también asegura el periodista Juan Luis Font en la entrevista que se le realizara para enriquecer la presente investigación, ya que hoy en día cualquier persona puede realizar cualquier tipo de periodismo, los cuales responden a necesidades sociales y no a los intereses que sirven las empresas de medios tradicionales.

En Guatemala hay carencia de periodistas profesionales ejerciendo el periodismo. Respondernos la interrogante quién debe ejercer la profesión de periodista, es complicado. Desde la función y la teoría de reportear desde un medio tradicional, tendríamos que afirmar que debe ser aquella persona que posee la capacidad de llevar la teoría periodista a la práctica, con el conocimiento de su entorno y sus habilidades en cuanto a redacción, para poder transmitir la realidad, enlazado con la ética y el conocimiento de su rol en la sociedad.

Hablando en términos de protección, una persona debe ser guiada en cuanto se vea afectada, para que pueda ejercer su Libertad de Expresión, desde cualquier medio que realice periodismo.

John Dillon propone las llamadas tipologías emergentes del rol, las que responden a tres valores importantes que debe poseer un periodista: la de ser interprete, divulgador y adversario.

El valor de intérprete se refiere al que está al tanto de los asuntos que son de interés a los receptores y ofrece un análisis, en especial en los medios impresos, los divulgadores suministran la información al número máximo de personas y de una forma rápida y, los adversarios son los que critican y ponen a la luz, los abusos de los funcionarios y de las empresas poderosas.

4.10. La ciudadanía forma sus propios medios de información

Las redes sociales hoy día, permiten la facilidad de que cualquier ciudadano, desde un computador, conectado a una red de Internet pueda abrir una cuenta bien sea en Facebook o Twitter y, desde ahí, publicar notas de tipo informativo.

En la figura (No.3) se acompaña al texto varias imágenes sobre un hecho violento ocurrido en el Departamento de Izabal, sin embargo, al leerse la parte textual de la nota, se puede apreciar el desconocimiento de la estructura informativa para presentarlo, en donde el ciudadano mezcla la opinión con el reporte del hecho periodístico. La presente nota carece de la estructura para presentar los hechos noticiosos establecidos en el siguiente enunciado.

Imagen 3

Reporte de hechos violentos



Fuente: <http://www.facebook.com/izabal-informativo-384057008379506/>.

Fecha de recuperado: 22/05/2014

4.11. Técnicas para presentar el periodismo escrito a la sociedad

Cuando se concluye que el periodismo como tal es una actividad informativa. De Sousa, (1994) enmarca el periodismo actual, que como característica principal, es la implementación de los canales necesarios para su divulgación y cuyas

características se han ido adquiriendo poco a poco y se fundamentan en el servicio social y opera el apareamiento de la opinión pública, como elemento esencial de la vida moderna.

Esquema No. 1 La Pirámide Invertida

Pirámide invertida, nivel básico de utilización



Referencia: <http://www.delawarenationalguard.com/upar/images/invertedp.gif>

Recuperado: 23/06/2014.

4.12. La pirámide invertida

Su finalidad es organizar la información, para construir una noticia con datos de mayor a menor importancia, respondiendo a las 6 w, que son: qué (What), quién (Who), cuándo (When), dónde (Where), por qué (Why), cómo de las cuales se desarrollara más adelante. Esta estructura mantiene el interés y la atención del receptor, dándole un orden lógico a las preguntas que se hace un lector al momento de informarse. Estas preguntas se responden en la entrada, cuerpo y cierre de la

nota informativa. Con esta estructura se respetan además las características básicas que debe contener una noticia; la actualidad, veracidad e interés público. (Interiano, 1996:31).

Imagen No. 4:

Periodismo radial se traslada a lo escrito



Fuente: Emisoras Unidas de Guatemala vía Twitter. @EmisorasUnidas. Fecha de recuperado: 22/05/2014.

4.13. Entrada noticiosa de síntesis presentada por @EmisorasUnidas

Algunos medios electrónicos como la radio que tuvieron que incursionar también en las redes sociales, han tenido que adaptarse a la estructura dictada para la estructura escrita.

En el ejemplo de la figura (No.5) vemos como en 140 caracteres se responde a las interrogantes Qué, Cuándo, Quién y Dónde.

4.14. Normas para regular la actividad periodística por medio de la escritura

La escritura ha estado con el ser humano durante los últimos cinco mil años, pero es hasta la invención de la imprenta por Gutenberg que se han podido plasmar noticias de consumo masivo. A partir de ahí, los periódicos han sido el medio masivo periodístico y, a pesar de la aparición de otro tipo de medios como la radio, la televisión y en los tiempos actuales el Internet, los periódicos se han mantenido como punto de referencia para el público, por sus características.

El avance de los medios de comunicación como el telégrafo, el teléfono, la velocidad de los ferrocarriles, entre otros, a finales del siglo XIX, contribuyeron a facilitar el intercambio de información y de allí, las noticias se convirtieron en un objeto de consumo de masas. Además, en ese período, en muchos países la educación escolar se convirtió en obligatoria, lo que contribuyó a la ampliación del público lector. (Cabrera, 2012:8)

Otro de los complementos que la propia revolución significó para el periodismo a raíz de la imprenta de Gutenberg fue el surgimiento de la fotografía como elemento enriquecedor a finales del siglo XIX, la que se incorporó a los periódicos que ya existían, lo que ayudó a refrescar la información y la popularidad de los periódicos, que en aquella época eran los únicos medios de información que existían.

Hasta aquí, los medios escritos eran considerados únicamente como informativos, por presentar la información en una sola vía, pues el proceso de comunicación, según los estudiosos, se complementa con la retroalimentación, lo que significa que para que este se dé por completo, debe existir una respuesta de parte de quien recibe tal información. Asimismo, Adorno y Horkheimer ubican en lo que ellos consideran como un fenómeno de atomización social, el origen de los males de las sociedades modernas: Los hombres están abandonados a sí mismos pero al perder sus raíces y sus comunidades de origen, se vuelven extraños a sí mismos, “alienados”.

Son entonces susceptibles de ser manipulados por las nuevas fuerzas que gobiernan a la sociedad, particularmente por los medios a los cuales están confrontados directamente. Esta manipulación sigue dos grandes caminos, el de la alabanza y el de la seducción. La cultura de masas es rebautizada como “industria cultural”.

Es un bombardeo permanente de entretenimientos que afectan el juicio y adormecen la razón. El poder de lo que se impone en todas partes y que ya no es una cultura real sino una simple dominación, proviene de su potencia técnica y de su capacidad para producir en cadena programas radiofónicos, películas o novelas que se basan en morales fáciles de entender y satisfactorias para el espíritu. Los medios masivos, administrados como industrias, ejercen una permanente seducción porque alivian, relajan, permiten soñar y tener esperanza.

En la teoría crítica, el hombre de masa sólo tiene la alternativa entre la explicación (la crispación reaccionaria de la multitud histérica denunciada por los pensadores conservadores) o la apatía (“El suspiro de la criatura oprimida” que deploran los revolucionarios) los dos efectos dominantes de las drogas sobre la mente. Los medios juegan el mismo papel que la religión, definido por Marx, son el nuevo opio del pueblo: “el placer favorece la resignación que supuestamente ayuda a olvidar” (la dialéctica de la razón). (“El funesto apego del pueblo por el mal que le hacen supera incluso la astucia de las autoridades”, la dialéctica de la razón). (Maigret, 2009:112).

Prosigue Maigret (2000:112) afirmando que la mayoría de los intelectuales de izquierda, a pesar de ser los más inclinados a defender ideales democráticos y a valorizar la participación de los públicos, son entonces quienes más denuncian la influencia nefasta de los medios, con y no contra los conservadores, manteniendo relaciones de aversión hacia las “artes populares”.

El comunicador debe mantener una actitud responsable en el ejercicio de su profesión. Para esto, consta de toda una variedad de normas que sirven para regular la actividad periodística: algunas de carácter ético y otras de carácter deontológico, y su finalidad es la de fijar ciertos lineamientos para la ejecución de una adecuada labor periodística.

No son normativas legales, por lo tanto, la falta de su cumplimiento no tiene por qué sufrir sanciones de carácter legal. Otras son de carácter legal y su incumplimiento arrastra una intervención judicial y sanciones legales. Finalmente hay unas normas básicas creadas por los medios de comunicación para regular la actividad de los periodistas.

4.15. El papel, la imprenta y el periodismo

Con la llegada de la imprenta de Gutenberg surge también la producción del libro, al que como escritura impresa antecede la carta. La historia de los medios modernos empieza con el libro impreso, que sin duda, supuso una especie de revolución, aunque en sus inicios no fuera más que un artilugio técnico para reproducir un mismo texto o, mejor dicho, un mismo tipo de textos, que ya se copiaba a mano de manera generalizada.

El papel en China, los moldes de la imprenta creados por Gutenberg, la impresión de libros, la carta, los folletines, la diagramación o la impartición de elementos en dichos folletines, fueron creando los periódicos que conocemos hoy día, cuya forma final la dio el esquema de la presentación de los hechos noticiosos, es decir, el formato periodístico y la división de los hechos en géneros específicos para cada contenido.

Sólo poco a poco la imprenta condujo a un cambio de contenidos –obras más profanas, prácticas y populares (sobre todo en los idiomas vernáculos), así como la octavillas o panfletos políticos religiosos- (SIC) que a su vez contribuyeron a la

transformación del mundo medieval. Se produjo pues una revolución social en la que el libro desempeñó un papel indiscutible. (McQuail, 2000:27).

Interiano (1996:31) Se refiere a los medios de comunicación como:

Vasos comunicantes de la sociedad que constituyen no el cuarto poder como suele llamárseles, sino una pieza fundamental sin la cual las sociedades contemporáneas no podrían funcionar adecuadamente. La prensa es la ventana a través de la cual miramos el mundo. Son simplemente y llanamente, la pieza que no puede faltar en la sociedad.

Se ha dicho muchas veces que la prensa constituye el oxígeno de la sociedad. También constituye la ventana a través de la cual se ve el mundo en su conjunto, o por lo menos, donde se aspira a ver el mundo. Pero esta visión resulta atrofiada si los hombres y las mujeres de prensa no están preparados técnica y anímicamente para presentar “la verdad” en sus diferentes aristas. A veces son múltiples los ángulos de la verdad y cada grupo humano o persona en particular tiene su propia apreciación al respecto. (Interiano, 1996:41).

Por su parte, Ortega y Humanes citados por Monroy, (2010:12) indican que el periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que sucede a su alrededor. Hay varias formas de hacerlo, al haber también diversos tipos de periodismo, dependiendo del tema que se aborde y de la manera que se exprese, sitúan entre las dos más importantes al periodismo informativo y al periodismo investigativo.

Sonmerland (1969) citado por Barrios, (2004:3) dice que el periodismo es un descendiente directo de los tambores parlantes de África, de las señales de humo de los indios y de los palos de mensajes de los nativos de Australia, puesto que todas las tribus se organizaban para mantenerse informadas y garantizar su seguridad.

Para Rivadeneira (1983:5) en cambio, el periodismo es una actividad comunicativa tan vieja como el hombre mismo sobre la tierra. “no obstante, con esta frase se

penetra en el vasto y enmarañado bosque de la comunicación humana, que comprende los lenguajes naturales, chillidos, gesticulaciones, los lenguajes arbitrarios, señales iconográficas, palabra oral y escrita y los complejos instrumentos de la ciencia cibernética”. (sic). (Barrios 2004:3)

Más adelante, Dofivat, citado por Del Río (1991:15) afirmaba que:

El periodismo es una actividad firmemente ligada al momento y a la marcha de la técnica. Por esto, requiere una eficiencia y un amor al trabajo sin desmayo, una percepción clara y permanente de los acontecimientos, conocimientos fácilmente utilizables, observación aguda y la capacidad de lograr una descripción certera, convincente y con lenguaje eficaz.

4.16. La ciudadana realiza un reporte noticioso en su propio canal de comunicación

En el ejemplo de la figura (No.5) se puede observar cómo una ciudadana está reportando la situación del tráfico en la ciudad capital, el mismo ejemplo muestra cómo un periodista de carrera, como lo es el intendente de tránsito Amílcar Montejo no comenta, no informa, pero re tuitea la nota misma enviada por otra internauta sobre el mismo tema.

Se refiere al momento en el que se produce la noticia, y a la marcha de la técnica que se emplea para presentarla, así encuentra sentido la evolución tecnológica que ha tenido el periodismo, lo que ha significado la alteración de su formato en algunos casos.

Imagen No. 5

Ciudadana sin estudios periodísticos informa sobre hecho noticioso



Fuente: Vía Twitter: @avides_vgt y @jeniloimd. Fecha de Recuperado: 24/02/2014.

Si bien muchos autores señalan que la actividad periodística, entendida ésta como la acción de trasladar por medio de algún formato, o canal, los hechos que suceden en una sociedad, a la sociedad misma, para mantenerla al tanto de los acontecimientos, la actividad periodística está ligada al surgimiento de los medios de comunicación y éstos al surgimiento de la Imprenta, se inicia con el desarrollo de las sociedades mismas y con el profesionalismo que las comunicaciones van adquiriendo con el paso de los años, el periodismo como actividad profesional sobre la que gira en gran medida el desarrollo de esas mismas sociedades, va encontrando sosiego con el surgimiento de los canales aptos para su divulgación.

4.17. El canal como medio de expresión periodístico o de opinión ciudadana

La figura (No.6) muestra como un ciudadano ha creado una cuenta denominada Conciencia Guatemala, en la que emite una denuncia, ésta vez, en contra de un periodista y dos políticos, todos con relación en medios de comunicación, propiedad de los políticos.

Con este ejemplo, se evidencia cómo el periodismo ciudadano ha permitido que las audiencias informen de un hecho que los propios medios no están en la capacidad de denunciar por el corte empresarial al que responden.

Imagen No. 6.

La ciudadanía genera su propio periodismo informativo

Publicando...

 **Conciencia Guatemala**
Publicidad · 

FONT, ARCHILA Y SINIBALDI EN PANAMA PAPERS

El nombre de Alejandro Sinibaldi ya sonó en el escándalo de Panamá, asimismo surgió la relación de negocios entre este y los Archila como parte de una compleja opera... [Ver más](#)



FONT, ARCHILA Y SINIBALDI EN PANAMA PAPERS | CONGUATE |
concienciaguatemala.com

   1,566 165 comentarios

 Me gusta  Comentar  Compartir

Fuente: <http://www.facebook.com/ConcienciaGuatemala/>. Fecha de recuperado: 22/05/2016.

4.18. Prensa Libre conserva los elementos verdad, claridad, precisión y concisión en la red social Facebook

Al respecto, Martínez de Sousa (1994) citado por Ochoa (2004:4) refiere que el periodismo es una actividad informativa desarrollada a través de cualquier medio de difusión: Prensa escrita, radio, televisión, cine informativo; es decir, reunión, redacción, revisión y difusión de noticias.

Cuando se trata de transmisión de noticias, el receptor espera que la información que se publica contenga todas las condiciones que la sociedad solicita para enterarse y operar sobre los hechos que ocurren en su entorno y que el medio por el que se publica la noticia lo satisfaga. Autores de textos sobre Géneros Periodísticos como Martín Vivaldi, José Luis Martínez Albertos y Emil Dovifat, entre otros, se han puesto de acuerdo en lo fundamental de esas características: verdad, claridad, precisión, concisión. (Torres, 2004:7).

En el concepto de verdad, es fundamental que estén integrados otros hechos propios del trabajo periodístico y que conforman una estructura, la que no deja dudas ni conduce a confusiones.

Imagen No. 7

Periodismo escrito, de las páginas de papel a la computadora.



Fuente: <http://www.facebook.com/PrensaLibre/> Fecha de recuperado: 20/08/2016

➤ Observación

El periodista debe saber distinguir entre los hechos y las opiniones o interpretaciones, impidiendo el caos y la propagación de rumores.

➤ Veracidad

Es la difusión de datos concretos, obviando información sin argumentos, capaz de atender contra la dignidad de las personas, evitando también palabras o calificativos implacables. Por lo tanto implica no hacer uso de la información que haya resultado ser falsa, y la obtención de información o imágenes de una forma poco digna.

➤ Respeto

A las fuentes informativas, cuando haya sido solicitado expresamente. Conceder el derecho a no brindar información, ni responder preguntas, a personas individuales y/o jurídicas. Mantener una distancia prudente a la intimidad e imagen de las personas. Respetar el principio de presunción de inocencia o culpabilidad, de las pesquisas concernientes a procedimientos penales en curso.

➤ Credibilidad

No admitir remuneraciones o gratificaciones de terceros. Para que no se ponga en tela de juicio el ejercicio de la actividad periodística con otras actividades inconciliables con la deontología de la información, como las relaciones públicas, la publicidad, y asesorías de imagen.

➤ Garantía

Tratar con especial cuidado toda la información que afecte a menores, evitando difundir su identificación cuando aparecen como víctimas (excepto en el supuesto de homicidio). También se evitará identificar a las personas próximas o familiares inocentes de acusados o convictos en procedimientos penales.

➤ Responsabilidad

Proceder con especial responsabilidad en cuanto a informaciones de contenido, que puedan originar discriminación de sexo, raza, creencias o extracción social y cultural, o de provocar el uso de la violencia.

➤ Objetividad

Es el respeto a la verdad de los hechos. Evitar la subjetividad porque se decodifica el mensaje. Es necesario tomar esto en cuenta, ya que la información no es exacta ni objetiva, al momento de transformarla en nota periodística, ya que se basa en un juicio. La noticia es la reconstrucción de un hecho de interés público. Cada periodista interpreta los hechos de acuerdo a sus considerandos personales.

➤ Inmediatez

Esta va muy ligada a la calidad de la información. Es un arma de doble filo, ya que puede representar un peligro o ser sinónimo de éxito. Debido a que los lectores buscan estar enterados de la actualidad, pero se debe ser cuidadoso con transmitir información veraz y de calidad, con la rapidez con que se dan las noticias en el mundo. Solo si se respeta la calidad de la información, la inmediatez será un valor.

➤ Claridad

Es el uso de un lenguaje común, ya que está dirigido a un público variado. El comunicador evita el uso de términos técnicos, y si lo hiciera, los expondría. La redacción contribuye a la claridad con el uso de las oraciones simples y oraciones coordinadas compuestas y adjetivas.

➤ Brevedad

La redacción ha de ser muy somera, y la nota debe ser breve, utilizando solo la información necesaria e imprescindible.

4.19. Los viejos pero actuales modelos periodísticos

Al desarrollo evolutivo de una comunicación articulada, con sentido propio y con una estructura determinada siguió entonces la actividad del periodismo, cuyo significado relevante se basó en la tipología de información que ésta actividad recababa. Para concretarse dicha actividad surgen entonces las estructuras mediáticas, conocidas en sus inicios como periódicos, significado que en párrafos anteriores se explica.

Estos, en el proceso de comunicación, son considerados como los canales, su contenido es el mensaje y ya la actividad de codificación y decodificación quedan a la responsabilidad del emisor y del receptor respectivamente. (Alonso, 1990:12).

Imagen No. 8

Los medios televisivos se convierten en medios escritos gracias a las redes sociales pero no respetan la seriedad.



Fuente: Guatevisión vía Twitter. @Guatevision_tv. Fecha de recuperado: 15/05/2016.

4.20. Las redes sociales se prestan a comportamientos poco serios

Los medios han demostrado que no por incursionar en las redes sociales mantienen la seriedad. En la figura (No.8) se puede constatar la falta de objetividad, credibilidad, garantía, respeto hacia el internauta y otras cuestiones enumeradas anteriormente. En este caso, el medio no muestra distinción clara entre informar y opinar y mezcla ambas cuestiones, creando confusión en el internauta, incluso en algunos hasta decepción, pues la seriedad que aparentan en sus transmisiones electrónicas quedan en ese medio, de lado.

4.21. Los géneros periodísticos, su definición y su diferenciación

Los géneros periodísticos son las distintas formas escritas que pueden adoptar los textos en prosa para referirse a un acontecimiento inmediato en determinada situación o espacio y que requieren relación con fenómenos, sucesos y personajes y estos tienen relación directa con el emisor y el receptor, y el mensaje es canalizado por medio de la prensa impresa. Elementos como la periodicidad, verosimilitud e interés público son características principales que se deben de tomar en cuenta en todo género periodístico. (Marín y Leñero, 1986:18)

Según Parratt (2007: 9) la comunidad científica suele coincidir en considerar que los géneros periodísticos no son cánones estáticos e invariables sino sistemas de referencia o modalidades discursivas que se modifican porque están en un proceso constante de evolución, como está sucediendo hoy día con el surgimiento de las TIC.

Los géneros periodísticos evolucionan de acuerdo a las necesidades de los receptores, de acuerdo al entorno en donde se encuentra el emisor y se adaptan a las diferentes circunstancias que benefician su redacción.

El periodismo en su expresión más general, utiliza varios elementos para dar a conocer su información, tales como: la noticia o nota informativa, el reportaje, la crónica periodística, el artículo, el editorial y la columna. Y estos se dividen en tres diferentes segmentos: los géneros informativos, los de opinión y los interpretativos o híbridos, éstos últimos no son más que la mezcla de los dos primeros.

Otra propuesta de división según Marín y Leñero es la siguiente: Los informativos; noticia, entrevista y reportaje. Los opinativos: Artículo (se divide en editorial, crónica y crítica o reseña). El género informativo tiene como objetivo informar sobre sucesos actuales con un lenguaje objetivo y directo. La persona que redacta el texto o el emisor, no aparece de forma explícita, debe abstenerse de emitir su opinión o juicios de valor en la noticia.

Son informativos ya que transmiten datos y hechos concretos para el público en general y pueden ser actuales o hechos con conocimiento previo de la sociedad. Los géneros informativos que se adaptan más a este enfoque son: la noticia o la nota informativa el reportaje y la entrevista.

Los géneros interpretativos son aquellos en los que, además de informar de un suceso o acontecimiento, el periodista expresa su opinión. Su finalidad es relacionar el acontecimiento con el contexto temporal y espacial en el que sucede el hecho. Además de la información, se ofrecen detalles, se relacionan datos, se avanzan hipótesis explicativas.

El autor aparece de forma más o menos explícita como testigo cualificado de los hechos que relata. Este género ha sido incorporado por el periodismo moderno para contrarrestar la influencia de otros medios de comunicación. Lo que la interpretación busca es dar mayores datos de contexto que expliquen los hechos, no que los califiquen.

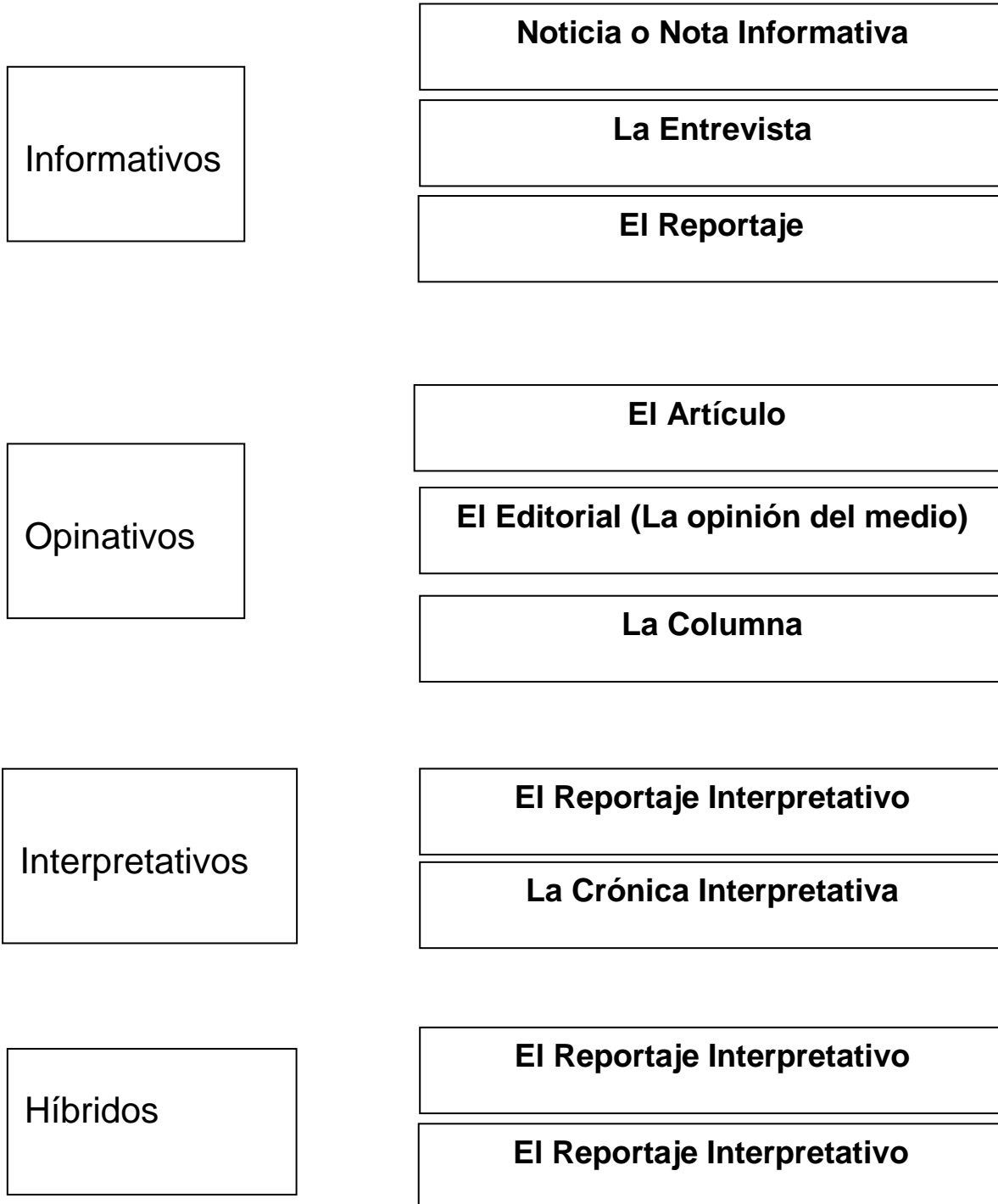
4.21.1. La interpretación también es considerada un género

El reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica. De conformidad con el periodismo anglosajón los textos se dividen en *story* (transmisión de historias e información desde el lugar de los hechos) y *comment* (emisión de opiniones sobre las consecuencias de los hechos que se relatan). Dentro de la división del *comment* se encuentran: el editorial, el comentario, la crítica, la tribuna libre y los artículos.

Marín y Leñero (1996:39) hacen una clara distinción de unos con otros, que básicamente, se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o la mezcla de estos dos elementos en sus contenidos, conocido éste último como híbrido y dan una clasificación de cada uno de ellos quedando de la siguiente manera:

Esquema 2

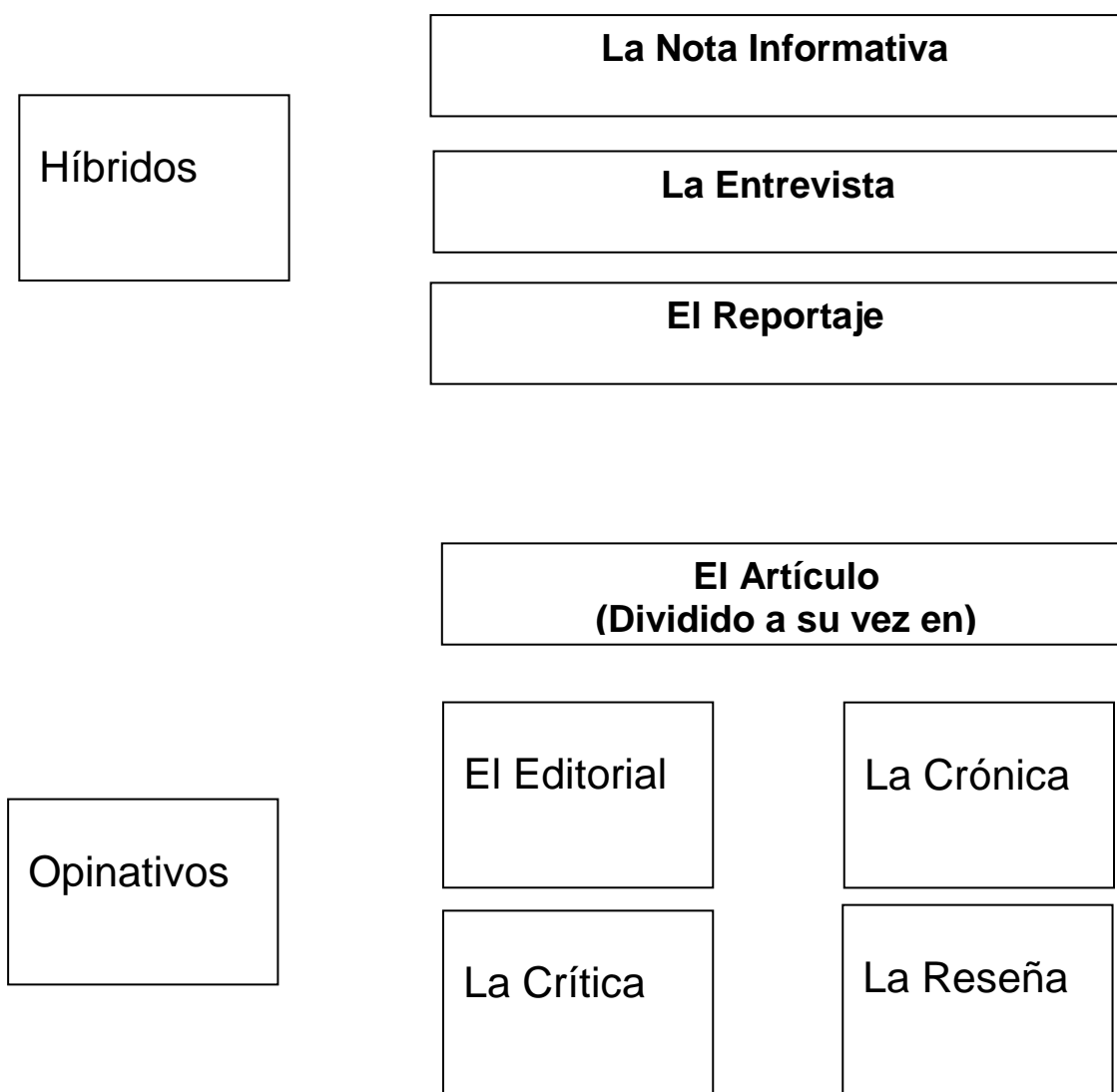
Estructura de los Géneros Periodísticos



Otra propuesta de los autores del libro Manual del Periodismo, Marín y Leñero (1996:39) es la que sigue.

Esquema 3

Otra propuesta de estructura periodística



Fuente: Marín y Leñero (1996:39)

Lejos de constituir compartimientos estancados, los géneros periodísticos se entremezclan y aún llegan a enriquecerse con elementos formales de otras disciplinas como el cuento, el ensayo y la novela. Sin embargo, siempre es posible determinar el género que predomina en cada texto periodístico. (Marín y Leñero, 1996:39).

4.21.2. Nota Informativa

Tanto Vivaldi como Leñero insisten en llamar a este género noticia, cuando otros autores hacen clara diferencia entre éste y la forma de presentarse ante el público o la estructura misma con la que ese hecho noticioso se presenta, denominándole al hecho como tal noticia y a la estructura con la que se presenta ese hecho como nota informativa.

En contraparte a Vivaldi y Leñero, al respecto Velásquez (2008:129) cita:

La noticia no se improvisa, era el eslogan del noticiero mexicano 7 Días, en la década de los 80. Con ello quería indicar que los sucesos noticiosos que interesan a la opinión pública son previsibles. Consiste en la política o en los intereses del medio para decidir qué temas va a abordar en su noticiero y desde qué perspectivas va a hacerlo. (SIC)

Para efectos de continuar en el desarrollo de la estructura noticiosa, se toma como referente lo presentado por los autores mencionados.

La Nota Informativa o noticia es considerada como el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. Tampoco es como los demás, un género “objetivo”, la sola jerarquización de datos con que se elabora implica una valoración, un juicio por parte del periodista, sin embargo, la Noticia o Nota Informativa es el menos subjetivo de los géneros. (sic). (Marín y Leñero, 1996:40).

Prosiguen Marín y Leñero: En la noticia o nota informativa no se dan opiniones. Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y permite así que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones. En la noticia o nota informativa no se dan opiniones. Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y permite así que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones. (1996:40).

4.21.2.1. Publicación sin el esquema tradicional de la estructura periodística.

En la imagen (No.9) Prensa Libre utiliza la red social Facebook y, a manera de interrogante emite también una opinión, puesto que en la entrevista del personaje que encarna a Kiko, jamás éste menciona o llama “chusma” a Doña Florinda. La nota hace ilusión a la frase hecha famosa por éste personaje cuando se desquitaba de la acción violenta en su contra por parte de “Don Ramón”.

Esta imagen también evidencia cómo los medios tradicionales no dan por sentada la formalidad de los nuevos medios electrónicos, como se les considera a las redes sociales hoy día. Muchos o quizá alguno de los lectores serios de este matutino no darán crédito a la nota que están observando y leyendo, puesto que al llevar el logotipo de Prensa Libre, se da por sentado que es este medio quien la firma y la respalda, evidenciando que, incursionar en la era digital conlleva incluso dejar la formalidad y la seriedad de lado.

Imagen No. 9

Los medios no distinguen la ficción de la realidad.



Fuente: <http://www.facebook.com/PrensaLibre/> Fecha de recuperado: 20/05/2016

4.22. El surgimiento del periódico

Entre las técnicas modernas de expansión del periodismo se encuentra el periódico, cuya palabra busca identificar de alguna manera a los únicos libros que pierden constantemente su actualidad por depender su contenido de los acontecimientos diarios. Los periódicos son constantes y cambiantes edición con edición, sin embargo, son una rica fuente de consulta, pues se convierten en la memoria de la comunidad donde se publican. Ochoa (2003:5) citado por Ochoa (2004:4)

Periódico es una palabra descrita por el Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno (1996:446) como adjetivo que se produce a intervalos regulares. Adjetivo del impreso que se publica regularmente. Esta palabra no indica exactamente que la publicación que aquí se denomina sea diaria, lo que indica que su publicación puede darse día a día, semana a semana, mes a mes, para cuyas diversas estructuras, se van aplicando los diversos géneros periodísticos.

Kayser (1979) indica que existen diarios de información general que tienen por objeto constituir una fuente de información. Define al medio escrito como una tribuna desde donde se señalan todo tipo de hechos acaecidos en determinado lugar y tiempo, sin que haya una participación en el mismo por parte del lector, razón por la cual, no se les puede considerar a los periódicos como medios de comunicación social, sino más bien medios de difusión social.

Para determinarle un nombre a los medios de información escrita se utilizó el vocablo periódico, justificado en la periodicidad en la que estos son publicados. Su aparición en la vida cotidiana ha suplido con mucha ventaja a la circulación de folletos y pasquines que, en épocas pasadas, eran los vehículos de circulación de las ideas políticas. Jackes Kayser (1979). Citado por Ochoa (2004:5)

4.23. El medio impreso y sus elementos

Barthes, citado por Paoli (1983:12) dice que escribir es ofrecer la última palabra al otro. “La razón de ello es que el sentido de una obra (o de un texto) no puede hacerse solo, el autor nunca llega a producir más que presunciones de sentido”.

Toda infografía se sustenta en textos escritos y necesita de ellos para una mayor expresividad narrativa. Sin embargo, el fundamento de la infografía está en la iconicidad, en los elementos figurativos o plásticos, que le confieren su propia identidad informativa.

Toda la simbología es válida. No obstante, cada periódico suele utilizar sus propias representaciones icónicas. El lector se acostumbra a ellas. Los alumnos, cada día más acostumbrados al mundo de los signos, son capaces de interpretar intuitivamente casi todos los que se les presentan.

En una infografía, el texto y los números cobran valor icónico al estar relacionados con otros símbolos o dibujos. Esto ejerce de instrumento motivador tanto hacia un tipo de lectura textual como icónica.

4.23.1. La expresión gráfica, el diseño y la diagramación

El periodismo como tal también ha ido evolucionando significativamente y, de pasar de ser simplemente un proceso comunicativo, se ha pasado a la trasmisión de dichos mensajes por medio de los periódicos, utilizando lo que hasta nuestros días se conoce como comunicación gráfica.

La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana. Se usan dos clases de imágenes: las ilustraciones y los símbolos visuales. El término “ilustraciones” incluye fotografías, pinturas y dibujos. Las palabras se representan

gráficamente mediante símbolos de diversas formas llamadas letras. Estas letras y las palabras que forman se llaman símbolos porque nada en ellas puede relacionarse con los objetos o ideas que representan. El símbolo representa algo más debido a una convención, es decir, un acuerdo entre sus usuarios. (Turnbull y Baird, 1986:13).

Frascara (2000:25) citado por Sagastume (2006:4) señala que para entender las funciones del diseño gráfico es necesario saber qué es el diseño gráfico (sic) y recurre al desenvolvimiento de los términos “la palabra diseño se utilizará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales, utilizando para ello tecnologías específicas. Se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad comunicacional.

La palabra gráfico califica a la palabra diseño pero juntas por etimología se les conoce como diseño gráfico, uno arreglador del otro, y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. Las dos palabras juntas: diseño gráfico, desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión que supera un estilo de presentar las noticias bajo un formato determinado. (Frascara, 2000:25)

Las carreras universitarias en comunicación incluyen en sus pensa el curso específico para enseñar a los estudiantes a la repartición de elementos. La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, denomina a este curso: Expresión Gráfica, Diseño y Diagramación.

Su contenido busca la enseñanza del proceso de integración de las páginas físicas de los periódicos, en donde cuenta incluso el punto focal del personaje, el cual debe encontrar la mirada del personaje con el final del texto, en el entendido que se escribe de izquierda a derecha, el personaje debe ser ubicado en la parte izquierda y su mirada hacia la derecha a fin de encontrarse con el texto y mantener el punto

focal siempre. No hacerlo es faltar a una de las normas más importantes establecidas por los expertos del diseño y de los propios psicólogos.

En contraparte, el diseño gráfico abarca toda aquella figura que se pueda visualizar y que ha sido trabajada con un propósito. La denominación “diseño gráfico” ha quedado desactualizada con relación a las múltiples tareas que hoy lo definen, y se debe cambiar su denominación por la de diseño en comunicación visual como evolución tecnológica del periodismo tradicional al digital y el aporte de canales como las propias redes sociales, porque se refiere a un método de diseño, un objetivo, la comunicación y un medio, lo visual. (Leonas, 1997:18)

La diagramación o maquetación surgió junto con los diferentes métodos de reproducción gráfica utilizados por el ser humano, desde la época en que los chinos, hace aproximadamente 1000 años, obtenían grabados e imprimían con xilografía, la cual fue la pionera de la imprenta, ésta consistía en grabar sobre madera, con herramientas punzocortantes. Manual de Diseño y Diagramación de Documentos, (2007:3).

4.23.2. Elementos de la diagramación

González (1998:15) que el padre de la Diagramación Moderna es Erick Christiansen y al respecto de este arte, plantea lo que se entiende por diagramación al ordenamiento de elementos gráficos en un espacio determinado, según el soporte: La hoja de papel o cualquier superficie sobre la cual se trabaje. Además agrega que los elementos más importantes de la diagramación son:

- Los signos: Líneas, visibles o invisibles (que se miran), colores, texturas, espacios en blanco, letras, entre otros.
- El mensaje: Mueve todo el diseño y es conocido como el texto sobre la mancha.
- Imagen: Más que ilustrar el objetivo de la imagen es complementar el mensaje y enriquecerlo.

Cada elemento gráfico que actúa en la composición tiene una función concreta para lograr establecer el equilibrio. La distribución de los elementos dependerá de la composición que determine el diseñador gráfico, ésta puede ser simétrica o asimétrica, siendo la simétrica la más adecuada para trabajar en prensa.

4.23.3. La retícula

Con la retícula, la superficie de trabajo se subdivide en campos o espacios más reducidos a modo de reja, los campos o espacios pueden o no tener las mismas dimensiones. Los campos se separan uno de otro por un espacio intermedio con el objetivo de que las imágenes no se toquen entre sí, mantener la legibilidad y permitir colocar texto bajo las imágenes o ilustraciones pero siempre en completa armonía entre estos dos elementos enriquecedores del formato que permitirá presentar ese hecho noticioso a la comunidad. (Muller,1982:11).

La retícula es utilizada por diseñadores gráficos, tipógrafos, fotógrafos, entre otros, para solucionar los problemas visuales de carácter bidimensional o tridimensional. Sirve para la configuración de anuncios, catálogos, libros, revistas, fotografías y canto medio de información impresa necesite dinamismo. La reducción de los elementos visuales y subordinación al sistema reticular puede producir la impresión de armonía, transparencia, claridad y orden que favorece la credibilidad y confianza de la información.

Es decir pues, que la retícula es un croquis o esquema que posibilita la división y organización de manera consecuente y lógica de la información e imágenes dentro del campo visual, teniendo como objetivo principal una fácil lectura y comprensión del diseño por parte del lector, implicando incluso un estudio psicológico al respecto.

4.23.4. La fotografía y su aporte al diseño

Las fotos se conciben la mayoría de las veces sin retícula, raras veces un fotógrafo sabe en qué contexto visual se empleará su fotografía. Constantemente se utiliza en diferentes tareas, por lo que no se puede determinar con anticipación el tamaño de la fotografía con la que aparecerá en su destino final. Sólo cuando el fotógrafo y el diseñador trabajen en estrecha colaboración resultará posible que el fotógrafo sea de concebir la toma de sus fotografías con ayuda de la retícula que ha desarrollado el diseñador gráfico.

El fotógrafo puede colocar el dibujo de la retícula sobre el vidrio mate de su cámara y disponer los objetos que deba fotografiar, o bien monta la retícula con una estructura de metal, por ejemplo, introduce los objetos en esta retícula y los fotografía de este modo junto con la retícula misma. Ambas posibilidades han sido ya puestas en práctica con éxito. Evidentemente el trabajo es difícil y exige mucho tiempo, pero el esfuerzo de este trabajo se ve reflejado en los resultados.

La ubicación de los componentes comunicativos: fotografías, infografías y las palabras en una hoja en blanco, de manera armoniosa, y atendiendo a las técnicas de lectura del receptor, harán de esta actividad lo que se conoce en el lenguaje periodístico como diagramación.

La diagramación es el repartimiento de los diferentes elementos comunicacionales en una hoja de papel, que ha visto su evolución, ahora a la computadora y por medio de programas específicos de diseño, como los denominados *Photoshop*, *Indesing*, *FreeHand*, entre otros.

Estos elementos se fueron dando después del invento de la imprenta y se han ido incorporando en el proceso de su invención o popularización, así por ejemplo, el primer elemento adicional que se ha dado al texto es la fotografía, el color y ahora

la infografía, todos son elementos que aportan al contenido textual, otros, como la infografía, han en ocasiones, suplantado totalmente al texto.

De acuerdo con las investigaciones de Jacob Nielsen, hay un movimiento horizontal en la parte superior del área de contenido, de izquierda a derecha, luego, se regresa, hay un movimiento vertical por la parte izquierda de la hoja. Hay un segundo movimiento horizontal pero más corto que el anterior y, finalmente un movimiento vertical en la parte izquierda de la pantalla. Franco (2008:88) citado por Monroy (2010:23).

Los profesionales en la psicología, han establecido que el ser humano necesita de un espacio de tiempo para memorizar lo leído con anterioridad y este espacio de tiempo se traslada al periodismo con la diagramación y el uso intercalado del texto con las imágenes.

La diagramación entonces son los elementos como imágenes complementarias del texto que configuran y dan personalidad a cada una de las páginas de un periódico. Entre estos elementos están el texto, las imágenes como las fotografías, los mapas, los dibujos y otros auxiliares como el color, los recuadros invertidos y los mismos espacios en blanco y es a la armonía de estos en un espacio aplicado a la prensa escrita que se le conoce como diagramación y cuyo padre de la misma se sigue reconociendo a Erick Christiansen. (Christiansen 1989:47)

4.23.5. La infografía

Es la combinación de elementos visuales que aportan un despliegue gráfico a la información y se utiliza fundamentalmente para brindar información compleja, que mediante la representación gráfica puede sintetizarse, establecerse o hacer más atractiva su lectura.

Estas formas de representación tienen la capacidad de que los intérpretes comprendan de una manera más fácil los acontecimientos, acciones o cosas que suceden en la actualidad, de esta manera los relatos se ven acompañados de otros elementos dispuestos en una representación estética agradable que suele ampliar y facilitar la comprensión de la información periodística.

Desde la aparición de las computadoras y programas de diseño gráfico, los periódicos y telediarios comenzaron a presentar la infografía a sus intérpretes como una novedad periodísticas que asociada al cambio de diseño como recurso de muchos de los medios.

La infografía es un proceso periodístico que genera gráficos e ilustraciones integrales e independientes de un periódico o revista, gracias al aprovechamiento de herramientas informáticas.

La infografía es uno de los medios más importantes que poseen los periódicos y las revistas para transmitir información clara, asequible y precisa, mediante textos, imágenes, mapas, gráficos y todo tipo de iconos. La infografía hace posible la lectura por encima de un periódico, es un instrumento de motivación y de utilidad máxima para cualquier trabajo de investigación e ilustra el contexto de la comunicación. www.uhu.es/cine.educacion/infografiaperiodico.htm. Recuperado el 24/06/2015

Una infografía, en un periódico, es un diseño gráfico que consta de variedad de información tanto escrita como icónica y que para su realización ha necesitado de la informática. En general el término se utiliza para toda aplicación informática en diseño gráfico o animación. Por ejemplo: las cabeceras de los programas de televisión se hacen mediante métodos info-gráficos. En los periódicos digitales, las infografías pueden ser fijas o con movimiento.

La infografía siempre se basa en imágenes, a las que se acompaña texto o gráficos. La importancia didáctica radica en la facilidad con que sugiere al lector lo más significativo de la noticia y los elementos que la hacen más asequible. Cuando los acontecimientos referidos tienen que ver con localizaciones geográficas, los mapas van acercando gradualmente al lugar de los hechos.

Se presenta por lo general un mapamundi, en el que se señala el punto aproximado. Se amplía posteriormente el lugar indicado, con más detalles; límites geográficos o ciudades importantes, sin dejar de señalar el emplazamiento exacto. Finalmente, suele darse una última aproximación en la que se amplía totalmente una zona, el plano de una ciudad por ejemplo, con el fin de dejar al lector en la posición exacta de los hechos que se relatan.

Los mapas se acompañan de imágenes, textos, números, líneas, iconos, tramas o colores, etc., y todo elemento que haga más inteligible la noticia para facilitar al lector hasta sus últimas consecuencias la interpretación correcta del suceso.

En ocasiones un dibujo es la base de la infografía pues dice mucho, envía demasiada información, reta a la imaginación e ilustra el contexto de la comunicación. Se acompaña de elementos gráficos, texto o mapas. Hace no muchos años no era tan fácil encontrar dibujos en el periódico, pues los gráficos los realizaba un delineante o dibujante, recurriendo a labores de investigación, excesivamente lentas y minuciosas; hay que añadir la complejidad de elaboración de planchas o grabados, que dificultaban la rapidez en la impresión. www.uhu.es/cine. Recuperado el 24/06/2015.

El periódico debe salir en un día, por lo que la informática y la gran cantidad de información que los periódicos poseen en sus bases de datos, logran que con programas adecuados, un dibujo complejísimo por su estructura informativa, sea posible realizarlo en pocas horas de trabajo y con niveles de exactitud difíciles de imaginar hace años.

Se pueden ya encontrar en periódicos y revistas, infografías que son ellas mismas la noticia completa. El mapa del tiempo, por ejemplo, tiene los elementos necesarios como para que no sea imprescindible leer el texto.

La infografía es un gancho más para entrar en el texto, motivando hacia la lectura. El lector es captado por los dibujos, los gráficos o los mapas, y si necesita mayor cantidad de datos lee lo escrito. La labor didáctica de la infografía se encuentra en su propia capacidad de generar necesidades informativas, de completar referencias, relaciones y nuevas circunstancias para entender con más claridad la complejidad de una noticia.

La infografía, si la noticia se considera de importancia durante varias jornadas, va complementando gradualmente la información, aportando secuencialmente nuevos datos que se conocen día a día. Si es una guerra, los mapas van cambiando conforme uno y otro bando van ganando terreno, o varían las relaciones entre los diversos elementos.

La iconografía que se crea, como veremos más adelante, es muy variada y facilita la lectura y comprensión del texto escrito.

4.23.6. Mapas

Muchas infografías incluyen como objeto importante el mapa. Mapas de situación, mapamundi, itinerarios sobre el mapa, localizaciones. Es fundamental situar correctamente al lector en el terreno exacto de los hechos, sobre todo cuando geografía política, dada la velocidad de los cambios políticos y culturales, es tan cambiante.

Un movimiento de personas o ideas, el recorrido de un satélite, de unas tropas, de un grupo humano migratorio, de personas que se introducen en un edificio para

cometer un delito; todo ello expresado sobre un mapa o plano, facilita la comprensión del texto y motiva a su lectura.

4.23.7. Dibujos e ilustraciones

El dibujo, clave de la infografía, entreverado con gráficos y esquemas, textos e iconos preestablecidos, es el que da sentido y vida real a la infografía, que desprende su nombre de dos palabras claves en el periodismo, info, de información y grafía de dibujo o gráficos. En muchas ocasiones, en las que la importancia de la noticia está en sus aspectos estadísticos, un dibujo hace que los datos o números cobren mayor significado motivador. Se logra así transmitir con mayor eficacia los datos de mayor importancia al mismo tiempo del interés que la noticia o comunicación posee, promoviendo en el lector deseos de continuar documentándose en el mismo texto sobre el asunto tratado. Salanova. www.uhu.es. Recuperado el 24/06/2015.

4.24. Infografía utilizada por los medios impresos en la actualidad

Cuando se habla de infografía periodística entiéndase muy bien la transmisión de mensajes periodísticos resumidos en la imagen, hechos, sucesos, acontecimientos de interés para la sociedad por medio de las figuras y tras la sustitución del texto. En ese contexto, se presentan cinco claves para entender la infografía como género periodístico: a) la infografía periodística es periodismo, b) utiliza lenguaje periodístico en los que se incluye la claridad, la concisión y la brevedad c) la imagen es absolutamente necesaria para componer la noticia, d) utiliza textos sumariales para complementar la información ofrecida por la imagen y e) está siempre encabezada por un titular porque la infografía debe contar una noticia por sí misma, sin necesidad de recurrir al texto del resto de la página para comprenderla. (Valero, 2007:18).

Imagen No. 9

La infografía, uno de los elementos aportados por la computadora



Fuente: Imagen de Google. Fecha de recuperado: 22/06/2016. 17:00 horas.

4.25. El fotoperiodismo

El fotoperiodismo es una manera gráfica y sintética de ejercer el periodismo. La imagen hablará por la cuartilla que el fotoperiodista obvia redactar, pero que en una cuestión estilística, detalla con la imagen captada. (Castellanos, 2004:15).

López (1988:33) citado por Castellanos (2004:18) afirma que la aparición del reportero gráfico o fotoperiodismo como otra actividad propia del periodista es consecuencia de la relación de la fotografía con los mecanismos de reproducción y las técnicas de impresión, las redes sociales más adelante harían surgir incluso al periodista digital. Plantea la situación del nacimiento de una profesión que será muy seductora, atractiva y apasionante para los periodistas de las nuevas generaciones y para los jóvenes a los que les gustan los riesgos y la aventura, pero que ésta iría cambiando en la medida en que los propios tiempos lo vayan haciendo.

Marco Antonio Cruz, un reconocido fotógrafo mexicano consideró que la historia de la humanidad cambia profundamente cuando se incluye por primera vez una imagen en los medios de información impresos, creando con ello, el género de fotoperiodismo. El valor del fotoperiodismo es documentar fielmente la historia del hombre.

Por otro lado Newhall (2002:249) asegura que casi contemporáneos con la invención de la fotografía fueron el nacimiento y crecimiento de la prensa ilustrada, la primera revista semanal que dio preferencia a las fotos sobre el texto fue *The Illustrated London News*, según éste teórico.

Las ilustraciones eran grabados en madera de bocetos hechos sobre dibujos, pinturas y en ocasiones a partir de fotografías. Los escasos grabados en madera que se hicieron sobre fotografías y fueron publicados en revistas a mediados del siglo XIX carecen de calidad fotográfica.

La razón por la que la fotografía tuvo tan poco impacto sobre la prensa ilustrada fue mayormente tecnológica pero también estilística, debido a que el público lector se había acostumbrado a los grabados sobre madera y los directores no encontraban motivos para modificar un sistema periodístico colectivo que había sido tan exitoso. Los grabados en madera poseían relieve y eran elaborados en bloques, exactamente a la altura de las letras de la imprenta, sin embargo, poco tiempo pasó para que este nuevo elemento ilustrativo revolucionara al periodismo y diera en nacer otro género, el de fotoperiodismo. (Newhall, 2002:249).

Señala además que hasta la década de 1880 no existió un proceso fotomecánico que permitiera imprimir esos bloques en relieve y el texto en máquinas rotativas rápidas, a pesar de que desde el nacimiento de la fotografía se realizaron muchos experimentos para reproducir con tinta la imagen fotográfica.

La primera revista ilustrada que fue planificada para utilizar exclusivamente fotografías fue la *Illustrated American*, el 22 de febrero de 1890 se publicó su primera edición, lo que hace constar que la fotografía en el periodismo ha superado el siglo, dicha revista por ejemplo, contenía seis fotos de la Armada de Estados Unidos, 21 de la exposición del Westminster Kennel Club, ocho de la oficina de Correos de Chicago, 15 de una producción de *A vuestro gusto* de Shakespeare, seis de diversos lugares históricos en Bordentown, 14 para ilustrar un viaje a Brasil y cinco sobre los últimos modelos de sombreros para damas. Los periódicos quedaron retrasados frente a las revistas, aunque no tardaron en adoptar el nuevo aporte de la tecnología e implementarlo en sus páginas.

El drama inmediato de los accidentes, las emociones exageradas que reflejan los rostros ante un desastre o un delito, la acción violenta y fugaz de los deportes, son motivos que la cámara puede transmitir vívidamente aún cuando sea igualmente una imagen estática, pero eso se llama, estado de ánimo. (Newhall, 2002:257).

Constantemente los fotógrafos de noticias obtienen posibilidades para obtener grandes fotografías periodísticas, pero debe quedar claro que estas no se realizan accidentalmente. Veintidós fotógrafos que representaban a periódicos de Nueva York y de Filadelfia se dieron cita el 6 de mayo de 1937 en Lakehurst (Nueva Jersey), para cubrir la llegada del dirigible Hindenburg, tal suceso se consideraba digno de noticia periodística.

Cuando apareció el gran gigante desde el Atlántico y los fotógrafos se disponían a capturar sus fotografías aparecieron repentinamente llamas en el casco del dirigible, el cual cayó al suelo en 47 segundos y las fotos que fueron tomadas en esa ocasión son hasta la fecha recordadas y de gran valor histórico. Las imágenes fueron llevadas a Nueva York y todos los diarios metropolitanos contaron la tragedia con imágenes y no con palabras.

A finales de la década de 1920 había más revistas ilustradas en Alemania que en cualquier otro país en el mundo. En 1930 su circulación conjunta alcanzaba los cinco millones de ejemplares por semana y llegaba aproximadamente a por lo menos veinte millones de lectores. Pero mucho más importante que la popularidad de esas revistas era la forma en que las fotografías y el texto se integraban en una nueva forma de la comunicación, conocida hoy día como la expresión gráfica y la diagramación o el diseño de periódicos y revistas y que recibió el nombre de: Fotoperiodismo.

Este nuevo estilo propuso una colaboración activa entre periodistas y fotógrafos. Los líderes de este nuevo movimiento fueron el *Berliner Illustrierte Zeitung*, fundado en 1890, el *Arbeiter Illustrierte Zeitung* fundado en 1921 y el *Münchener Illustrierte Presse*, fundado en 1923.

En poco tiempo Estados Unidos adoptó un estilo fotoperiodístico basado en la prensa ilustrada alemana y en la vivaz revista ilustrada francesa *Vu*, dirigida brillantemente por Lucien Vogel, la cual fue fundada en 1928. En 1929 Erich

Salomon viajó a Estados Unidos, su visita dejó frutos y muchas de sus fotos aparecieron en las revistas del empresario Henry Luce, *Time* y *Fortune*. En 1934, Luce imaginó una nueva revista que debía ser el Libro Espectáculo del Mundo. La fotografía era la novedad de entonces, era una de esas nuevas tecnologías de la época, aceptada por todos y enriquecedora de los textos fríos. (Newhall, 2002:260).

Continúa relatando, la primera edición de la nueva revista que recibió el nombre *Life*, haciendo su primera aparición el 23 de noviembre de 1936. En su portada aparecía una fotografía industrial realizada por Margaret Bourke- White, se trataba de la construcción de un gran dique cerca de Fort Peck, el estilo era el mismo en que ella se había destacado con sus fotos para *Fortune*. La nota que correspondía a esa portada no se enfocaba sin embargo en la construcción de la misma, sino la vida de los operarios de ese dique, que vivían con sus familias en ciudades temporarias del desierto.

En *Life* se publicaban fotografías de dos tipos: las de informaciones procedentes de diversos lugares, que eran aportadas en su mayor parte por agencias de noticias, y las de notas especiales, que eran escritas y fotografiadas según encargo por los miembros del equipo. Independientemente, en la misma época fue fundada por Gardner Cowles y John Cowles, otra revista similar que recibió el nombre de *Look*.

4.25.1. Aporte de la fotografía al periodismo

Las fotografías han sido combinadas con la palabra impresa no como ilustraciones literales, sino para su mutuo esfuerzo, con los que pueden leerse nuevos sentidos en ambas, aunque una debe reforzar a la otra y viceversa. (Newhall, 2002:282).

La fotografía no es un simple complemento del texto de la noticia o únicamente un recurso estético. La fotografía, como resaltó Miguel Berrocal, fotógrafo de ABC, en la décima Jornada de Fotoperiodismo, edición y diseño en prensa de la Universidad CEU San Pablo, “puede llegar a pesar lo mismo que un editorial”, de ahí que se

considera al caricaturista como un líder de opinión en los temas que le compete. (<http://noticias.universia.es>) Fecha de recuperado: Marzo 18 de 2016. 19:20 horas.

Por lo tanto, no se puede afirmar que la fotografía tenga mayor o menor importancia que el texto o descripción, es decir, ambos son el resultado de un trabajo en equipo, que requiere esfuerzo tanto por parte del fotógrafo, como del redactor, para poder presentar o informar de manera diferente y más completa, ambos también, buscan mejor aceptación al ojo humano y mejor comprensión del texto por parte del lector.

Volviendo a la historia, Newhall (2002:263) señala que las fotografías más convincentes, dramáticas y conmovedoras de la Segunda Guerra Mundial fueron tomadas por los fotógrafos de las diferentes revistas de la época, quienes sufrieron persecución, pero que también esto fue dando a la creación de los reporteros gráficos de corte oficialista. La guerra de Vietnam estuvo más cerca de la población que ningún otro conflicto anterior, gracias a valientes fotógrafos y operadores de la televisión. Sin duda, los anteriores son algunos de los ejemplos más relevantes en los que se manifiesta el gran aporte de la fotografía en el periodismo.

Vilches (1987:77) concluye que “La foto de prensa en ningún momento es más simple que el texto escrito, por el contrario, lo refuerza y da una clara idea del estado de ánimo del entrevistado o del hecho en sí. Su estructura es compleja en igual medida que lo es el texto escrito, y tanto uno como el otro son productos de diversas transformaciones discursivas. La foto de prensa no es ni una ilustración del texto escrito ni tampoco una situación del lenguaje escrito. Tiene una autonomía propia y puede considerarse como un texto informativo basado en la luz del color y el estado de ánimo. Sin embargo, no es indiferente al contexto espacial del periódico.”

“Finalmente, podemos decir que bajo ciertas condiciones de comunicación como las arriba descritas, la foto y el texto escrito pueden originar de hecho posibilidades para desarrollar ciertos procesos cognoscitivos a través de la información periodística.”

4.26. El perfil del periodista tradicional y la propiedad de los medios

Para Maletzke (1976:22), estudioso de la psicología de la comunicación social, quien hace las anotaciones en el campo de la comunicación social, propiamente estudiando el perfil del comunicador, toda persona o grupo de personas que participen en la producción social, sea de modo creativo, informativo, configurador y selectivo controlado, transmite un mensaje; el mensaje de acuerdo a su contenido, su forma circunstanciada de a quién se dirige, los medios con los cuales los difunda y su alcance, depende por un lado del propio comunicador en cuanto a personalidad y por otro lado de sus relaciones sociales en general. Con este autor empieza a cobrar fuerza el término del nuevo periodista ciudadano.

Quien redacta notas informativas, entrevistas y reportajes se llama reportero; al que elabora artículos, articulista; al que hace editoriales; editorialista; al que hace columnas, columnista y al que ejercita la crónica, cronista. Pero todos los que hacen del periodismo como su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son periodistas. (Leñero y Marín, 1986:18).

Según Fernández (1994:41), en los países en donde existe un sistema descentralizado de decisiones, la mayor parte de los recursos que entran a los medios impresos no dependen de subsidios estatales, empero, cuando a un gobierno le interesa promocionar sus avances, se convierte en ese apetitoso cliente potencial, aun así, responden a intereses de los grupos que los financian o se someten diariamente a una suerte de votación entre sus lectores y anunciantes en competencia con otras publicaciones.

Se ha vuelto normal que en la organización de dichos medios de comunicación social se observe un conflicto de intereses económicos de la empresa, representados por la administración, los objetivos sociales y políticos de la institución, representados por la redacción.

La unidad de redacción de un medio de comunicación escrito entiende que su función es ganar adeptos entre sus lectores y servir a los intereses del bien común, no del patrimonio de los privilegios. Se debe tomar en cuenta que una alianza no escrita entre la propiedad de los medios de producción, el régimen de gobierno que la sustenta y las fuerzas armadas que lo respaldan, constituye una trampa de intereses y reflejos condicionados. Dicha alianza reacciona cuando las publicaciones se atreven a sostener criterios que van en contra del sistema, o abren sus páginas a la opinión y a la información de los enemigos de éste.

De conformidad con González (1977:55), actualmente, en su mayoría, los medios escritos pertenecen a los intereses privados y se encuentran sometidos a las normas legales comerciales, es decir, su organización es como la de una empresa comercial y la información que se transmite sigue siendo una mercancía, con la que incluso se dan a la tarea de acosar a su principal cliente, el gobierno de turno.

El más complejo acto de equilibrio de una sociedad se da cuando la prensa, siendo parte del poder privado y por tanto, aliada nata de éste, se separa de él en las ocasiones en que el poder público intenta regularla y someterla para indagar en la justicia de aquellas tentativas. Su papel es arbitral o mediador, porque siendo un procurador social y personal que hace un ajuste de cuentas, a menudo debe cambiar de rutina y ser un observador muy riguroso de los intereses antepuestos. En el sistema capitalista sin embargo, muy rara vez se puede encontrar un gremio periodístico independiente, particularmente porque los medios no dejan de ser empresas comerciales (Fernández, 1994:122)

Manifiesta Fernández (1994:123), que:

En los países en donde la prensa es propiedad del Estado o depende de él para su subsistencia, la autoridad no necesita recurrir a otros mecanismos de coerción, como la censura, la persecución de los disidentes y el control de suministros, con el fin de ahogar la libertad de expresión, como sí lo hace cuando ésta está en manos privadas, aunque si recurre a la asfixia económica por medio de sus anunciantes. En una sociedad libre, ciertos medios de comunicación, de propiedad privada, que han limitado el crecimiento de otros medios a través de prácticas monopolistas, pueden dañar el régimen de opinión pública que les ha permitido prosperar. La mejor invitación a la regulación la hacen los medios de comunicación que, sin darse cuenta, o a pesar de saberlo, adoptan esa actitud unilateral y dogmática característica de la oligarquía. En Guatemala se cita

el ejemplo de la revista crónica, asfixiada por orden gubernamental cuando el entonces presidente Álvaro Arzú girara orden de no pautar so peso de persecución fiscal.

Sin embargo, los periodistas que representan los medios escritos deben velar para que las consideraciones pecuniarias sean totalmente ajenas al criterio de selección de lo que debe o no publicarse, aunque está claro que esto no depende del periodista o del reportero, sino de la agenda mediática establecida por el periódico como empresa comercial con sus anunciantes, aún este sea el propio gobierno. De conformidad con Fernández (1994:43), el mayor grado de respeto lo logra un medio de comunicación, en la medida en que publique noticias u opiniones que pueden repercutir en contra de su propio ideario o de los intereses y preferencias de sus dueños.

La prensa como integrante del cuerpo social, en su papel como parte consciente colectivo, debe colocarse en un punto intermedio entre los individuos, los grupos de presión y el poder público. Tanto las instituciones públicas, como privadas, pueden tener injerencia en las opiniones emitidas por los medios escritos de comunicación, con la finalidad de influir en la opinión pública y guiar su comportamiento de una forma determinada, atendiendo a sus intereses particulares, ganando así más adeptos que compartan su ideología.

Sin embargo, queda establecido que para que exista una transmisión de información objetiva, se necesita el respaldo económico y social de las instituciones (públicas o privadas), de manera independiente y desinteresada, buscando el bienestar social.

4.27. Las redes acercan el pensamiento de grandes pensadores como Noam Chomsky

Chomsky da una aportación fundamental a la lingüística moderna, con la formulación teórica y el desarrollo del concepto de gramática transformacional, o generativa, cuya principal novedad radica en la distinción de dos niveles diferentes en el análisis de las oraciones: por un lado, la estructura profunda, conjunto de

reglas de gran generalidad a partir de las cuales se genera, mediante una serie de reglas de transformación, la estructura superficial de la frase. La estructura profunda es aquella que contiene el significado del enunciado. La estructura superficial, en cambio, es la forma según la cual se presenta la oración. (Chomsky, 1979:26)

Imagen No. 10.

Chomsky y la estructura profunda al analizar el sistema de medios



Fuente: Cuenta oficial en Twitter de Noam Chomsky. @noamchomsky_es.

4.28. La computadora

No cabe duda de que las últimas décadas han estado plagadas de cambios significativos para el desarrollo de la humanidad, como lo fue en su momento la signifiación de la imprenta, lo es hoy el surgimiento de ese aparato receptor conocido como computadora, uno de estos cambios está relacionado con la invención de la computadora eléctrica. Como bien dice Long (1990:30), “el invento de la computadora por John V. Atanasoff (1942) puede considerarse como uno de los sucesos más significativos de la historia”.

A continuación, se abordará la perspectiva histórica de esta invención que pronto revolucionaría al mundo en temas como la comunicación y el periodismo y la cual brindará una idea más detallada acerca de las raíces de este curioso artefacto. Para empezar se hace necesario brindar una breve definición de lo que es una computadora. Se trata de una máquina que procesa información, resuelve problemas y maneja símbolos; la solución de complejos problemas matemáticos es solo una de sus muchas capacidades, el internet la haría revolucionar imaginariamente. (Scheffer, 1986:99).

Todo ha cambiado radicalmente por el uso de una herramienta inventada hace cincuenta años: la computadora, y sobre todo por el uso del PC o Personal Computer, por sus siglas en inglés, considerado como el Big Bang de nuestro tiempo, o quizá como lo llama Newsweek, el Bit Bang, término que representa la unidad más elemental de información y por la que se mide la cantidad de información procesada de las computadoras. (Nesweek 1995:4)

El editorial de la revista Newsweek de febrero de 1995 (trataba sobre la explotación de los bits) acuña el término para referirse a la importancia que los bits aglutinados en un computador tuvieron en esta revolución industrial de la información.

Aunque el término se utilizó desde los años treinta, fue empleado esta definición bits en 1948 por el ingeniero Claude Shannon. Aquel año, Shannon elaboró un artículo sobre el tema que tituló *A mathematical theory of Communication* (Una teoría matemática de la comunicación) y usó la palabra para designar el dígito binario. (Nesweek 1995:4)

Por otro lado, Nicolás Negro Ponte asegura que un bit es el elemento digital más pequeño de la cadena de ADN de la información, que describe el estado de algo. Cita como ejemplo de esto el estado (apagado o encendido) de algo, lo verdadero o lo falso o bien, lo blanco y lo negro. Según Negro Ponte, los bits han constituido el elemento básico de la computación digital. Digitalizar, prosigue, tiene muchas ventajas como la compresión de datos y corrección de errores. (Negro Ponte, 1995:18)

4.29. La informática

La revolución informática ha venido a fortalecer las tendencias a la descentralización, al contrario de la revolución industrial que significó la centralización entendida por el agrupamiento de las fuerzas de trabajo en plantas industriales, centralización en infinitud de aspectos en la vida cotidiana.

La sociedad informatizada ha creado para la investigación y el desarrollo, no sólo su impulso, sino también su metodología comprendida en la teoría de sistemas, y su instrumental, comprendido por las nuevas tecnologías de la información o la también denominada nueva tecnología intelectual, como prefiere identificarla Daniel Bell. (Joyanes, 1997:20)

Prosigue Joyanes Aguilar la universalidad de la sociedad informatizada queda plasmada con toda claridad en las reflexiones de Toffer, él utiliza la metáfora del devenir histórico como una sucesión de olas; hoy, la tercera ola se dispone a ocupar los intersticios de la vida y alcanzar a todos los miembros de las naciones, convirtiendo al mundo, más que nunca, en una verdadera comunidad internacional. Un buen objetivo producido por la informatización de la sociedad sería: una sociedad sin clases y el fin transparente de la historia. (sic).

La tecnología informática ha venido a repercutir en las sociedades en dos grandes etapas: la sociedad de la información, antes de la explosión de la multimedia, realidad virtual y las modernas redes de comunicaciones y computadoras.

La nueva sociedad informedia fue producida por la integración de la sociedad de la información, tras la explosión de las nuevas tecnologías de la información, fundamentalmente la multimedia, la realidad virtual y las nuevas redes de comunicaciones.

El término informedia comienza a ser utilizado, aunque todavía no con gran frecuencia y se incluye pese a que la RAE no lo registra aún en el vocabulario establecido, por considerar que éste término sajón, proviene de *information + media*, que recoge fielmente el sentido de la nueva sociedad de la información, para hacer constar desde el principio que sus efectos serán mucho más impactantes que los efectos de la primera sociedad de la información. Este término es empleado por primera vez por Frank Koelssch, en su libro "*TheinformediaRevolution*". (Ontario, 1995:2)

Esta segunda revolución estará piloteada por las tecnologías multimedia, hipermedia, realidad virtual y en general el ciberespacio que constituirá la nueva sociedad de la información o cibersociedad, habitada por los cibernautas o internautas, conocidos así a los usuarios de las autopistas de la información que serán como navegantes del ciberespacio al estilo de los navegantes marinos o terrestres, es decir, explotadores de los nuevos mundos. (Joyanes, 1997:21).

4.30. El Internet

La paulatina evolución de la sociedad de la información se fue dando con forme iba familiarizándose más la Word Wide Web, palabra clave que en resumen formaría el inicio de toda dirección para iniciar a navegar en el ciberespacio, o bien, conocido como la telaraña de la red de Internet. (Montiel, 2000:38).

El desarrollo de la sociedad siempre se verá marcado por un avance tecnológico o la lucha de clases y dirigido por los cambios en la manera de concebir al mundo y el descubrimiento de tecnologías revolucionarias que también modifican la forma de entender y estudiar el entorno socio-cultural.

El Internet por ser un sistema de comunicación de alcance mundial, de bajo costo, fiable y de manejo fácil, es considerado uno de los más grandes inventos del hombre y como todo gran invento este ha traído grandes avances en muchos ámbitos para la sociedad. Dentro de los aportes más significativos se encuentra las mejoras en comunicación.

El Internet hizo que la comunicación sea más rápida y eficiente no solo en el país logró hacerlo a nivel mundial. Ahora podemos compartir contenidos, ponernos en contacto con otras personas fuera del país y todo esto con un clic. El Internet ha venido a desarrollar no solo la comunicación sino que también la forma de comunicar, la comunicación ahora es en tiempo real lo que nos permite hablar de periodismo digital y marketing digital por mencionar algunos cambios.

El Internet también desarrolló un nuevo comercio, cada día aumenta la cantidad de oferta y demanda de productos y servicios en la red, esto va desde libros en línea, música, compra de productos, paginas para subastas, hasta películas, creando así nuevos proveedores, mejorando con esto los márgenes de utilidad de las empresas, pues Internet es un medio accesible y rentable para una empresa.

El Internet ha tenido un gran impacto en las economías como se menciona y es que ha posibilitado la creación de la banca electrónica. Esta plataforma nos permite realizar una serie de operaciones desde una conexión a Internet desde una computadora o un Smartphone, podemos tener acceso a información de nuestras cuentas bancarias.

Hay que hacer mención que el gran aporte en cuanto a conocimiento supone el uso de Internet en una sociedad, el Internet permitió que centros de pensamiento como las universidades intercambiaran y pudieran debatir con otras universidades sobre teorías y lograron compartir sus descubrimientos en las diferentes áreas de investigación, por lo que el acceso a la información de experimentos, tesis, análisis y contenido académicos ha sido puesto al público en general con el fin de ampliar nuestro acervo intelectual y cultural.

Con la aparición de los blogs, foros, bibliotecas y cientos de sitios especializados, han generado grandes mejoras en las posibilidades de obtener referencias bibliográficas, documentación científica, mejoras en la capacidad de adquirir información sobre acontecimientos y eventos de manera más específica y tener fácil acceso a todo tipo de información en muchos tipos de formatos.

Gracias a la velocidad e inmediatez con la cual el Internet trabaja, hace posible la evolución constante, no sólo de los contenidos que encontremos en esta red si no de la forma de vivir de las sociedades, pues se ha convertido en un elemento de uso diario en la gran mayoría de las ciudades del mundo, rompiendo barreras y acoradando distancias.

Se puede decir que Internet ha traído cambios en el desarrollo de la política en sociedad. En la actualidad en Guatemala se cree que teniendo los votantes de la ciudad capital se asegura un gran porcentaje del total de votos, por lo que los candidatos han utilizado redes sociales con el fin de promulgar sus ideas, planes de gobierno y propuestas para convencerlos de elegir su partido político por sobre los otros, tomando en cuenta que el Internet sigue siendo más urbano que rural, en palabras de Arroyave.

También el Internet ha influido en el llamado gobierno electrónico con esto nos referimos a todos los procesos y estructuras que se crearon para ofrecer a los ciudadanos de un país, determinado acceso a operaciones que se deben realizar en las dependencias del estado. Un ejemplo claro son los formularios de la Súper Intendencia de Administración Tributaria SAT, certificaciones que se generan desde la página web del Registro nacional de personas RENAP o bien las consultas de remisiones de los vehículos en la página de la municipalidad de los departamentos.

La incursión de las TIC ha significado de alguna manera otra gran revolución industrial en la información, al punto mismo que el siglo XX se encontrará en los anales de la historia para estudios futuros, como lo es hoy la revolución industrial que se dio al paso de la invención de la imprenta por Juan Gutenberg, que hasta hoy, fue el punto de partida que dio paso a lo que se conoce como nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La revolución de la información como bien lo dice Joyanes (1997:3) está aquí, ha llegado hace muchos años. Muchas son las tecnologías que han influido en el desarrollo del mundo del siglo XX; es sin embargo, la explosión de las tecnologías de las computadoras o la llamada tecnología informática, la que ha producido la verdadera revolución informática, que puede cambiar la sociedad del siglo XXI y que desde mucho atrás es ya conocida como la sociedad de la información.

Según indica McQuail (2000:48) el término sociedad de la información se originó en Japón en los años 1960, aunque se atribuye su genealogía al concepto de sociedad post-industrial, concepto que fue acuñado por primera vez por el sociólogo Daniel Bell en 1973. A la sociedad de la información se le llama también Sociedad Red o Era Digital, en donde predomina el Internet. (Joyanes, 1997:39).

Para Mejía (2012:12) cada invento o creación tiene un aporte tecnológico y en su época va significando una nueva tecnología de la información y de la comunicación. La televisión, la radio, la computadora, entre otros, fueron los primeros indicios que mostraban que la evolución no sólo es inminente sino que continúa. El Internet, se asume como el gran paso hacia el futuro, es que además de ser algo novedoso; ni en los más recónditos sueños se podía imaginar que todos los medios de comunicación eran capaces de fusionarse en un solo artefacto. Pero antes de ahondar en la importancia de este instrumento virtual, se debe acudir a la definición de la Internet y así comprender un poco más sobre su utilidad.

El Internet es justamente el conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que funciona a través de los protocolos TCP/IP que permiten la transmisión de datos entre dos o más computadoras, es por eso que, algunos la definen como la red de redes y otros como la autopista de la información.

Internet es una red mundial de computadoras (la red) que permite a estas comunicarse de forma y transparente, es considerada la autopista de la información más importante del mundo y permite compartir información y servicios a lo largo de la mayor parte del mundo. La influencia social y económica de Internet es tal, en los momentos actuales, que los pocos regímenes comunistas actuales comienzan a considerar sus grandes ventajas. (Joyanes, 1997:100).

En algunos países considerados en vías de desarrollo por no llamárseles subdesarrollados, sólo acceden las personas con posibilidades económicas más altas o de clase media. Por medio de la red de redes circulan diariamente cantidades exorbitantes de información, motivo por el que también se le conoce como autopista de la información. Internet no es una red de computadoras en el sentido estricto de la palabra, sino una red de redes, donde cada una de ellas es independiente y autónoma. (Joyanes, 1997:100).

Esta es conocida como la red de redes, en la que se aglutinan hoy día todas las redes sociales existentes y por existir, rompiendo así con el paradigma de lo tradicional, establecido en medios que por siglos fueron la única forma de comunicación e información en las sociedades que hasta hace no menos de tres décadas se nutría del conocimiento de los acontecimientos en las sociedades por medio de esa forma. Históricamente, el término de comunicación ha sido asociado sólo con la producción de mensajes supeditados a una infraestructura tecnológica que determina los contenidos, siendo éstos: radio, prensa o televisión. (Montiel, 2000:38)

En el año 1969, y cuando el mundo sufría el impacto de la revolución francesa el movimiento hippy se extendía por California, un grupo de profesionales y estudiantes de la universidad de UCLA en Los Ángeles, tecleaban un mensaje por computadora que enviaban a otra universidad, la de Stanford, también en California. Había nacido entonces ARPANET, la primera red realmente práctica y eficaz de la historia.

ARPANET era un encargo del Pentágono americano, que trataba de proteger sus datos informáticos frente a cualquier agresor. Diez años después, y tras la adopción del protocolo de comunicaciones TCP/IP, se creaba Internet y se comenzó a poner en comunicación a universidades y centros de investigación. (Joyanes 1997:14)

Biggs (2007:24) citado por Ola (2012:25), dice que Internet se refiere a una serie de computadoras que están conectadas entre sí y comparten información en grandes cantidades. En contraparte a Biggs, Rodríguez (2007:2) coincide con Joyanes (1997:100) en cuanto a que Internet no es una simple red de ordenadores conectados entre sí, sino una red de redes que se enlaza a escala mundial con la particularidad de que cada una de estas redes que la integran es independiente y autónoma.

A esto se suma Joyanes, quien profundiza más en lo aseverado por Biggs. asegura que hoy día la Red Internet es una inmensa red de computadoras a lo largo de todo el mundo que permite a cualquier usuario de la misma, conocer archivos de información y datos, imágenes e incluso voz, situados en los más recónditos lugares. Estas fuentes de información son accesibles mediante direcciones de correo electrónico o a través de programas de software, específicos de comunicaciones, que permiten explorar u hojear (navegar) en la jerga de Internet, en busca de informaciones de cualquier tipo, al igual que se hojear el periódico diario o su revista preferida. (Joyanes, 1997:14).

Internet es accesible a cualquier persona que disponga de un PC o Personal Computer que traducido al castellano es Computador Personal, que por medio de un modem, un teléfono, un programa de comunicación y la conexión a un proveedor, que puede ser gratis para el caso de universidades o centros de investigación, entablan comunicación fluida. En la actualidad, Internet ha evolucionado justo a la gratuidad, que se concretiza al sistema satelital. Joyanes (1997:14)

“Internet es la red más famosa”, El autor se refiere al hecho de la revolución que significó el surgimiento de Internet en las comunicaciones, siendo de allí que desprende su fama. Sin embargo, esta red no dejará de ser una más, y a decir de algunos estudiosos y expertos de la misma, sólo será autopista comarcal cuando se le compare con el potencial de las auténticas autopistas de la información apoyadas en la fibra óptica o en la telefonía móvil. Pese a todo, también evolucionará Internet, y en la actualidad es prácticamente imposible saber cuál es el número de redes que a su vez componen Internet (Joyanes 1997:14).

4.31. Servicios que ofrece Internet

Según Joyanes (1997:106) los servicios que proporciona la red se pueden dividir en diversas categorías: correo electrónico, transferencia de archivos, grupos de noticias, servicios de información interactiva como la “telaraña mundial”, www, sesiones de trabajo en computadoras remotas (telnet), servicios interactivos multitudinarios y, servicios de búsqueda de información entre otros.

La forma de acceder a los servicios que proporciona Internet es a través de un proveedor de servicios, que es el que ofrece las diferentes modalidades y grados de conectividad. Los proveedores de información se clasifican en varios grupos, que van desde los puramente comerciales, que diseñan páginas de información (denominadas páginas Web) y los canales oportunos con otras fuentes de información, y que sirven a comunidades más o menos amplias y con una serie de tarifas que dependen fundamentalmente de la velocidad de acceso. Los grandes

proveedores mundiales de información son: CompuServe, América OnLine, Prodigy y Microsoft Network.

El futuro requiere pensar en las autopistas de la información y sus servicios asociados como base de la sociedad de la información o sociedad digital del próximo siglo. Los servicios que las autopistas de la información hasta llegar a los usuarios en los hogares, en sus lugares de trabajo o de investigación, abarcan desde los servicios tradicionales de comunicaciones pasando por los servicios avanzados de comunicación interpersonal, la salud, el ocio, la información general, transacciones comerciales y los nuevos modos de presentación de información multimedia de la realidad virtual.

La gran cantidad de proveedores de información y de servicio de acceso, conducen inevitablemente a considerar Internet como el primer embrión de las autopistas de la información, aunque todavía no está preparada para satisfacer los nuevos paradigmas que implican las citadas autopistas de la información.

La revolución que Internet está produciendo ya está llegando, pero puede suceder que sea mediante unas vías muy diferentes de lo que los grandes gigantes de la información han intentado construir. Las grandes compañías operadoras y de cables llevarán los enlaces de banda ancha hasta los hogares de los abonados, pero puede que lo que fluya por esos canales sea la Internet –posiblemente una versión diferente, con otro nombre quizá, más madura y potente de la que conocemos hoy- y no sólo los contenidos enlatados de los proveedores. (Joyanes, 1997:108).

Muchas personas piensan que la Internet es la conexión entre computadoras como lo están los ordenadores en un pequeña empresa y a la que se conoce como intranet, pero Internet es la red más grande. Para unos autores “Internet es un entramado electrónico anárquico que se ha extendido incontrolablemente alrededor

del mundo y que conecta una inmensidad en redes características y localización muy distinta.” (Hernández,1998: 2).

En otras palabras, el Internet es una red muy grande integrada por otras redes que nos permite la interconexión de las mismas mediante el uso del protocolo. También se puede decir que es una red de equipos que se comunica entre sí empleado un lenguaje común.

Internet surgió en realidad de la necesidad cada vez más acuciante de poner a disposición de los contratistas de la Oficina para las Tecnologías de Procesado de la Información (IPTO) más y más recursos informáticos. El objetivo de la IPTO, por sus siglas en inglés, era buscar mejores maneras de usar los ordenadores, yendo más allá de su uso inicial como grandes máquinas calculadoras, pero se enfrentaba al serio problema de que cada uno de los principales investigadores y laboratorios que trabajaban para ella, parecían querer tener su propio ordenador, lo que no sólo provocaba una duplicación de esfuerzos dentro de la comunidad de investigadores, sino que además era muy caro; los ordenadores en aquella época eran cualquier cosa menos pequeños y baratos. (<http://www.microsiervos.com/archivo/Internet/el-verdadero-origen-de-Internet.html>) Recuperado el 18/06/2014.

Según este artículo, el verdadero origen del Internet se da en las ideas de Robert Taylor, quien inicia a concretarlas conectando cuatro ordenadores en forma de nodos, entre sí, para después hacer pruebas a mayor escala; pasó rápidamente a ser un servicio comercial.

A partir de aquí, el vertiginoso cambio en las estructuras informativas, que hasta entonces, eran conocidas como medios de comunicación tradicionales. Repentinamente serán tomados como medios de comunicación tradicionales la prensa escrita, la radio, el cine y la televisión, surgidos a partir de lo que McLuhan (1962) denominó la galaxia Gutenberg en referencia al surgimiento de la imprenta que significó en gran medida un gran aporte a la revolución industrial, se plantea

entonces, a partir del surgimiento del Internet, una nueva revolución, que se conocerá entonces como galaxia de Internet.

Cuando las comunicaciones de radio y televisión eran ya de uso común y las computadoras comenzaban a instalarse en bancos y grandes empresas, asentó la idea de la globalización del planeta y pronosticó un siglo XXI con grandes transformaciones en la vida y en los medios de comunicación, mediante la globalización del mundo y de la sociedad. (Joyanes, 1997:246).

El término sociedad de la información motivo central de nuestra obra, si bien con otro nombre – *sociedad post industrial*- tiene sus orígenes en los sociólogos Alain Torani –frances- y Daniel Bell –estadounidense- que ya en 1969 y en 1973, respectivamente, publicaron sendas obras en las que se hablaban de la nueva sociedad post industrial como estación término de una evolución de la industria que se ha visto acompañada de transformaciones sociales específicas. Es decir, se puede considerar que teóricamente el concepto actual de sociedad de la información tiene un cuarto de siglo de existencia. (Joyanes, 1997:22)

El conocimiento, considerado un agente económico de primer orden, se ha convertido en un recurso que se puede empaquetar, comprar o vender con facilidad gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que han reducido gradualmente los costos de los procesos de transacción en la comunicación. Y debido a que las TIC simplifican y mejoran de forma continuada la transmisión o el almacenamiento de contenidos, los costos vinculados a la información y a la comunicación seguirán decreciendo a mediano y largo plazo. (<http://www.latecla.cu/d01.htm>. Recuperado el 18/06/2015).

Castells refiere que fue en 1973, cuando Robert Kahn de ARPA y VintCerf, dos informáticos de la Universidad de Stanford, elaboraron un trabajo en el que esbozaron la arquitectura básica de Internet. El nombre de Internet se deriva de International Network of Computer, que traducido al español resulta ser una Red Internacional de Computadoras.

Consiste en una interconexión de redes informáticas que hace posible la comunicación directa entre cualquier computador que se encuentre conectado en cualquier parte del mundo.

Más a profundidad, según, Castells (2003) es un conjunto de comunidades y tecnologías que satisfacen las necesidades básicas de comunicar mensajes con otras personas alrededor del mundo. Internet es un medio de comunicación que permite la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido que se refiere al tiempo que previamente mediante mutuo acuerdo establecen dos o más personas para entablar el proceso de comunicación, utilizando al Internet como el medio y al programa que permite la interacción comunicacional como un canal.

Cuando hablamos de una escala global, se hace referencia al gran impacto del Internet, que entre otras cosas, eliminó las fronteras, acortó las distancias y proporcionó la inmediatez considerada como tiempo real y a una escala global. (Castells, 2003). Citado por Contreras (2011:22).

Aglutinar a muchas redes en una sola, hace que a Internet se le conozca como la red de redes o al menos es lo que permite establecer que esta sigue siendo dentro de los paradigmas de la comunicación establecidos por Orihuela como el gran aglutinador de redes que a la postre provocarán el gran cambio tecnológico en la comunicación de las sociedades modernas. Facilita la interconexión de redes informáticas que permite a las computadoras enlazadas entre sí.

Internet actualmente es una infraestructura informática ampliamente extendida, su primer prototipo es a menudo denominado National Global orGalactic Information Infrastructure (infraestructura de Información Nacional Global o Galáctica, según se menciona en el artículo publicado en la red en los cuadernos de Novática, en 1998. Recuperado el 1/01/ 2012.

Para 1960, los primeros nodos de la red se encontraban en la Universidad de California, Los Ángeles, dos años después, en 1971, ya había 15 nodos (centros de investigación universitario), tres años después de ese acontecimiento, se llevó a cabo la primera demostración con éxito de ARPANET, durante un congreso internacional de Washington, DC, para luego, posibilitar su conexión con otras redes de ordenadores; introduciendo así un nuevo concepto: red de redes.

Es importante declarar en esta parte que el Internet permite más que la comunicación, solamente la interconexión, entendido entonces de que es un canal, la comunicación la establecen los humanos y el canal o medio permite la interactividad comprendida como la doble vía en la comunicación. Esta se refiere a una interconexión en particular, abierta al público, la cual es capaz de conectar tanto a organismos oficiales como educativos y empresariales. Levine (2004) citado por (Joyanes 1997:103)

Es en el octavo paradigma que Orihuela (2002) citado por Aceituno (2011:25), establecido de la unidireccionalidad a la interactividad, en el que establece que frente a la primera, propia del modelo de difusión punto-multipunto, típico de la prensa y de la radio-televisión, la red genera un modelo bilateral, debido a su arquitectura cliente-servidor, que en cierta forma es inverso al anterior.

Al existir un soporte físico común, tanto para la distribución como para el acceso a la información, los proveedores de contenidos y los usuarios pueden establecer en este canal un vínculo bilateral ya que sus roles resultan perfectamente intercambiables.

De este modo, Orihuela proyecta a escala pública el paradigma de la comunicación telefónica, situación en la cual los interlocutores intercambian permanentemente sus roles de emisor y receptor gracias a la utilización del mismo canal. La interactividad cristaliza en sistemas de feed-back más dinámicos, inmediatos y globales que paulatinamente se transforman en mecanismos de encuestas online, ya utilizados

para orientar el sentido de las campañas electorales o el desarrollo de las tramas y la evolución de los personajes en los seriales de ficción televisiva.

Encontrar toda clase de información que se trasmite por la red, permite en Internet conocerse a este facilitamiento como autopistas de la información, entendiéndose como una ruta que le puede llevar al internauta a encontrar respuestas de interrogantes inimaginables. Levine (2004), citado por (Marroquín 2012:6).

Como si situáramos una autopista automovilística en la que convergen calles, avenidas, callejones o extravíos, todos interconectados por puentes, unos colocados por encima de otros, calles paralelas, y todos interconectados por direcciones preestablecidas.

Así mismo funcionan las autopistas de la información en Internet, en las que para diferenciar los destinos de cada una entre sí, estas direcciones en las autopistas físicas, en las autopistas de la información son conocidas como decimales con puntos, pero también existen los que distinguen en la computadora destinos específicos, estableciendo el .es para España, por ejemplo, o el .mx para México o el .gt para Guatemala y con el agregado delimitado del .com.mx para las páginas comerciales ubicadas específicamente en México. Una vez que la comunicación es direccional, sale de la red de origen a través de la puerta y es encaminada a la red local que contiene la máquina de destino.

4.32. El hipertexto

Con la llegada de Internet van surgiendo nuevas formas de enlazarse y acortar entre otras cosas, la distancia. Así surge el hipertexto, término acuñado por Ted Nelson para referir un sistema no lineal de buscar y conseguir información basado en enlaces asociativos entre documentos. Este sistema de hipertexto permite más adelante la creación de la World Wide Web o más conocida como www, que traducido del inglés refiere el nombre a telaraña mundial, la cual funciona sobre Internet y la cual fue presentada por Tim Barnes Lee en 1991, como un sistema

para conectar páginas web por medio de una red mundial y que permitía la recuperación de datos. Berners (1996) citado por Joyanes (1997:114). Este definía la World Wide Web, como:

El universo de información accesible desde la red global. Agregaba que éste era un espacio abstracto dentro del que la gente podía interactuar, estando poblado por páginas enlazadas de texto, imágenes y animaciones y, ocasionalmente, por sonidos y videos. Más adelante, este tipo de interacción es conocido como multimedia, y en gran parte, es uno de los aportes que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación permiten para concretar lo que se ha llegado a considerar incluso como la revolución informática.

Sostiene Berners que la web, o www, fue diseñada como un espacio para que la gente trabajara en ella, un proyecto donde los documentos incorporados se pudieran compartir en cualquier momento y para tener un historial de las actividades para referencias y consultas futuras. Otro de los elementos que el Internet deja como obsoletos en el sistema de la comunicación es el sistema de FAX, utilizado por la línea telefónica para enviarse de emisor a receptor, documentos escritos.

El elemento nuevo, que no desplaza a ninguno otro, sin embargo, es el almacenamiento de información para situaciones que obliguen a recurrir al pasado, con lo que se da un paso evolutivo en cuanto al archivo físico de documentos, que es conocido ahora como la archivística, llegada incluso a ser considerada ésta como una ciencia. Regresando a las tres W's, lo podemos definir como la telaraña mundial, y estas tres W's puede resumirse en w3, según el CERN, uno de los mayores laboratorios europeos de prestigio mundial, quien es el que ha concluido en denominarle telaraña mundial.

La WWW es la unión de una gran cantidad de servidores de hipertexto, conocidos más fácilmente como proveedores de información, distribuidos por el mundo; reúne dos tecnologías, la hipermedia y la red. La hipermedia es la versión multimedia del hipertexto, una forma no lineal de leer un texto. (Joyanes, 1997:113).

La llamada telaraña mundial o www, hizo su aparición en 1991, y permitió entre otras cosas, el orden del ciberespacio, además de permitir el crecimiento del

Internet, o bien, el crecimiento de la telaraña. El primer navegador de Berners Lee era muy sencillo y la web sólo ofrecía texto. Sin embargo, fue la base de exploradores como Mosaic, que aparece en 1993, incluyendo imágenes, y de otros posteriores como Netscape, Internet Explorer, Mozilla, Firefox, Safari y otros. (<http://radioredam.mx/grc/redam.nsf/vwALL/XPAO-7X7P3D> recuperado el 19/06/2013).

Berners Lee es director de la W3c, organismo que conduce los avances de la web y ha definido a la telaraña mundial como: Universo de informaciones accesibles a través de una red. Un espacio único de informaciones. Históricamente, la información se caracterizó por universos separados, diferentes programas, diferentes redes y diferentes sistemas. La web es un único universo y basa su popularidad, fundamentalmente en que es gratis. Fue desarrollada por el laboratorio europeo de física de partículas CERN en Ginebra, que lo puso a disposición de todo el mundo sin cobrar nada por ello, ni para la institución ni para su creador –un programador de Estados Unidos, creador a su vez del Mosaic., (Joyanes, 1997:114).

Para el establecimiento de conexiones con los servidores web, y obtener así la información y los servicios que prestan, es necesario, como es habitual en Internet, disponer de un programa cliente capaz de comunicarse con ellos. Estos programas se llaman en la jerga de W3, Browser u hojeadores.

Los browser son también conocidos como hojeadores o navegadores. Entre los programas más populares están Explorer y Netscape y el ya clásico Mosaic, aunque continuamente están apareciendo nuevos exploradores, el más reciente buscador inmediato de páginas en Internet es Google, que ha ido evolucionando y modificándose él mismo, hasta llegar al más actual, conocido como Google Chrome, más rápido, más eficaz y con más nitidez. Un navegador, hojeador o browser es un programa que se ejecuta en su computadora y que sirve para acceder a la Web.

Los navegadores son aplicaciones que conocen cómo interpretar y visualizar documentos que se encuentran en esa gran telaraña mundial. Estos documentos son de hipertexto y permiten organizar cada tipo de texto para su visualización en pantalla; pueden ser documentos de cualquier tipo, conformados por textos o bien por multimedia.

Los navegadores utilizan, fundamentalmente el protocolo HTTP para comunicarse con los servidores de información y la mayoría de ellos pueden utilizar la totalidad de los servicios de Internet tales como FTP, Gopher, Wais, UseNet, etcétera. Los navegadores más populares como Netscape e Internet pertenecen a la compañía Microsoft y se encuentran ya en la versión 3.0, la más avanzada y actualizada, hasta entonces. El navegador pionero y que dio paso a estas versiones más modernas fue Mosaic. (Joyanes,1997:115). Cuando se publicó el libro de Joyanes Aguilar, estaba por lanzarse la versión 4.0.

Para comprender mejor qué es un Hipertexto, Joyanes (1997:14) resalta que es un recurso informático, por el que palabras destacadas en negrita, o subrayadas, indican un camino o atajo a otra información relacionada con ella, en páginas situadas en otras computadoras, y éstas a su vez a otras, y así sucesivamente, hasta el infinito, utilizando el programa conocido por todos como navegador.

El hipertexto es la nueva frontera tecnológica de la escritura, y exige nuevas destrezas comunicativas y un mayor esfuerzo de lectura. La desarticulación del texto, su fragmentación y la posibilidad de enlazarlo con cualquier otro texto disponible en la Red, desvanece el paradigma lineal, y con él desaparece también la unidad, la autonomía, la estructura y a veces hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales. (Orihuela, 2004: 4)

4.33. Evolución tecnológica de la Internet

Con el pasar de los años Internet ha ido ganando más usuarios. En el año 2015 se estima que Guatemala alcanzó los 2, 885,475 de usuarios. Mientras que en Estados Unidos el número de usuarios en ese año fue de 310, 322 ,257. En el siguiente cuadro se presenta su evolución, en función de sus avances tecnológicos y de sus usuarios.

Cuadro No. 1
Cronología del desarrollo del Internet



Fuente: http://2.bp.blogspot.com/-QPtgs_64zEk/UzyD1NZ1syI/AAAAAAAAAVY/bAQ0gzWS9GI/s1600/internet.png Recuperado: 01/03/2015

4.34. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC.

En los últimos años la sociedad ha obligado a sus miembros a actualizarse en cuanto a tecnologías, esto con el fin de que sea mejor el aprendizaje y más efectivo y que los mismos no se queden atrás con el desarrollo de las nuevas TIC. Las tecnologías de la información y la comunicación tienen un potencial reconocido para apoyar el aprendizaje, la construcción social del conocimiento y el desarrollo de habilidades y competencias para aprender autónomamente o de forma auto didacta.

El término de Tecnologías de la Información y la Comunicación se usa de forma habitual dentro de nuestras configuraciones sociales. Las TIC se encuentran presentes en el mundo actual, forman parte de nuestra cultura y de nuestra vida.

Como señala Sancho (2006) citado por Baelo & Cantón (2009:1), las personas que viven en lugares donde las TIC han incursionado con celeridad no encuentran dificultades para apreciar cómo éstas han transformado multitud de aspectos de la vida cotidiana, que sin lugar a dudas, los nuevos miembros de la familia irán perteneciendo a una potencial sociedad de la información.

La palabra tecnología, etimológicamente está conformada por las voces griegas techné, que tiene un significado relacionado con arte o destreza, y logos con una acepción relativa al orden del cosmos, al conocimiento. En su dimensión actual, el diccionario de la Real Academia Española (RAE) entiende por tecnología al “conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico”. Según este concepto la tecnología sería un elemento de paso, que está en constante cambio que nos permite utilizar la ciencia y los conocimientos científicos, para mejorar los procesos y las prácticas cotidianas.

4.35. Antecedentes, características, rol, efectos y clasificación de las TIC.

En julio de 1991 a través del Decreto 63-911, el gobierno de la República de Guatemala hacía el primer esfuerzo para la formación de un órgano encargado de normar la investigación y fomento de la utilización de tecnología a nivel nacional que involucrara al sector público y privado. Además, se creaba la Medalla Ciencia y Tecnología con el objetivo de premiar la investigación y el desarrollo tecnológico de interés nacional.

En el artículo 7, en dicho decreto se establece que el Estado identificará, formulará, evaluará y ejecutará proyectos de investigación científica y desarrollo tecnológico; promoviendo tecnologías que permitan mejorar las condiciones de educación, salud, nutrición y vivienda sobre la base de la satisfacción de las necesidades de la sociedad guatemalteca.

Este era uno de los primeros esfuerzos que se hacía por documentar el uso de la tecnología, amparado por el gobierno de Guatemala. La tecnología utilizada en ese año se limitaba a retroproyectores, video grabadoras y televisores a color, debido a la escasa asignación de recursos económicos para la compra de equipo para ser utilizado en la enseñanza pública.

Además, dichos elementos eran para uso exclusivo de los niveles básico y diversificado, quedando vedado su uso en las escuelas de niveles primario y pre-primario. En las instituciones educativas privadas se utilizaba de manera más seguida este tipo de tecnología debido a que se contaba con mayor asignación presupuestaria y con una visión a corto, mediano y largo plazo de las aplicaciones tecnológicas en la educación en cualquiera de los niveles académicos.

La Internet no se encontraba muy desarrollada, por lo que no se pensaba en introducirla de forma masiva, debido a su alto costo y poca aplicación. El surgimiento de la Internet para su uso comercial tuvo su mayor impacto a partir de 1995, la

cantidad de sitios habilitados para consulta creció en un 300% anual y la cantidad de usuarios ha crecido hasta la fecha de forma exponencial.

En 1996 con la privatización de las telecomunicaciones se abre un nuevo panorama para las TIC; se genera un nuevo mercado a través de la telefonía móvil y el mercado de los enlaces de Internet incorpora nuevos elementos tecnológicos a la sociedad y a la educación en general, especialmente en los países desarrollados.

Treinta y seis años de guerra constante y la diversidad de idiomas que se hablan en los distintos departamentos del país han sido obstáculos para la implementación y estandarización de tecnología a nivel nacional, con el objetivo de reducir la brecha digital y propagar de forma efectiva las TIC en todos los niveles educativos.

Existen esfuerzos por parte de fundaciones nacionales y organismos internacionales, así como la cooperación de países amigos para instalar laboratorios de computación en distintos centros educativos pero la cobertura es insuficiente en materia de TIC. El gobierno ha impulsado programas como “Escuelas Abiertas” y “Escuelas Demostrativas del Futuro”, cuyo objetivo no solamente es la de tecnificar la enseñanza sino de impactar en la profesionalización de los maestros en materia tecnológica.

Martínez (1996:102), señalaba que podemos entender por nuevas tecnologías a todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, que van, desde el surgimiento de la primera computadora, su evolución hasta un Smartphone, hasta las redes sociales, como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento humano en materia electrónica.

El término “nuevas tecnologías, o bien no significa nada, o significa todo, o significa el último aparato que aparece en el mercado”, decantándose por la idea de que se trata de un concepto vacío de significado, utilizado de forma continuada sin una idea clara.

De esta forma tanto Cabrero (2000:15) como Ortega (1997:203), hacían referencia a la posibilidad de distinguir entre tecnologías convencionales, nuevas tecnologías y tecnologías avanzadas; incluyendo en el primer grupo a aquellas tecnologías basadas en el habla, escritura, el dibujo, la pintura o conocidas como actividades puramente manuales que implicaban el uso de las dos manos, en el segundo, a los recursos audiovisuales, la prensa, la televisión, etc. y por último, en el tercer grupo a las tecnologías relacionadas con el diseño y la animación de software informático Internet, todas estas incluidas en las TIC.

Tirado (1998:192) indica que la diferencia entre las nuevas tecnologías y las tecnologías avanzadas se marcaba distando unas de otras por aspectos relacionados con la interactividad y la flexibilidad espacio-tiempo, situación que no se daba en el periodismo de anteayer, de ayer y de hoy conocido como escrito o tradicional.

Otros autores citados por Baelo profundizaban en la composición de las TIC, haciendo referencia a tres campos; la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías de la imagen y el sonido conocidas estas últimas como multimedia.

De forma similar McCubbrey (2004) citada por Baelo (2009:2), considera que las tecnologías de información están compuestas de “cualquier herramienta basada en los ordenadores y que la gente utiliza para trabajar con la información, apoyar a la información y procesar las necesidades de información desde un campo puramente electrónico, dinámico y no estático”.

Desde una perspectiva institucional la OCDE (2006) define las TIC como “aquellos dispositivos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica y que apoyan el crecimiento y desarrollo económico de la industria manufacturera y de servicios”.

Las TIC han incidido en todos los campos relacionados con la educación, facilitando la transformación y la optimización de la mayoría de los procesos administrativos, el desarrollo de metodologías innovadoras en los procesos de enseñanza-aprendizaje, el acceso a la formación superior de nuevos grupos de personas, así como una incipiente transformación del sistema organizativo de las universidades

Se está en presencia de una nueva generación, la cual está fuertemente identificada y familiarizada con el uso de las tecnologías la denominada Net-Generation, Net que identifica a la redy generación que es la que le da vida al usarla, debido a que se han formado y han crecido en la era digital. La generación N marca el paso de lo transmisible a lo interactivo en medios de comunicación. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (2002:3).

Sus principales características son:

- a) Los estudiantes superan a sus profesores en el dominio de estas tecnologías y tienen más fácil acceso a datos, información y conocimientos que circulan en la red;
- b) Viven en una cultura de la interacción y su paradigma comunicacional se basa más en la interactividad al usar un medio instantáneo y personalizable como Internet.

Los profesores que hoy se forman se van a encontrar con alumnos que pertenecen a una nueva generación, una generación digital, con una cultura o sociedad pulgar o sociedades de los pulgares, dejando atrás a la sociedad de los dígitos, en la cual la información y el aprendizaje ya no está relegada a los muros de la escuela ni es

ofrecida por el profesor de forma exclusiva Gros y Silva. Revista Iberoamericana (2005:36).

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo, de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas, fomentar la información inmediata y mezclar elementos como el texto y la multimedia. (Cabero, 1998:98).

Las características que diferentes autores especifican como representativas de las TIC, recogidas por Cabero son:

- Inmaterialidad:

En líneas generales podemos decir que las TIC realizan la creación (aunque en algunos casos sin referentes reales, como pueden ser las simulaciones), el proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos.

- Interactividad:

La interactividad es posiblemente la característica más importante de las TIC para su aplicación en el campo educativo. Mediante las TIC se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.

- Interconexión:

La interconexión hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías. Por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la informática y las tecnologías de comunicación, propiciando con ello, nuevos recursos como el correo electrónico, los IRC, etc.

- Instantaneidad:

Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

- Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido:

El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido facilitado por el proceso de digitalización.

- Digitalización:

Su objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones, etc.) pueda ser transmitida por los mismos medios al estar representada en un formato único y universal. En algunos casos, por ejemplo los sonidos y la transmisión tradicional, se hace de forma analógica y para que puedan comunicarse de forma consistente por medio de las redes telemáticas, es necesario su transcripción a una codificación digital, que en

este caso realiza bien un soporte de hardware como el MODEM o un soporte de software para la digitalización.

- Mayor Influencia sobre los procesos que sobre los productos:

Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de las TIC presente una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos.

En los distintos análisis realizados sobre la sociedad de la información, se remarca la enorme importancia de la inmensidad de información a la que permite acceder Internet. En cambio, muy diversos autores han señalado justamente el efecto negativo de la proliferación de la información, los problemas de la calidad de la misma y la evolución hacia aspectos evidentemente sociales, pero menos ricos en potencialidad educativa, económica, comercial, lúdica, etc.

No obstante, como otros muchos señalan, las posibilidades que brindan las TIC suponen un cambio cualitativo en los procesos más que en los productos. Ya hemos señalado el notable incremento del papel activo de cada sujeto, puesto que puede y debe aprender a construir su propio conocimiento sobre una base mucho más amplia y rica.

Por otro lado, un sujeto no sólo dispone, a partir de las TIC, de una "masa" de información para construir su conocimiento sino que, además, puede construirlo en forma colectiva, asociándose a otros sujetos o grupos. Estas dos dimensiones básicas (mayor grado de protagonismo por parte de cada individuo y facilidades para la actuación colectiva) son las que suponen una modificación cuantitativa y cualitativa de los procesos personales y educativos en la utilización de las TIC.

- Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industrial):

El impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta. Los propios conceptos de "la sociedad de la información" y "la globalización", tratan de referirse a este proceso.

- Innovación:

Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios. Por ejemplo, el uso de la correspondencia personal se había reducido ampliamente con la aparición del teléfono, pero el uso y potencialidades del correo electrónico ha llevado al resurgimiento de la correspondencia personal.

- Tendencia hacia la automatización:

La propia complejidad empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales. La necesidad de disponer de información estructurada hace que se desarrollen gestores personales o corporativos con distintos fines y de acuerdo con unos determinados principios.

- Diversidad:

La utilidad de las tecnologías puede ser muy diversa, desde la mera comunicación entre personas, hasta el proceso de la información para crear informaciones nuevas, difundirlas, eliminarlas, volverlas a difundir, parte de la magia que otorgan estas nuevas tecnologías. (Cabrero, 1998:197).

Las TIC afectan en todo a los seres humanos, en las distintas actividades que realizan como la educación, el trabajo, la salud y las relaciones entre las personas.

Debido a estas, la sociedad hoy en día, tiene una dinámica diferente, la configuración política y económica de los países está en constante cambio para poder adaptarse a las diferentes tecnologías de la información y la comunicación.

Las organizaciones son quienes deben de adaptarse y de estar sujetas a distintos cambios en sus esquemas de trabajos para estar acorde a las posibilidades que brindan las tecnologías, incluso deben de capacitar y prepara de mejor manera a los empleados que estos se encuentren en un cambio continuo, para que esto les permita desarrollar nuevas habilidades y competencias, con el fin de crecer más cada día.

No se trata solamente de aprender a presionar botones; el gran volumen de información al cual se puede acceder, casi desde cualquier punto, gracias a los recursos de Internet por ejemplo u otros medios de comunicación, hace poner énfasis en el desarrollo de estrategias para la búsqueda y filtrado de información. Para elaborar esas estrategias es fundamental poner en práctica un análisis crítico y objetivo de todo ese material informativo que nos llega por medio de la televisión, la radio, los medios gráficos e Internet.

Los efectos es de alguna manera, una respuesta, que si bien no es inmediata, da vida al proceso de comunicación. Las TIC no son la excepción.

- Se producen constantes cambios en los individuos en cuanto al comportamiento, las relaciones con otras personas y sus costumbres.
- Aparecen comunidades virtuales o comunidades electrónicas.
- Hay una drástica disminución en la interacción directa presencial entre las personas.
- Disminución de la necesidad de “movernos y salir de casa para conseguir algo”.
- Las diferencias entre grupos sociales respecto al acceso a la información en los nuevos medios marcan una nueva forma de discriminación y desequilibrio en la búsqueda del conocimiento. Lana (2007:45)

El empleo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación alcanza cada día mayor interés dentro de la sociedad guatemalteca, estas se pueden clasificar de la siguiente manera, según Silva (2005:26)

- Medios hipertextos: es la presentación de la información a través de texto, lo cual exige la lectura del alumno para poder interactuar con el contenido.
- Medios hipermedia: combinan la escritura con la imagen.
- Medios multimedia: utilizan el sonido, la imagen, el movimiento, los videos, la presentación y lo iconos. La combinación adecuada de estos medios puede favorecer a la comprensión, la atención y el aprendizaje, puesto que es lo más cercano a la manera de comunicación de los seres humanos, cuando se aplican varios sentidos para entender un concepto.
- Medios audiovisuales: muestran la información utilizando imagen y sonido. Entre ellos se encuentran el televisor y la cámara de video.

- Medios comunicativos: su función principal es comunicar e informar al usuario. Los comprenden la radio, el Internet y los programas de televisión, entre otros.
- Programas informáticos: se encuentran dentro del ordenador, permitiendo realizar múltiples tareas, como Power point, Microsoft Word y Paint. Son las piezas intangibles que forman la computadora.
- El hardware informático: elementos que permiten que el computador funcione y pueda realizar diversas operaciones. Algunos de ellos son el ratón, la pantalla, la impresora y el scanner, entre otros. En pocas palabras son todas las piezas físicas del ordenador.

Las nuevas tecnologías son muy extensas y complejas, por lo que representan para la sociedad un gran reto, sobre todo en lo que respecta al ámbito educativo, puesto que es el espacio que está siendo impactado por la tecnología, creando así nuevas exigencias a nivel profesional que el ser humano debe ocupar para no quedar excluido de la actual sociedad de la información.

El surgimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación cobra relevante importancia a partir de la expansión del Internet, que de ser un servicio militar estadounidense para crear una red de ordenadores que uniera los centros de investigación dedicados a labores de defensa en la década de los años 60 en los Estados Unidos y que pudiera seguir funcionando a pesar de que alguno de sus nodos fuera destruido por un hipotético ataque nuclear, los creadores de ARPANET, la red precursora de Internet, no tenían nada parecido en mente y llevan años intentando terminar con esta percepción.

Sin embargo, según (Castell, 1997) el Internet nació en los años 1960, “en la insólita encrucijada entre la gran ciencia, la investigación militar y la cultura libertaria”. A esto agrega McQuail (2000:48) que aquí surge también lo que hoy día se conoce como sociedad de la información.

4.36. La sociedad de la información

Al referirnos a la sociedad de la información hacemos alusión a un paradigma que está creando cambios significativos en el mundo, todo esto a partir del comienzo del año 2000.

La sociedad de la información es aquella donde las tecnologías favorecen a la creación, difusión y manipulación de la información. Estas tecnologías juegan un papel importante en las actividades de carácter social, cultural y económico de una sociedad.

La sociedad de la información es considerada como la evolución de la llamada sociedad industrial.

Ya avanzada la década de 1990, a pesar del formidable desarrollo que había alcanzado Internet en el mundo, en América Latina, no pocos académicos e investigadores de la comunicación todavía se negaban a reconocer a Internet como medio de comunicación. En La tercera ola, Alvin Toffler (1981: 170) afirmó que el medio de comunicación distintivo de la “tercera ola”, no sería un medio masivo. (Islas 2015:4)

El concepto de sociedad de la información ha sido producto de programas de desarrollo de países industrializados. Fue en Japón donde se inició con este concepto a finales de la década de los setenta, siendo Yoneji Masuda el autor de este término.

Según algunos autores la sociedad de la información no existe más que en la imaginación de algunas personas, y son ellos quienes ha soñado también con la alfabetización mediática como una solución a los problemas del mundo.

El desarrollo de la sociedad de la información ha ido de la mano de la globalización neoliberal y tiene como fin el acelerar la creación e instauración de un mercado mundial abierto.

Las Tecnologías de la Comunicación y la Información han sido el factor revulsivo en la globalización y estas han sido asociadas como beneficiosas para todos, la sociedad de la información busca reducir la brecha digital. Aunque esta brecha está condicionada a factores económicos en la mayoría de países, pues siempre se necesita de un proveedor de este servicio.

Existen 10 rasos característicos de la sociedad de la información.

- Exuberancia

Gracias a la conectividad del Internet este suministra una gran cantidad de datos e información casi como de contenidos y todo esto forma parte del día a día de la sociedad.

- La omnipresencia

Esta característica hace mención que todos los instrumentos de donde podemos obtener información se encuentran en todos lados, desde una pantalla de televisión, pasando por un teléfono Smartphone y ahora en la muñeca de la mano con los I watch, dispositivo tipo reloj que lanza al mercado la compañía Aple.

El tener acceso al Internet es algo muy fácil en la actualidad pues basta con tener un dispositivo y una red wifi que encontramos en la mayoría de comercios, restaurantes y centro acedemos o de negocios, por lo que podemos decir que forman parte de la vida pública y privada de cada persona.

Los medios de comunicación se han convertido en el espacio de interacción social por excelencia, lo cual implica mayores facilidades para el intercambio de contenidos, ideas e información.

- La irradiación

Esta característica hace mención al prácticamente alcance ilimitado que las nuevas tecnologías ofrecen para el intercambio de información, mensajes y contenidos entre personas, sin importar la distancia en la que se encuentren, dejando por un lado las barreras geográficas que años atrás obligan a que un mensaje se enviara en una carta, tardándose hasta meses en llegar a su destino.

- La velocidad

Con la introducción del Internet y las nuevas tecnologías, la comunicación se ha vuelto veloz y casi instantánea, exceptuando cuando ocurren fallas de carácter técnicas.

- La Multilateralidad o Centralidad

Gracias a todas las funciones técnicas de las nuevas tecnologías de la comunicación, podemos recibir y enviar información de varios lugares del mundo.

- La Interactividad o Unilateralidad

Las nuevas tecnologías hacen posible la interacción con los medios de comunicación a diferencia de los años anteriores en donde nos debíamos limitar a escuchar lo que los medios decían sin posibilidad alguna de responderles.

En la Internet podemos conocer contenidos de toda clase lo que nos permite contribuir a que esos contenidos e información en la red aumente, mejorando así el nivel de contenidos, aunque en su mayoría los usuarios son pasivos pues se

delimitan a utilizar los datos y contenidos ya existentes en vez de crear ellos, un nuevo contenido.

4.37. Los mecanismos de interactividad

La Interactividad posee una serie de elementos como: la gran red de redes (Internet), personas de casi todo el globo terráqueo y máquinas, donde se da un intercambio de puntos de vistas bien sea informativos, de opinión entre otros y que una vez combinados permiten una mejor y rápida actualización del acontecer mundial.

Si bien es cierto este tipo de comunicación recoge una vista universal dentro de lo que es la explotación del Internet debido a su crecimiento y desarrollo tecnológico que dependerá del uso que finalmente se le dé. (Martínez, Laura, 2007) citada por el sitio web <https://interactivosuft.wordpress.com/2007/04/18/la-interactividad/>.
Fecha de recuperado: 03/04/2015

Imagen No. 11

Ciudadano utiliza su canal para enviarle mensaje a funcionario público como mecanismo de interactividad



Fuente: Cuenta oficial de Twitter de Radio Punto. @RadioPuntoGT

Los ítems presentados anterior se grafican en estas dos publicaciones, tanto la de un medio, como la de un internauta particular.

1. La publicación anterior es un mensaje enviado al presidente del Organismo Legislativo Mario Taracena, en donde un ciudadano común está aprobando el hecho de la publicación de Radio Punto pero emplaza al mismo presidente por medio de su cuenta personal de Twitter.
2. El mensaje del internauta fue recibido por el diputado Taracena en tiempo real.
3. Fue un mensaje incontestado por el funcionario, pero recibido por la red social que así lo permite.
4. El ciudadano virtió su opinión y al mismo tiempo informa de que el diputado Taracena tuvo algo que ver en algún mal negocio con el transporte de pasajeros público denominado Transurbano, creado durante la administración del ex presidente Álvaro Colom, cuando Taracena presidía también la Comisión de Finanzas del Congreso de la República.

Imagen No. 12
Crítica ciudadana al actuar de un funcionario público



Fuente: Cuenta particular de un internauta. @marvincitopaiz. Fecha de recuperado: 22/03/2016

- La Desigualdad

El Internet ha sido visto por muchos como una solución a muchos problemas, pero como cualquier otro instrumento, este estará siempre ligado a capacidades económicas.

Recordemos que si bien el Internet es global, es necesario tener un proveedor de dicho servicio. Y es que es así en donde se marcan las desigualdades, si bien es cierto, países desarrollados como Estado Unidos, en donde la gran parte de su población son usuarios asiduos de Internet, existen países en donde hay otras “prioridades” para sus habitantes en donde la pobreza, el hambre y la seguridad son elementos que los pobladores buscan satisfacer antes de tener acceso a la red.

Numerosos autores, especialmente los más conocidos promotores de la Internet, suelen ser optimistas acerca de las capacidades igualitarias y liberadoras de Internet. Dentro de estos autores destaca Bill Gates:

- La heterogeneidad

Gracias a la gran capacidad de comunicación y difusión que las nuevas tecnologías proveen, esto ha llegado a crear opiniones en la sociedad. Recordemos que el Internet se ha convertido en una especie de foro en donde todos pueden opinar sobre determinado tema, sin importar la edad, el género, la profesión o cualquier otra característica.

Todos pueden opinar, todos tienen el derecho de tener su propio criterio por lo que esto crea en la sociedad esa heterogeneidad en las opiniones.

- La desorientación

Es otra característica de la sociedad de la información. El diario uso del Internet nos hace exponernos a diferentes contenidos, posturas e información, muchas veces esa información no es correcta.

Con la gran capacidad del Internet en que todos pueden publicar, editar o bien informar, se hace muy difícil comprobar la veracidad de ese contenido lo que ocasiona que los usuarios nos confundamos, lo que termina por afirmar la periodista y aquí entrevistada Arroyave.

Por lo que el uso del Internet requiere cierto grado de ética para no colocar notas falsas y que puedan llegar a afectar no solo una persona, pues recordemos que gracias a la comunicación en el Internet podemos afectar a más personas con un solo comentario.

El empleo de los nuevos medios requiere destrezas que van más allá de la habilidad para abrir un programa o poner en marcha un equipo de cómputo. Se necesitan aprendizajes específicos para elegir entre aquello que nos resulta útil, y lo mucho de lo que podemos prescindir.

4.38. Las autopistas de la información

Las autopistas de la información son el conjunto de los medios físicos y de las informaciones que viajarán por ellos para permitir todo tip de comunicaciones. Las autopistas de la información están asociadas al diseño de los medios técnicos necesarios capaces de conseguir un tráfico fluido que, cada vez más voluminoso, circula por canales, a menudo limitados técnicamente y antiguos y, por tanto, sin posibilidades de soportar más que una determinada cantidad de información simultáneamente.

Los medios físicos en que se soportarán las autopistas de la información son las infraestructuras nacionales de información (INI). Este concepto fue formulado por Al Gore, ex vicepresidente de los Estados Unidos, y fue anunciado públicamente en un documento oficial de la Casa Blanca, de febrero de 1993, firmado por el propio presidente William Clinton, titulado “Tecnología para el crecimiento económico de América. Una nueva dirección para construir el fortalecimiento económico”.

Las infraestructuras nacionales de información se unirán entre sí, para construir una red de redes que se ha denominado: infraestructura de información global, que conducirá con toda probabilidad, a la sociedad de la información global. Joyanes (1997:91).

Dos de los grandes factores de cambio que ha sufrido la sociedad actual son la multimedia y la hipermedia, considerados como uno de los fenómenos más impactantes del siglo XX. La multimedia puede generar otro prototipo de hombre al que podríamos llamar “hombre multimedia” (sic). Este fenómeno se ha desarrollado en estos tres últimos años.

Los términos multimedia e hipermedia no han sido aceptados como válidos aún por la Real Academia de la Lengua Española, pese a que en la actualidad son términos muy usados para identificar a dos de los grandes elementos de cambio que han hecho de la sociedad, una sociedad de la información como tal. Es necesario recordar que, el libro de Luis Joyanes Aguilar se publica en 1997, por lo que cuando menciona “estos tres últimos años”, Joyanes Aguilar se refiere al año de 1994.

Hasta hace unos años, la palabra llegaba a los humanos por un canal, la escritura y las imágenes por otro canal. La prensa, la radio y la televisión, fueron copando estos canales, pero naturalmente, les faltaba una característica importante, la interactividad.

El hombre actual y, naturalmente el del futuro accede y accederá por un solo canal de comunicación a los bancos de datos, voz y sonido, e imágenes, al mismo tiempo. Pero, la computadora, el disco compacto o CD-Rom, un módem, una línea de comunicaciones y últimamente una macrored de comunicaciones como Internet, han creado la cultura multimedia; el ocio, el estudio, la cultura, la ciencia, etc., son algunos de los muchos campos que se están viendo afectados por la tecnología del CD-Rom y por ende, de la multimedia.

4.39. Multimedia

Uno de los elementos que vinieron a dinamizar el Internet y ayudó a complementar la información es la multimedia. Este concepto se ha llevado a grandes dimensiones, al grado que los que tradicionalmente eran medios audiovisuales, refiriéndose a la televisión y a la radio propiamente, se han de llamar en adelante como medios multimedia.

Pero, ¿qué es multimedia?, es la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido. Todo aquello que lleve la etiqueta de "Multimedia" debe cumplir un requisito fundamental: compartir, en un mismo soporte, la imagen fija, el sonido, la imagen en movimiento y el texto.

Tanto las enciclopedias en CD-ROM como las utilidades de la red son multimedia, ya que permiten obtener información en todos estos formatos: texto escrito, sonidos, fotografías e imágenes en movimiento. La palabra multimedia, que ha pasado por distintas acepciones a lo largo de los años, sugiere a la mayoría de las personas la idea de combinar diferentes medios que pueden ser controlados interactivamente por el usuario, y que han de servir para crear aplicaciones de interés educativo, comercial, de entretenimiento o para el trabajo cotidiano.

Todo aquello que lleve la etiqueta de "multimedia" debe cumplir un requisito fundamental: compartir, en un mismo soporte, la imagen fija, el sonido, la imagen

en movimiento y el texto. Tanto las enciclopedias en CD-ROM como las utilidades de la red son multimedia, ya que permiten obtener información en todos estos formatos: texto escrito, sonidos, fotografías e imágenes en movimiento. (Subit. Revista La Tecla.Cu. Cuba).

La multimedia fue en gran medida el engranaje que revolucionó el periodismo, que del tradicional, establecido por una estructura y una costumbre que duró varios siglos, pasó rápidamente a ser un periodismo digital, el cual debe trabajar desde una perspectiva multimedia para aprovechar al máximo las posibilidades que el soporte digital ofrece.

Dentro de estas opciones se pueden incluir aspectos como el diseño y la estructura de contenidos que incluso tiene su propia técnica la del análisis del contenido; la integración de textos, imágenes tanto estáticas como en movimiento, audio, bases de datos, videos, programas y otros. (Contreras 2011:29)

4.40. El periodismo en la era del Internet o periodismo digital

No hay dudas de que el siglo XX fue muy profuso en cuanto a las teorías del signo y de la significación. Desde la lingüística saussureana y la semiótica peirceana de fines del siglo XIX y principios del siglo XX hasta las teorías contemporáneas del cognitivismo y el “giro lingüístico”, pasando por el importante tamiz de la corriente estructuralista, la dimensión signifiante de la sociedad adquirió autonomía en el campo de las ciencias sociales y humanas respecto de los campos que habían estado a cargo de la reflexión sobre lo simbólico (la filosofía, la antropología, la filología), al punto de atravesar a estos mismos campos; el estructuralismo es quizás el mejor ejemplo, de allí su importancia para este recorrido. Sin embargo, el punto de partida de este trabajo no será el estructuralismo sino la cibernética, en la medida en que ambas teorías macro comparten importantes rasgos, pero con la diferencia de que la cibernética estuvo en el centro de la creación y desarrollo de las tecnologías digitales de la información, mientras que el estructuralismo se constituyó como una corriente de pensamiento al interior de las humanidades. Dicho de otro

modo, la eficacia simbólica de la cibernética en la vida cotidiana de la “sociedad de la información” es mucho más grande que la del estructuralismo. Rodríguez (2015:3)

La prensa escrita tiene más de trescientos años, la cual puede situar al periodismo en una nueva crisis, siendo las transformaciones en los medios de comunicación, como también el trabajo informativo. Sabiendo que el periódico ha ido cambiando en su estructura y su formato a la nueva situación social y mediática para reflejar en toda su extensión la realidad, porque el conjunto de noticias de un diario es, precisamente, la realidad social presentada como acción y concentrada en píldoras. A pesar de ello, el contenido de la prensa que debe ser noticioso, sigue intacto. (Gomis, 1991:11).

Para poder ponerla al alcance de las diferentes audiencias de manera que comprendan el relieve que tienen o pueden tener estos hechos que componen la actualidad. Por lo tanto, será prudente situar el contexto actual, donde hoy en día se trabaja en un entorno que excede las posibilidades de la utilización de los medios tradicionales, es un hecho que se están produciendo cambios, los medios *On line* presentan facetas periodísticas e investigadoras sumamente interesantes, las investigaciones y trabajos son llevados a cabo con un enfoque deliberadamente novedoso y digital.

La incorporación de la tecnología digital está modificando los procesos tradicionales de investigación, elaboración y difusión de los mensajes periodísticos y, de hecho, la propia barrera existente entre periodista y público, entre emisor y receptor. Esta tecnología ha llegado para transfigurar aspectos esenciales de la profesión periodística, como de igual forma la redacción de una nueva prensa, con nuevos periodistas adaptados a la transformación digital.

Según Gil (www.yachay.com), citado por Saenz (2011:6), el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que este rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas

del periodismo tradicional. Define también al periodista digital como el encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, multilínea e interactiva. Periodismo digital es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet.

Al respecto de comunicación, Paoli (1983:12) refiere que:

Evocamos algo en común a pesar del tiempo, pero el contexto social le imprime un nuevo sentido o, si se prefiere, un nuevo uso espiritual, según las experiencias históricas de cada tiempo y de cada pueblo, de tal manera que lo comunicado se informa de modo distinto.

Salaverría define al periodismo digital como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos, con la diferencia al tradicional en que, en este último periodismo se espera un retorno inmediato. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodigital>. Recuperado el 25/06/2015.

Imagen 13

Ejemplo de cómo un ciudadano corrige la ortografía a un periodista on line y la respuesta de ésta.



Fuente: Cuenta particular de un internauta. @marvincitopaiz. Fecha de recuperado: 22/05/2016

Desde el desarrollo de las nuevas tecnologías y muy especialmente desde finales del siglo XX, los medios de comunicación social como la radio, la televisión, la prensa, el cine y otros, con sus diferentes géneros y modos de expresión, han ido incursionando en el nuevo canal de comunicación social del siglo XXI. Actualmente es posible sintonizar emisoras, ver canales de televisión, películas, música, leer periódicos y comunicarse con otras personas y todo a través del Internet. www.coberturadigital.com. Recuperado el 25/06/2015.

Es por ello que se habla de radio digital, televisión digital y prensa digital, para referirse a los medios que se transmiten por el llamado ciberespacio. Este fenómeno ha creado además una nueva versión del periodista: el digital, es decir, aquel que elabora la información básicamente a través de Internet y, en consecuencia, tiene una creciente audiencia digital.

Muchos autores definen al Internet como una amplia biblioteca que contiene gran variedad de catálogos que se encuentran desordenados. Todos caen en el error de pensar que el Internet posee toda la información existente, sin embargo, no se puede negar que es de gran utilidad para el periodista y su labor.

Para enumerar y describir ocho pasos básicos que faciliten el acercamiento del periodista a esta nueva herramienta, Segnini (2008:65-66) cita a Paul, ésta teórica, instructora sobre el periodismo asistido por computadora.

Estos ocho pasos son los siguientes:

- “Surfear” en avanzada. Esta labor requiere de tiempo y dedicación, es necesario asegurarse de haber considerado todos los aspectos posibles. Paul recomienda reportear una nota del modo tradicional y después interesarse en cómo pudo haberse realizado utilizando Internet.
- No usar solamente el Internet. No hay que menospreciar las fuentes que anteriormente se han probado (el reportero mismo o alguno de sus colegas).
- Tomar en cuenta otras alternativas. Si el Internet no se ajusta a lo que se requiere, existen otros medios.
- Usar de manera correcta el correo y suscribirse a listas de correo.
- Prestar especial atención a toda instrucción que se encuentre.

- Analizar quién ha publicado la información y qué lo ha motivado a hacerlo
- Se recomienda organizar los sitios preferidos basándose en criterios como importancia, confiabilidad o de acuerdo a los temas.
- Si se sabe el sitio exacto donde se encuentra algo, se recomienda no perder el tiempo e ir directo a ello.

Respecto a la credibilidad de los sitios de Internet, el periodista no debe dejar de ser escéptico en extremo. Es decir, necesita seguir aplicando todos los criterios de verificación de los que hace uso cuando reporta, para poder diferenciar de mejor manera aquellos sitios que poseen credibilidad de los que no la poseen, recomienda verificar los siguientes elementos: “mapa del sitio, acerca del sitio, servicio de ayuda, quiénes somos, función de búsqueda, secciones o componentes, enlaces o vínculos y, por supuesto, un apartado de contactos”, si el sitio posee dichos elementos es más creíble, conclusión a la que llegan expertos en el periodismo como Font, Arroyave y Naveda, entre otros.

De igual manera, numerosos bibliotecarios en un intento por dar vida a la archivística, han trabajado en listados y cuestionarios de valoración para evaluar la información obtenida de Internet, tal es el caso de Kirk citada por Segnini (2008:67) para enumerar la siguiente serie de preguntas que son de utilidad para evaluar la credibilidad de un sitio:

- Autoridad. ¿Es posible saber quién patrocina la página? ¿Se trata de un sitio oficial? ¿Está especificado quién escribió el material?
- Exactitud. ¿Se menciona la fuente original para que sea posible realizar una verificación personal de los datos? ¿Se encuentra correctamente editada la página?
- Objetividad. ¿Se observan prejuicios declarados de manera abierta?

- Actualidad. ¿Está claramente especificado el día, mes y año en que fue escrita la página, la fecha en que se introdujo a la red y la última vez en que fue actualizada?
- Cobertura. ¿Es claro lo que trata de cubrir la página? ¿Quedan temas pendientes por cubrir y son importantes?

Retrospectivamente si nos situamos en el año de 1945, cuando Vannevar Bush diseñó el Memex, una máquina que lograba almacenar mucha información con la capacidad de crear diversos caminos llamados enlaces, para recuperarla. Aunque no se llegó a completarla, pero fue el primer paso en impulsar el nacimiento del hipertexto, denominado por Ted Nelson, el cual se ampliará más adelante. Como vemos, la historia del periodismo digital es algo reciente, pero, aunque no lo parezca, está en medio de la revolución tecnológica, que vino a cambiar la forma de hacer las cosas.

En América Latina, durante varias décadas, no pocos académicos e investigadores de la comunicación restaron importancia al estudio de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones, por considerarles asunto periférico y de menor jerarquía conceptual en la investigación de las ciencias de la comunicación. En la década de 1970, un extenso grupo de académicos e investigadores de la comunicación, contagiados por el radicalismo althusseriano (1), sostenía que los “aparatos ideológicos de difusión” estaban subordinados a propósitos de dominación de las clases hegemónicas del imperialismo. (Islas 2015: 3).

La modalidad del periodismo digital nació en Estados Unidos a finales de los años 70 y según Pavilik citado por Barrios (2004:12) en un inicio los periodistas en los medios digitales, se limitaban a reproducir la información de los formatos impresos o tradicionales, dentro de este contexto nace el llamado periodismo digital, mismo que propone que en las nuevas tecnologías, el periodista ya no puede ser sólo un gestor de información, sino que debe adaptarse a las exigencias de públicos, a su manera de pensar, a sus intereses, cada vez más segmentados y exigentes. En

cada publicación deben ofrecer un valor adicional a la información para hacerla más atractiva.

A finales de la década de los ochenta empiezan a surgir acontecimientos importantes en Estados Unidos, con relación a la informatización de la información, llevando en 1993 la publicación en Internet por el primer diario digital (The Chicago Tribune).

Aunque solo se tratase de subir el mismo ejemplar impreso a la red como lo hizo en sus inicios Prensa Libre, utilizando el formato PDF, y luego poco a poco otras empresas de comunicación comenzaron con la misma metodología y todo fue evolucionando, claro, en la medida que iba evolucionando la tecnología y las herramientas se iban transformando entre sí pues se incorporaron herramientas interactivas, como el correo electrónico y varios servicios que aportaban información, apostando ahora a la información *On line*. (Camacho, 2010:236).

Durante la década de los noventa, comienza con la expansión del Internet, siendo el principal soporte o medio de comunicación utilizado en la actualidad, por lo tanto, fue menester el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, impulsando así el periodismo en la era digital.

Los periódicos digitales nacieron con la llegada de Internet, y el motivo por el que los medios de comunicación se adueñaron de este nuevo mundo fue prácticamente económico, ya que observaron la decadencia de ejemplares vendidos en papel.

Este cambio que lograron los medios fue un gran paso para que la gente se informara, como se aclaró anteriormente, era imprescindible una revolución al momento de acceder a la información, que ahora en Internet había mucha, tarde o temprano, los medios tendrían que brindar las novedades, siendo las noticias más importantes, para así seguir sumando información.

El periodismo se hace digital al momento de dominar un espacio de la red, siendo algo más amplio, como el ciberespacio, también llamado ciberperiodismo, abordado a profundidad más adelante, término nuevo que describe la tendencia del periodismo, el cual tiene como espacio principal de desarrollo al Internet y su flujo constante de contenido.

Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías desde finales del siglo XX. Los medios de comunicación social, siendo los medios tradicionales, como la radio, televisión, cine, y prensa, entre otros, con sus diversos géneros y modos de expresión, han incursionado en el nuevo mundo social vía digital del siglo XX, generando la geo globalización de la comunicación del siglo XXI.

Las características del periodismo actual se han ido adquiriendo cada vez más, fundamentalmente como un servicio social, parte de la comunicación humana impulsada a transmitir noticias, sean de actualidad, universalidad, periodicidad, entre otros. Tomar apuntes solía ser siempre lo común para todo periodista, ya que, al escribir, ellos se aseguraban de no perder sus notas, y por lo tanto tener referencia de algo concreto. Ahora, tomar apuntes para cualquier nota periodística puede incluir fotografías, capturas de pantalla, enlaces de sitios web, mensajes de texto, redes sociales, entre otros.

4.41. Algunas características propias del periodismo digital podrían ser:

- **Aplicación Multimedia:** Se define también como una forma particular de acción social de los sujetos con relación a otros sujetos, por lo que es comparada con el término interacción comunicativa. Según Rodríguez, citado por (García 2013:33) Consiste en cambio en la limitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico que contemple como su objeto principal o colateral también la función de comunicación con uno o varios usuarios.

- El Hipertexto: Siendo los enlaces que permiten conectar las páginas entre sí, la cual se redactará más adelante.
- La Interactividad: Comunicación múltiple, todas las personas conectadas a la red pueden escribir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario.
- La Actualización: Los usuarios determinan el grado de renovación del contenido.
- La infografía: Diseño gráfico donde se combinan textos y elementos visuales con el fin de comunicar información precisa sobre variadas temáticas científicas, deportivas, culturales, entre otras. (Salaverría, 2005:156).

En la imagen que se presenta a continuación, se puede apreciar claramente cómo algunos medios de comunicación tradicionales, sean estos escritos, televisivos o radiales, se trasladan a la red de manera en que la consideren importante y seria. Así por ejemplo, el noticiero Guatevisión utiliza su cuenta oficial pero altera el formato periodístico tradicional, mientras que, al mismo tiempo, el noticiero Telediario por medio de su reportero, presenta la misma información pero más completa, seria y de manera profesional.

Con ello se muestra que las redes sociales serán el medio, pero el mensaje quedará a la discreción de quien lo utiliza, contraviniendo así al mismo Marshall McLuhan, quien en su teoría del Determinismo Tecnológico, plantea que el mensaje es el medio.

Imagen No. 14

Fotografía sustituye entrada formal de una nota informativa en @Guatevisión_tv



Cuentas oficiales en Twitter de @telediario_GT @Guatevisión_tv vía cuenta personal del reportero @MynorLorenzo_TD. Fecha de recuperado: 10/09/2016

4.42. El periodismo asistido por computadora

Parece importante antes de agotar el tema de la computadora y su aporte al periodismo, decir que todo periodista es un comunicador y, a la vez, aclarar que no todos los comunicadores son periodistas. Es periodista aquel que realiza la práctica del periodismo, mientras que un comunicador puede realizar perfectamente su tarea sin hacer periodismo. Es más, dando unos pasos adelante, se puede señalar que el concepto de comunicador, sobre todo en los ámbitos académicos, alcanza también a quien investiga, analiza y produce teorías acerca del campo específico. Ese campo, por supuesto, involucra al periodismo, pero también a otras actividades ligadas a la comunicación. Así, es oportuno revisar el sentido del periodismo como instrumento de la comunicación y, simultáneamente, como práctica social. Su valor comunicacional no está en discusión en tanto numerosas y variadas observaciones científicas dan cuenta acabadamente de su función y razón epistemológica.

La utilización de las nuevas tecnologías no viene a sustituir las técnicas que el reportero tradicional emplea en la realización de su trabajo, más bien, vienen a potenciarlas y brindarle un mejor aprovechamiento de su tiempo y talento. Gómez (2015:1)

Para definir el término periodismo asistido por computadora Segnini (2008:45) cita a Garrison (1998) quien al respecto menciona que éste es: “cualquier proceso que utiliza la ayuda de las computadoras durante la recolección de insumos para noticias, su tabulación, su aplicación del formato o plantilla requerida, su publicación e incluso su recepción de mensajes como respuesta en el proceso de comunicación”.

Para hacer uso de una computadora el periodista no necesita ser un maestro en su utilización ni tampoco poseer el equipo más costoso, lo indispensable es tener a su disposición una computadora personal, acceso a Internet y los programas más

básicos de oficina; como resultado, el periodista ampliará sus opciones de vías de información y su posterior procesamiento.

Según Segnini (2008:45) esto se evidencia en el hecho que el acceso a la información es fácil y rápido debido al uso de Internet, los procesos matemáticos o estadísticos ahora son realizados de manera más veloz y por lo tanto ya no son aburridos para el periodista, por lo que asegura que, efectivamente, la incursión de la computadora vino a revolucionar completamente al periodismo. Y por último, no se puede dejar de mencionar la ventaja de poder almacenar múltiples archivos con información en poco espacio.

Si se lee nuevamente lo mencionado en líneas atrás, se puede llegar a la conclusión que el Periodismo Asistido por Computadora ha venido a mejorar la logística en el ejercicio del periodismo, que entre otras cosas, aporta inmediatez en el proceso de publicación de un hecho noticioso, sin embargo, este concepto va mucho más allá, ya que también está esa importante habilidad que tiene de brindar al periodista la posibilidad de verificar por sí mismo las realidades que tiempo atrás eran imposibles por lo lento de la época. Es decir, se trata de un nuevo mundo de contenidos y estructuras. (Segnini, 2008:45).

Segnini (2008:47-60) identifica y explica por lo menos cuatro funciones básicas que debiera cumplir la actividad periodística o el PAC a partir de su experiencia y la de otros colegas en el ejercicio de la profesión del periodismo, quienes tuvieron de una manera abrupta, qué actualizarse en la marcha:

- Generación de ideas. No cabe duda de la importancia que tiene el mantenerse comunicados, sin embargo, en este caso lo resulta aún más el hacerlo de manera continua con fuentes clave y que pueden ser de ayuda para llegar a temas prometedores. Para ellos puede ser útil:

- I. Grupos de noticias: Dichos grupos permiten que los usuarios envíen, lean y contesten mensajes de texto que son distribuidos a través de diversos servidores. Éstos están organizados de acuerdo al tema y tienen mucho tráfico, sin embargo, el sistema los guarda permitiendo así realizar búsquedas de períodos largos.

El periodista que haga uso de estos grupos debe de tener presente que, si desea obtener respuestas necesita tiempo para esperarlas, debe presentarse siempre como periodista por motivos éticos, sus mensajes los verán todos los miembros que conforman el grupo, necesita verificar lo que encuentra no una sino, mil veces, necesita del escepticismo ya que la información no ha pasado por ningún filtro, no debe realizar preguntas que ya han obtenido respuesta, se hace necesario conocer al grupo antes de iniciar con sus preguntas y por último, es mejor tener pocas fuentes pero confiables a tener muchas que no lo sean.

- II. Foros: Su uso es similar al de los grupos de noticias; también son conocidos como foros de mensajes, foros de opinión o foros de discusión. Se encuentran en línea y son un complemento de un sitio web determinado, en él los usuarios pueden intercambiar información o discutir acerca de un tema específico y de interés común.
- III. Listas de correos: Los periodistas se suscriben con mayor frecuencia a las lista de correo que manejan tanto instituciones como empresas, a través de ellas pueden mantenerse informados respecto a lo que acontece en dichos entes y con las personas que laboran en ellos. Para tener acceso a ellas, lo único que debe de hacerse es enviar un correo solicitando la inclusión a las mismas.
- IV. Blogs: Se trata de sitios web que son actualizados de manera periódica y reúnen textos o artículos de varios autores de manera cronológica. El monitoreo de los mismos ofrece al periodista ideas de noticias e información directa de primera mano.
- V. Agregadores RSS: Esta herramienta permite difundir el contenido de un sitio web sin la necesidad de usar el navegador, éste llega de manera directa a aquellas personas que se hayan suscrito a él. Todo es posible gracias al programa llamado RSS.
- VI. Chats. Se trata de charlas escritas entre una o más personas que se realizan en tiempo real o de manera instantánea sin importar el lugar del mundo donde éstas se encuentren. En este tipo de conversaciones no es necesario colocar el nombre real, se permite el uso de seudónimos; en ellas convergen personas que desean conversar acerca de un tema en particular. El anonimato que se ofrece permite que las personas hablen de manera libre pero a la vez facilita que surja información dudosa o tendenciosa.

- Referencia: Ésta aplicación brinda la posibilidad de encontrar información de contexto o bien, de referencia a través del uso de Internet, Intranet u otros dispositivos de almacenamiento. Se diferencia del reporteo ya que utiliza mayormente fuentes secundarias o aquellos productos que fueron elaborados por terceros, se pueden utilizar siempre y cuando sean citados por el periodista otorgando el debido crédito a quien lo merece.

- Reporteo: El reporteo es una aplicación que traduce a la vida virtual aquellas técnicas del periodismo tradicional. Si se realiza con técnicas de PAC la labor del periodista se verá simplificada ya que podrá tener acceso a fuentes de primera mano, le será más fácil localizar a los expertos que requiera, encontrará registros públicos de manera rápida y obtendrá gran variedad de recursos (fotografía, de audio, video, entre otros).
- Análisis y Presentación: Después de realizada la labor de recopilación de información el periodista se ve en la necesidad de proceder a analizarla y procesarla, para ello puede hacer uso de numerosos instrumentos que le ayudarán ver patrones, llegar a conclusiones más precisas y presentar lo obtenido de manera comprensible. Algunos de estos instrumentos son:
 - Mapas conceptuales.
 - Análisis de Redes Sociales (ARS).
 - Sistemas de Información Geográfica (SIG)

4.43. Principios básicos del periodismo digital

Durante un evento internacional denominado “periodismo 2020”, realizado en Viena el 20 de marzo del 2010, según se publicó en el sitio web <http://journalism2020.net/>, el Editor Inglés, Alan Rusbridger, Director del Guardian Media And New, reservó 10 principios básicos del periodismo digital, establecidos como principios y recomendaciones para abordar el periodismo en la red. Estos son:

- a.) Fomentar la participación y la retroalimentación: las experiencias de los e-reporteros y los servicios de foros y comentarios como plataformas de contacto con los lectores.
- b.) El medio no es para el grupo de periodistas que lo hace, sino para los lectores. El fin es siempre el usuario, el receptor-lector.
- c.) Animar a otros a iniciar el debate, publicar material o hacer sugerencias: potencializar la utilización de las redes sociales.
- d.) Ayudar a crear comunidades en torno a intereses comunes y temas de importancia.
- e.) Ser abierto y formar parte de la Web: no tenerle miedo a las herramientas en red: Una recomendación que desemboca en el perfil del periodista digital.
- f.) Reunir y supervisar el trabajo de otros: siempre estar al tanto de temas de interés, enfoques y abordajes que logran otros medios.
- g.) Aceptar que los periodistas no son los únicos autorizados y expertos. Hay otras voces interesantes: El usuario activo de la red ya puede participar.

- h.) Disfrutar, expresar y reflejar la diversidad y promover los valores compartidos.
- i.) Aceptar que la publicación puede ser el comienzo del proceso periodístico y no el final: En el mundo digital todo está en constante construcción.
- j.) Ser franco y abierto a los desafíos y mejores, incluyendo las correcciones, aclaraciones y debate: Reinventar la forma de trabajar todos los días. Peña, (2011:7)

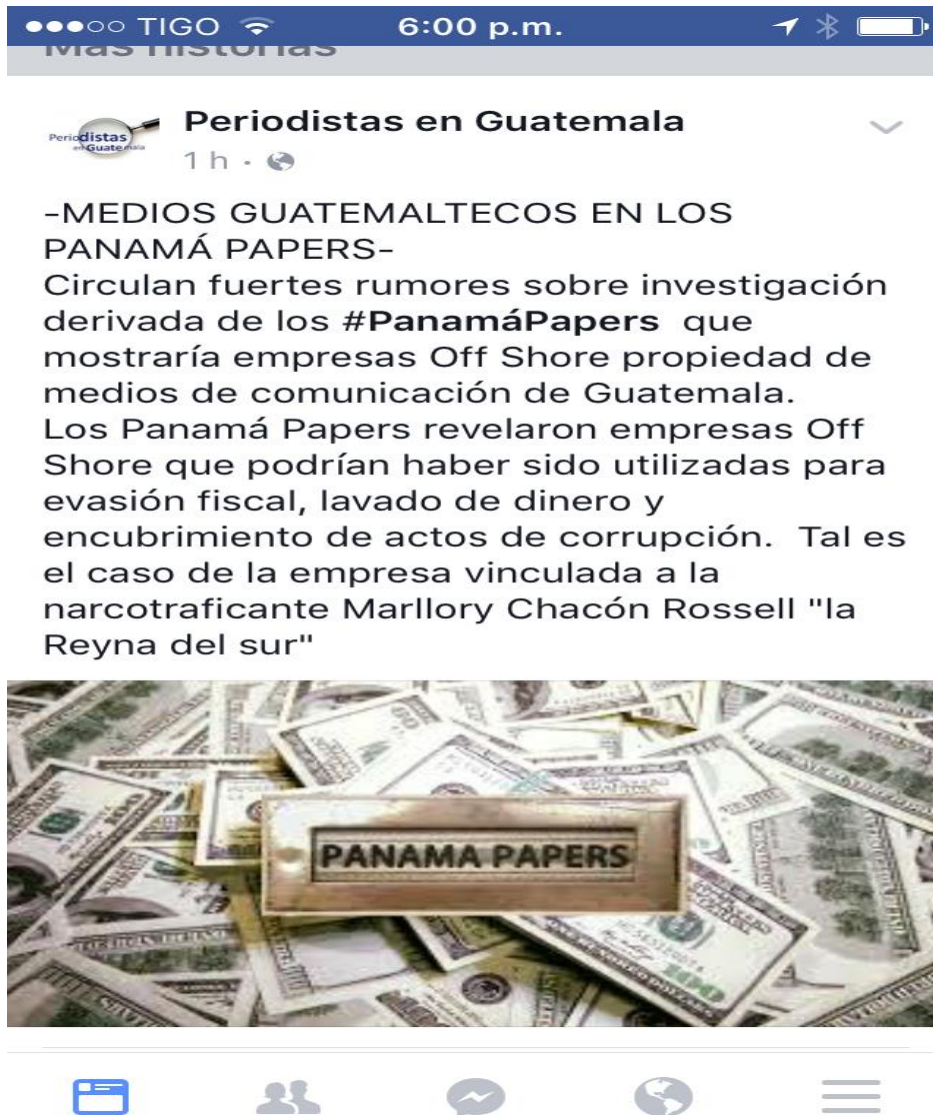
Morataya, para ampliar el concepto del periodismo digital, refiere que Marshal Mac Luhan tenía razón al afirmar que el mundo se iba a encoger por el avance de la tecnología:

Y que todos nos podríamos reconocer y platicar personalmente como lo hacía la gente en las aldeas de la edad media, donde prácticamente todo el mundo sabía todo de todos. Ahora bien, esa aldea utópica de MacLuhan es una aldea muy grande. La aldea es el mundo, el globo terráqueo. De tal forma que en cualquier momento yo podría enterarme de los sucesos de una remota aldea de China o Italia, que la primera sufrió una inundación en sus campos de arroz y en la segunda hubo un gran deslave. Ahora mismo todo el mundo se enteró que una pareja guatemalteca se la tragó el suelo delante de Álvaro Interiano, un foto reportero de un medio escrito guatemalteco. (Morataya, 2012:23).

Al respecto de los 10 principios básicos del periodismo digital, Morataya se refiere a Twitter por su formato como una plataforma espléndida para presentar esa noble actividad informativa, encontrando entre otras las siguientes ventajas: a) la inmediatez, en cualquier momento las personas tienen acceso a un “transmisor” (computadora, tableta, lap top, net book, Smartphone, etc) u otro medio desde donde pueden transmitir. b) La masividad que ha alcanzado la socialmedia. La página gt.globedia.com calcula que hay 200 millones de usuarios y de ellos por lo menos 56 millones escriben un tweet diariamente.

Imagen No. 15

Ciudadanos plantean demandas y publican denuncias contra los mismos medios tradicionales



Fuente: <http://www.facebook.com/periodistas.enguatemala.3/> Fecha de Recuperado: 22/03/2015

A pesar que no hay datos para Guatemala, se calcula que más de un millón y medio de personas tienen acceso a Internet y circulan 18 millones de celulares entre los guatemaltecos. De ahí la posibilidad de que cualquiera de las personas a las que seguimos en Twitter pueda transmitir una noticia o reenviarla antes que un medio.

c) Los receptores pasan al papel de emisores.

La social media ha permitido que potencialmente cualquier persona sea susceptible de convertirse en cualquier momento en un difusor de una noticia.

d) La reducción de los costos. Cada vez, el acceso a Twitter es más fácil debido a que los Smartphone han bajado de precio, permitiendo el acceso a la red sin necesidad de tener un servicio de Internet fijo o pagando un plan continuo, se puede ingresar incluso en teléfonos prepago y,

e) La accesibilidad.

Prácticamente todas las plataformas, Windows, Apple, Android, permiten el acceso a esta red social. Se puede acceder en una PC (Personal Computer o Computadora Personal) en IMac, en iPad, en la tableta Android de Samsung, en los Black Berry, los teléfonos Erickson, en fin, desde cualquier terminal de Internet.

4.44. El periodismo y la Internet

Para hablar de periodismo y de internet, es necesario agotar antes lo relacionado a lo que hoy día se conoce como Periodismo Especializado, PE, disciplina que está inmersa en un debate teórico en España. Siguiendo los criterios de algunos de los autores, no es fácil encontrar contenidos periodísticos que puedan ser considerados especializados, ni siquiera en prensa escrita.

Considerando el ámbito de aplicación del PE más allá de las áreas vinculadas a los conocimientos científicos, afirmamos que es el tipo de contenido, el área de especialización, el que determina el grado de formación teórica y metodológica que necesita el periodista para convertirse en un profesional cualificado capaz de informar con rigor y ayudar a la comprensión de la sociedad en la que se insertan

los medios, teniendo en cuenta que conforme aumenta la especificidad y disminuye la universalidad, aparece una mayor especialización.

De ahí que las especializaciones informativas más seguidas por el público sean las menos especializadas. El Periodismo Especializado presenta los múltiples ámbitos temáticos que configuran la realidad objeto de tratamiento periodístico por parte de profesionales cualificados en dos niveles de especialización distintos, capaces de satisfacer a los usuarios en sus demandas de entretenimiento, por un lado, y de profundización en el saber, por otro, sea cual sea el soporte elegido para su difusión. Mercado (2015:1)

Internet es un medio indispensable y ha evolucionado justo a la gratuidad, que se concretiza al sistema satelital, y no solo con la velocidad y cantidad de información, sino también la cantidad de volumen de inversión publicitaria, mandando con inmediatez la noticia antes que la competencia, por así decirlo, que en otro medio, a esto se reduce el trabajo de los periodistas que no cuentan con suficiente tiempo para poder contrastar las fuentes y a los que cada vez su remuneración es menos de lo que vale, conllevando a la valoración de la información por parte de los lectores y una pérdida de la calidad de la información. (Rodríguez, 2007:2)

Hoy día es complicado captar la atención de la sociedad de la información, ya que diariamente se lanzan millones de mensajes y la competencia entre los medios de comunicación es complicada, Salmon plantea que lo escaso en una sociedad de la información no es la información, que precisamente es sobreabundante; lo escaso, debido a esa sobreabundancia, es la atención de los agentes a quienes está destinada esa masa de información que para este estudio hemos definido como internautas, y que para la comunicación y sus elementos se conoce como receptor o perceptor. (Salvat & Serrano, 2011:113).

Si el Internet es el medio que está revolucionando la información, las redes sociales, como también otras páginas son el puente en el que viaja esta información a través de la red con un enorme impacto entre los usuarios. Por lo tanto, un periodista

tomará provecho de estas fuentes. Según Casas, citado por Neudecker (2015:2), siempre estamos en tránsito. El periodismo siempre se está reinventado. Ahora, con las redes sociales se está dirigiendo hacia otra fórmula periodística diferente a la que se ha conocido hasta ahora. La información llega desde muchos sitios y el peligro es que no está muy contrastada porque llega de una manera muy frágil, obligando constantemente precaver con los ojos muy abiertos.

El periodismo en Internet ha demostrado diversidad en la manera de expresión, y redacción, ya que la forma de expresarse de los periodistas es compartiendo su opinión personal de manera abierta, como se ha visto en redes sociales, reportando hechos noticiosos de acontecimientos de importancia general de una manera social.

Imagen No. 16

Los medios digitales también hacen papel de ciudadanía, comentando publicaciones de otras entidades



Fuente: Cuenta oficial en twitter del diario SOY502. @soy_502

Cada vez más periodistas utilizan la Internet tanto para informarse como para informar, en ambos casos es mayoritario los profesionales que no contrastan las fuentes de sus noticias antes de publicarlas, en algunos casos mezclan su opinión personal con la información adquirida, a pesar de eso, habrá un público que no logre diferenciar entre la mezcla de opinión y los hechos objetivos. Por lo tanto se debe crear precariedad laboral y de presión profesional entre los periodistas.

Internet ha evolucionado a los medios de comunicación, permitiendo un acceso rápido a la información desde cualquier lugar con accesibilidad, siendo la oportunidad para los periodistas de poder informar en tiempo real, creando la obligación para estos medios digitales, pudiendo causar consecuencias tales como el rigor en redactar una nota periodista de varias líneas, y contrastar las fuentes como deberían, como también comprobar si son hechos verídicos. No hacerlo, produce un aumento de información sin calidad, causando el desinterés de los lectores y la desvalorización de la información que consumen.

4.45. El perfil profesional del periodista digital

Quim (1999) (www.saladeprensa.org/art89.htm) citado por Saenz (2011:12), asegura que el periodismo clásico parte de la base que la información es un bien escaso que hay que buscar. El periodista digital se encuentra justo en el entorno opuesto por donde debe localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, contextualizar y clasificar por criterios de prioridad y se considera que también debe discriminar entre las fuentes originales y las que utilizan información de segunda mano, sobre todo porque se puede dar que la fuente de información no sea confiable.

El periodista en red rompe con la información lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. El periodista en red está inmerso en un mar de información y está interconectado a fuentes, periodistas, receptores, interactores y otros. Una buena

parte de sus rutinas periodísticas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital. (Quim citado por Saenz, 2011:12).

Quim plantea además que, el periodista digital o periodista en red como él decide llamarle, está expuesto a varios retos, oportunidades y peligros, los cuales postula de la siguiente manera: a) aprender el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías y los recursos de Internet, b) ser cada vez más preciso, directo y sintético en el trabajo periodístico, c) proporcionar el contexto mediante la propia investigación directa y el resultado de las búsquedas en Internet, respetando el derecho de autor, d) valorar, aprender y aplicar los conocimientos de los diseñadores gráficos en beneficio de la información pero sobre todo, el beneficio del correcto acceso a ella por parte del usuario, e) respetar a los lectores, el gran reto es aprender que toda persona que sepa comunicar y que tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia es potencialmente un informador, ofrece su derecho de informar, aunque no trabaje en ningún medio, porque Internet permite que cualquiera, desde cualquier punto ejerza su poder informativo, f) dada la imposibilidad de controlar y certificar la veracidad de los trabajos que se publican en la red, es primordial aprender a reconocer en ella aquellas fuentes fidedignas, serias y reparadas de lo que es información no contrastada e imprecisa, no consecuente o falsa, g) si el periodismo clásico parte de la base de que la información es un bien escaso que hay que buscar, el periodista digital se encuentra justo en el entorno opuesto. Debe localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, las debe contextualizar y las debe clasificar por unos criterios de prioridad.

También debe discriminar entre las fuentes originales y las que utilizan información de segunda mano, h) a la hora de localizar las fuentes no sólo busca las que puede encontrar en la red, sino que recuerda que hay fuentes fuera de ella. La recopilación activa de información no digital y su posterior digitalización e introducción a la red puede acabar siendo una de las características de los buenos periodistas digitales frente a cartógrafos de la información que tienen un carácter más observador y pasivo, i) el periodista digital debe ofrecer a sus lectores el acceso a todas las

fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, dándoles pie a que amplíen la información si lo desean. No hay motivos para escatimar un enlace si éste corresponde a una fuente original y aporta contenidos.

No hay limitaciones de tiempo ni espacio que lo impidan, j) en medio de tanta información, un valor del periodista digital se encuentra en su propia valoración de cada fuente. Un ejemplo: en una información sobre el ascenso de la ultraderecha en Europa es recomendable una lista completa de enlaces hacia páginas de colectivos de ultraderecha.

Pero es la ordenación de enlaces y los comentarios del periodista a cada uno de estos enlaces lo que da al lector las claves de contextualización de esta información y también, las opiniones del resto de lectores, no menos importantes, k) dado el propio carácter de la red, cada vez será más importante que el periodista digital compruebe que las fuentes son en realidad quienes dicen ser. Su selección de fuentes será una garantía para su clientela. Una web del Partido Socialista de Malasia puede haber sido realizada por cualquiera y puede y puede no expresar las opiniones oficiales de dicho partido.

El comercio digital precisa de comercios certificados, posiblemente el periodismo digital precisará de fuentes certificadas y; l) atendiendo a la posibilidad de personalización de los contenidos, el periodista digital realiza consultas a las fuentes a petición de los lectores/interactores. La acreditación de prensa tiene como una de sus funciones la limitación de acceso a las fuentes.

Es cierto que millones de personas conectadas a la Internet están ejerciendo de hecho de periodistas e informadores, pero no es menos cierto que las capacidades de muchas fuentes continúan siendo las mismas. Un protagonista no puede ofrecer miles de entrevistas en el estreno de su obra. Un político no puede atender las llamadas de miles de informadores. (www.saladeprensa.org/art89.htm) Recuperado el 22/07/2014.

Es decir que, debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red cualquier usuario es un informador potencial. De este modo se genera una sobreproducción de información y una explosión de informantes. Actualmente con la transformación del periodista tradicional al periodista web, la definición de periodismo no afecta solamente a los periodistas digitales, sino a la profesión entera, ya que se ve influenciada por estos cambios tecnológicos y de visión de los medios impresos. www.saladeprensa.org/art89.htm. Recuperado el 22/07/2014.

Para Quim (1999) el Internet ofrece oportunidades al periodista digital como simplificar la tarea, en términos de la cantidad de posibilidades que brinda en cuanto al acceso a documentación rápida, verificación de noticias, recibir convocatorias de prensa de forma inmediata, comunicación con los pares en el mundo, capturar imágenes y sonidos, entrevistar en la distancia, etc.

Además, dada su filosofía integradora, Internet ha impulsado la combinación de múltiples formatos en la entrega informativa de los medios y enorme aumento del número de las fuentes de información accesible. A mayor globalización, mayor necesidad de contacto con lo local.

Este escenario abre un nuevo horizonte de competencia para el ejercicio periodístico digital, en la medida en que éste abra a través de la red y de su rigor profesional informativo, nuevas oportunidades de desarrollo local y comunitario. La inmediatez y la interactividad permiten una relación más directa con el público, tanto es así que en el caso de recibir correos de los usuarios, la relación se personaliza de tú a tú y se establece cierto grado de intimidad.

También el Internet ofrece peligros al periodista *On line*. Para Quim (1999) estos se enmarcan en los abusos en los derechos de propiedad intelectual, la invasión a la intimidad, la piratería, el robo de información y muchos otros que van de la mano de la veracidad y la propiedad de la información.

Para hablar del perfil que debe presentar el periodista *On line* o periodista digital, que cambia abismalmente con el perfil del periodista tradicional o aquel periodista de prensa escrita, es necesario definir el término perfil, que según la RAE (2001:283) lo define como, miramientos en la conducta o en el trato social, otro término es el conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo. <http://buscon.rae.es/drae>. Recuperado el 22/07/2014.

Atiende a las exigencias del nuevo reportero, cuya responsabilidad radicará en el soporte profesional de sus publicaciones, también se refiere al conocimiento y facilidad en el manejo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para presentar ante la sociedad los hechos noticiosos.

Otro sitio de Internet ofrece un concepto similar al de la RAE, y dice que perfil es el conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades. De acuerdo a Mérida (2008:2) éste representa lo característico y fundamental de una profesión y proviene de la fusión de los tres perfiles: personalidad, ocupacional y prospectivo, al referirse explícitamente a la definición de perfil profesional.

El perfil profesional constituye una descripción de las funciones que deberá ser capaz de realizar el profesional al terminar sus estudios e integrarse en el mercado de trabajo, en el campo de su profesión, pero una descripción no se concreta a un listado de actividades, debe ser una relación sistematizada, estructurada, de acuerdo con las características de la profesión. <http://aracellymeridawordpress.com>. Recuperado el 12/05/2014.

Gamboa (1993:22) afirma que el perfil profesional del que hace periodismo o comunicación cibernética o de cualquier otra índole profesional, comprende el conjunto de capacidades que el estudiante debe desarrollar para desempeñarse en los roles profesionales en el área de la carrera escogida, así como los rasgos

profesionales y sociales en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas requeridos en el mercado potencial de trabajo.

Además, en el marco de los objetivos institucionales, se define el alcance deseado de la participación de los profesionales a formar, particularmente en lo que a nuevas tecnologías de la información se refiere, considerando los conocimientos y aptitudes que lo capaciten para plantear problemas en su ámbito de acción, para diseñar y ejecutar soluciones al respecto, así como las actividades que denotan los aspectos intangibles de la formación como las escalas de valores y el comportamiento. Gamboa citado por Saenz (2011:15)

Por tanto, refiere que el perfil profesional constituye la descripción de las funciones que deberá ser capaz de realizar el profesional en el momento de terminar sus estudios e integrarse en el mercado de trabajo, en el campo de su profesión. Sin embargo, una descripción no se concreta a un listado de actividades, debe ser una relación sistematizada, estructurada, de acuerdo con las características de la profesión. Por ejemplo, los niveles o áreas donde deberá desempeñarse el profesional.

Las noticias de un periódico digital pueden manejar imágenes, textos y videos que relaten detalles sobre el suceso publicado. Un periódico digital utiliza una plataforma con gestores de contenidos como recurso de publicaciones o una tecnología más programada y elaborada para la publicación de las noticias.

Los periodistas digitales pueden personalizar sus notas, las cuales algunas veces no pasan por filtro de editores para correcciones porque deben publicarse lo más pronto posible, lo que hace el periodista en estos casos es llamar al editor web e informarle de la noticia y él es quien decide si la sube a la web o no.

Imagen No.17

Los periodistas digitales publican sus errores y quedan expuestos ante la ciudadanía



Fuente: <http://www.facebook.com/brendachacon/>. Fecha de recuperado: 05/05/2016

Ante la dinámica de publicación en Internet, el perfil del periodista digital es diferente al periodista que se dedicaba a recolectar información durante el día, pasaba el resto de la tarde escribiendo y al terminar su nota se la entregaba al editor y el editor se la daba al corrector de estilo, quien tras revisar, corregir y sugerir los cambios gramaticales oportunos daba su autorización para publicarla posteriormente.

Mérida (2008:2) abordó el conjunto de capacidades que el periodista digital debe desarrollar para poder desempeñarse, así como los rasgos profesionales y sociales en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas requeridos por el mercado potencial del trabajo.

Las características de Internet, como medio interactivo proponen u requieren que el periodista realice funciones que, tradicionalmente, eran ejercidas por otros profesionales o simplemente no eran necesarias. Así, el periodista no sólo es periodista en la red, sino también gestor y comunicador. (SIC).

Orihuela (1993:22) considera que el nuevo perfil de los comunicadores profesionales enfatiza en las destrezas referidas a la búsqueda, localización, procesamiento y redistribución de información mediante cualquier plataforma y lenguaje. Las nuevas plataformas conllevan nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo. Los periodistas digitales como mínimo deben dominar las aplicaciones en línea denominadas software social.

Falla, citada por Sáenz (2011:18) en su tesis anota sobre el periodismo digital:

Apunta que el periodista digital debe responder a mayores desafíos, a un perfil más completo con estudios en periodismo y comunicación, bilingüe, preferiblemente nativo digital, que domine muy bien los dispositivos y programas. Sin embargo, el periodista digital, aunque debe contar con los filtros para que su nota o noticia sea bien recibida pero que no riña con los intereses del medio, cuenta a diferencia del periodista de antes, con la inmediatez, la cual ya no es solamente de la radio.

Debe contar con conocimientos en paquetes de oficina Microsoft Office, u otro sistema como correo electrónico, navegación en Internet, búsquedas avanzadas a través de buscadores especiales, usuario de dispositivos móviles, entre ellos el iPod y el teléfono celular Smartphone. Además, es importante que cuente con

experiencia en actualizaciones de blogs, ediciones en línea, narración de noticias, utilización de sistemas de edición y actualizaciones de notas vía SMS por celular.

Con estas características pueden realizarse comparaciones técnicas del perfil del periodista digital y el perfil del periodista tradicional. Sin embargo, Arroyave citada por Falla (2009:12) y más adelante citada de forma directa por medio de la entrevista, considera que todos son capaces de adaptarse; ella misma inició la profesión escribiendo notas en una máquina Royal Mecánica, de los años 20, luego conoció las computadoras y ha desarrollado periodismo para Internet. Para lograr adaptarse al cambio, su capacitación profesional ha sido constante, pero asegura que su especialización se la ha dado la práctica.

Arroyave considera que las nuevas generaciones de periodistas tendrán la ventaja de capacitarse dentro de las aulas universitarias sobre las características del periodismo digital y sus exigencias, por lo que se espera que las universidades adapten a estos nuevos cambios que la tecnología exige sus contenidos programáticos.

El perfil profesional del periodista digital exige que éste conozca como mínimo el uso de la computadora, el Internet y las redes sociales. De preferencia si tuviera conocimientos en software multimedia y programas de diseño. El nuevo rol del periodista digital exige habilidades propias del entorno on line que, además, van cambiando a medida que Internet evoluciona. (Saenz, 2011:18).

Dando por supuestas las competencias propias del periodismo tradicional, como criterio periodístico, gramática y estilo, esta sería la lista ideal de temas que un periodista *On line*, (término anglosajón cuyo par se utilizó para nombrar la actividad dentro de las cabinas de radio para buscar la no interrupción, *On air*).

On line es el periodismo en línea, cuyo significado propiamente está en el uso de las redes como su canal, debería conocer y manejar con soltura, además de tener

nociones básicas del programa Flash, edición y grabación de audio y vídeo, herramientas de blogs, sistemas editoriales, diseño web, posicionamiento en buscadores, hojas de estilo, usabilidad y accesibilidad, manejo de programas de diseño como photoshop y otros. www.233grados.com/blog/2008/08/requisitos-para.html. Recuperado el 25/06/2014.

Los medios de comunicación guatemaltecos han ido evolucionando, expandiéndose cada vez más, incluso realizando cambios en este futuro en la era de la información. El periodismo satisface la necesidad de informar, según Rivadeneira citado por Barrios (2004:4) acerca de periodismo, es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes para transmitirlos a destinos mediante un canal llamado periódico.

Pero hoy en día no es suficiente este canal, existen otros y más avanzados por medio de Internet, que ha causado cambios en la actividad periodística en todo el mundo, ahora representa una nueva revolución en la forma de comunicación e información, los medios de comunicación social, audiovisuales y escritos se emergen en esta revolución informativa.

El periodista profesional ha aprendido a realizar su trabajo de diferente forma, sin duda ha de transformar la actividad periodística para crear nuevos medios *On line* y así poder ir de la mano con las nuevas tecnologías de la información y comunicación, llamadas TIC. A pesar de la brecha digital que vive el país, los medios de comunicación guatemaltecos han ido evolucionando conforme las oportunidades que ofrece el ciberespacio, como también la accesibilidad de la red Internet.

Los periódicos online han tomado como modelo la prensa escrita, actualmente es imperante la preparación de los periodistas desde este nuevo punto de vista, el mundo Online. Antes de entrar a definir periodismo digital conviene definir la palabra digital, según el diccionario de multimedia de Collin citado por Barrios (2004:

12), representa datos o cantidades físicas en forma numérica; usando especialmente un sistema binario en dispositivos conectables al computador.

Es llamado periodismo digital, el que definitivamente tiene como entorno principal de desarrollo la Internet, así como dispositivos y redes en general. Varios autores coinciden con el concepto de periodismo digital, considerado como un término reciente.

Imagen No.18

Emisoras Unidas genera confusión por poca seriedad ante las redes sociales



Fuente: Cuenta oficial del consorcio de medios Emisoras Unidas. @EmisorasUnidas. Fecha de recuperado: 22/05/2016

Según Salaverría (2005:21), es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo, difundir contenidos periodísticos, dejando por sentado que, aunque evolucionen las tecnologías, el periodismo como actividad social no desaparecerá en tanto no desaparezca la sociedad mundial. Ya hace varios años los primeros medios hicieron su aparición en Internet, a lo largo de la historia todo definitivamente sufre un cambio drástico como el periodismo a través de la prensa escrita, convirtiéndose en un nuevo reto: reaprender a hacer lo mismo de diferente forma, quienes no han podido expresarse en esta nueva plataforma han quedado rezagados.

Continuando con la argumentación, desde que los periodistas conviven con (y en) Internet, la investigación, producción y difusión informativas han evolucionado de raíz, incluso, los propios perfiles del periodista, el medio y hasta el público han experimentado también mudanzas radicales.

Periodismo digital es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al Internet. (Sáenz, 2011:6). El periodismo digital tiene mucho potencial en Guatemala, ya que muchos medios de comunicación están optando por trasladar la edición impresa a una versión en Internet, debido a que es considerada competente y posee un grupo objetivo interesado en leer una versión web. (Barrios 2004:12).

4.46. Prensa Libre y los inicios de la prensa escrita en la era digital

La prensa, desde sus inicios, ha sido un medio de comunicación para anunciar acontecimientos contundentes, por esa razón el periodismo es el encargado de recolectar y escribir la información que será presentada a un público determinado. En el siglo XV, la prensa revolucionó totalmente gracias a la invención de la imprenta, siendo un método que consiste en apoyar unos tipos o sellos, los cuales se encontraban untados de tinta, de esta manera la hoja queda marcada con la figura que se le es aplicada; en este caso, letras.

La prensa se posicionó como un medio masivo de comunicación, del cual la reproducción del mismo tendría la capacidad de llegar a miles de personas, en menos tiempo y mayor escala. El desarrollo de la prensa se ha ido desarrollando desde el punto de vista del contenido, ya que lo más importante es la veracidad de la información creada por el Periodismo. La prensa se abrió paso en todo el mundo, brindándole un desarrollo informativo a las nuevas generaciones, las cuales aprenderían y descubrirían la historia de acuerdo a los hechos narrados.

La prensa a través del tiempo, se consolidó como periódico por su periodicidad, ya que se desarrollarían diariamente estos contenidos en hojas de papel para ser comunicados a las personas, luego aparece el papel periódico como se le conoce hoy día.

El desarrollo de la información es algo constante, todos los días suceden situaciones de carácter público, con los años los medios de impresión revolucionaron al punto de ser computarizados, los periódicos como entidades empresariales sistematizaron el tiempo, y gracias a este la producción aumento.

El periódico impreso se ha visto sometido a una nueva era de los medios de comunicación, en la primera década del siglo XXI, la aparición de la corriente llamada periodismo digital o ciberperiodismo. Este fenómeno ha llevado al nacimiento de publicaciones digitales que adoptan por no disponer una versión impresa, en papel, ya que su difusión es mucho más extensa y eficaz, como también los costos de impresión y producción, se hace referencia a la nueva era del periodismo escrito, ya que allí su rapidez informativa es más fluida, y se puede generar una retroalimentación en donde el público comparte ideas o críticas acerca de una noticia determinada.

Cada día, los periódicos online, suben las noticias que serán expuestas en los periódicos impresos, muchas personas prefieren comprar la prensa escrita, pero

otras no, ya que allí en el Internet, podrán encontrar millones de veces la misma noticia sin necesidad de tener que gastar monetariamente.

Cuando la prensa cambia de soporte tecnológico, se encuentra con aspectos propios del nuevo soporte que la obliga a transformarse, lo cual tendrá repercusiones en todos los niveles que integran un medio de comunicación, en esta etapa de su historia, la prensa ha tenido que adaptarse a las tareas de redacción de la edición electrónica de un periódico; las formas de presentar la información, su actualización y espacio en la página, al lado de herramientas propias de Internet.

La versión digital no solo ha hecho que se tenga la versión exacta de los impresos en la web, sino también una forma de hacer noticias, desarrollando un lenguaje propio y específico, ya que logra facilitar al usuario la lectura y comprensión de la noticia, sin olvidar que el medio digital queda entre el lenguaje tradicional escrito y audiovisual, ya que la rapidez también es una característica propia de este medio tanto en la lectura como en la edición de la información.

Ahora, la principal preocupación y cuestionamiento de las empresas de periódicos, es si Internet pudiera desplazar totalmente al periódico impreso, ya que esto designa que empezarían a perder mucho dinero y el cierre de la empresa será inminente. No se debe dejar de lado que lo más importante es la información, no es el medio sino el contenido, pero la evolución avanza y lo digital cada vez más deja de lado a lo análogo, el periodismo digital ha causado preocupaciones a los productores de noticias de hojas impresas, lo que termina por afirmar el periodista Juan Luis Font.

Con el Internet como soporte, aunque algunos teóricos dicen que este es un medio de comunicación, el ciberperiodismo nació y sigue creciendo exponencialmente, ya que allí todo el que tenga acceso podrá comunicar lo que piensa, y hacer periodismo de diversas maneras.

La tendencia a digitalización de todos los medios de comunicación es inminente, en el futuro tal vez, desaparezcan todos aquellos medios tradicionales, como la prensa escrita, mientras no se logre actualizar, o generar cambios en la empresa, y solo la limitación a estar soportado en la red como medio de difusión, esto pone en alerta a las empresas productoras de periódicos, pero también abre un nuevo campo donde la información alternativa será más efectiva, y entre todos podremos desarrollar un periodismo colaborativo. “esa es una preocupación latente”, afirma Font.

4.46.1. El texto en la era del ciberperiodismo

La prensa ha tenido que encontrar un lenguaje adaptable a las nuevas tecnologías, lo mismo que en moldear la tecnología correspondiente de acuerdo con las necesidades del contexto, pues no se lee de la misma manera en la pantalla de una computadora que en una hoja de papel, ya que se deben seguir ciertos pasos para entrar al contenido de la información presentada por un sitio Web de la prensa en línea. Vanderdope, citado por Barrios (2004:13) quien ha estudiado las transformaciones del texto hasta el uso del hipertexto en la Web, señala:

Uno se da cuenta ahora que este aparato (la computadora) y las tecnologías que la acompañan están revolucionando la manera misma en que nuestra civilización crea, almacena y trasmite el conocimiento. Al final, esta mutación transformará la herramienta más valiosa que el hombre haya inventado para construir sus conocimientos y elaborar la imagen de sí mismo y del mundo: el texto. Como éste no existe más que en función de la lectura, las mutaciones del primero tendrán repercusiones en el segundo, lo mismo que las de la segunda darán pie necesariamente a la creación de otros modos de textualidad. No se lee un hipertexto como una novela, y la navegación en la web aporta una experiencia diferente de la lectura de un libro o de un periódico. Vanderdope citado por Barrios (2004:13)

Un método que facilite el trabajo informativo y la jerarquización de los elementos noticiosos, tanto a los profesionales de la información como a los receptores del mensaje informativo, es la redacción de un buen texto periodístico, siendo la labor principal de un periodista, cuanto más informativo y llamativo sea redactado, desde la perspectiva de la docencia universitaria orientada a la formación de nuevos periodistas capaces de construir una redacción de este género, junto con la aplicación del texto periodístico, cuya finalidad es informar sobre hechos y temas de

interés personal, su función al informar valora críticas y opiniones sobre acontecimientos y noticias.

El texto tendrá que tener un lenguaje periodístico, el cual incluye las novedades, tendencia del lenguaje, y la forma en el cual esté redactado, se vuelve imprescindible enseñar a los alumnos que no basta con saber emplear correctamente la sintaxis y las palabras, si no, que existen prototipos para el trabajo informativo que se han experimentado al aplicar el conjunto de la actividad periodística.

Imagen No. 19

Aristóteles, desde 300 a C. Sigue vigente en los medios digitales



Fuente: Cuenta oficial del telenoticiero Telediario: @TelediarioGT

De acuerdo con algunos autores, se reparte en tres niveles o planos diferentes. Nuñez, citado por Edo (2009:45) establece el nivel contextual, el cual comprende el conjunto de juicios o decisiones profesionales que tienen por objeto la identificación, comparación, relación, evaluación y selección de las noticias, y convierte al periodista en un intérprete de la actualidad informativa, lo que lo hace incursionar en el posible periodismo interpretativo y más adelante, en el periodismo de opinión. Le sigue el plano textual, que se refiere al modo de ordenar los datos en el texto y aquí el informador es productor de textos informativos como intérprete o de información de actualidad.

Finalmente, el nivel estilístico abarca la delimitación de los rasgos característicos del estilo informativo, sus cualidades y defectos, y los límites de la capacidad expresiva de los informadores, en este plano el profesional de la información usa y selecciona las palabras adecuadas, prescinde de otras, adopta unos giros y expresiones concretas.

El texto escrito sigue siendo la parte más importante de una página web y del discurso multimedia que se transmite a través de Internet, por comparación y diferencias, se amplía entre texto lineal y no lineal.

Indica Franco, citado por Monroy (2010:23), son textos lineales los que publica el periódico impreso, casi siempre son creados para su lectura lineal. El contenido lineal se mueve en un orden predeterminado y no hay nada que el usuario pueda hacer para alterar ese orden.

Con relación al texto no lineal, se define como la posibilidad ofrecida al usuario de alterar el orden de acceso al contenido. Si el consumidor puede alterar el orden de acceso, el contenido es no lineal. El contenido no lineal puede ser movido a discreción del interesado. El usuario determina el orden de la narrativa; él puede

escoger comenzar en más de un lugar y puede saltarse una o más secciones de la historia, de acuerdo con lo que decida.

4.47. El salto del formato periodístico tradicional al digital

La aparición de una nueva tecnología exige siempre un proceso de adaptación y experimentación para descubrir sus potencias y sus múltiples aplicaciones. En el caso de Internet, tanto los medios como los periodistas se encuentran aún en una fase experimental en la que se aplican viejos recursos y se inventan otros nuevos para adaptarse a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas necesidades de las audiencias, en el momento de incorporación de los medios tradicionales a la red digital.

La era digital abre la posibilidad de distribuir los contenidos a través de un nuevo canal de comunicación. La prensa fue la primera en advertir las ventajas que le ofrecía el nuevo mundo, ya que no requería de un soporte excesivo como el papel, y le permitía reutilizar, con muy bajos costos, los contenidos elaborados para la edición impresa.

Los periódicos digitales nacieron con el surgimiento del Internet, las nuevas tecnologías de la información y comunicación fueron el punto de partida de un cambio radical a los formatos tradicionales y uno de los más afectados por esta revolución digital es la prensa escrita, ya que los usuarios hoy día buscan una forma inmediata de informarse, como era de esperarse, de su propio interés.

El negocio tradicional del periódico en papel basado en la imprenta de publicidad y el pago por los contenidos no funcionará cada vez más, como ya lo habían anunciado varios actores, la desaparición total de esta rama del periodismo, siendo el tradicional. Los editores de estos periódicos digitales trasladaron sus versiones en papel a la red intentando aprovechar los formatos multimedia como una forma de enriquecer el contenido y ampliar su espectro de influencia.

Por un lado, la caída de las ediciones impresas se acentuaba mientras que por el otro, la presencia digital aumentaba con más rigor y parecía que nadie supo rentabilizar dicha situación. La solución que se dio hace varios años atrás fue la implementación de mezclar el contenido relacionado con el ocio y el espectáculo, varios pensaron que degradaron en gran medida la parte periodística de la prensa escrita en términos éticos y credibilidad.

El mundo digital brinda diversas aportaciones frente a la prensa escrita en papel, siendo la posibilidad de ofrecer información continua, llevando una narración de la realidad más amplia y eficaz, definiendo que la distribución de ejemplares físicamente no puede igualar.

Con el formato tradicional, los datos se acumulan con facilidad, puesto que el redactor se preocupa tan sólo por incluir el máximo número de detalles, descuidando otros valores como la deducción narrativa; en lo redaccional, esto conlleva que se resientan a menudo las transiciones internas del texto y que cada párrafo funcione con absoluta autonomía gramatical y de contenido.

Díaz (2013:137) se plantea como interrogante si todavía existirá algo para el periodismo escrito de calidad en un mundo digital, o simplemente este desaparecerá, aunque eso dependerá en gran medida de la afluencia de internautas para la cual el autor establece una serie de hipótesis que podrían aclarar diversos aspectos de la prensa escrita y digital, distingue entre crisis en el modelo de oferta formativa y crisis en la función periodística, y argumenta que esta última no tiene por qué estar produciéndose necesariamente, dado que la demanda de información ha crecido, no se ha reducido.

Una de las principales aportaciones del mundo digital frente a la prensa en papel es la posibilidad de ofrecer información continua, llevando a cabo una narración de la realidad cada vez más completa y compleja, algo que la distribución física de ejemplares no puede igualar.

Distingue además entre crisis en el modelo de oferta formativa y crisis en la función periodística y argumenta que esta última no tiene por qué estar produciéndose necesariamente, dado que la demanda de información ha crecido, no se ha reducido.

- La demanda de información del ciudadano en ocasiones queda insatisfecha por una oferta informativa convencional muy sujeta a intereses comerciales y de los grandes grupos políticos. Esto conduce a que se emprendan experimentos paralelos de pseudo periodismo, intentando satisfacer dicha demanda.
- La tecnología desbarata el modelo tradicional dado que reduce y acerca, conecta e interactúa, al tiempo que posibilita formas de comunicación periodística menos dependientes a sistemas comerciales de producción y distribución.
- La hibridación reciente entre el periodismo y la industria del ocio y el entretenimiento ha llevado en gran medida a una pérdida de credibilidad de éste, alejándolo a menudo de los valores éticos y democráticos.

Orienta indispensablemente acerca de qué factores redefinen y configuran la prensa en éste, su nuevo entorno.

- Rentabilidad Social:
El autor detecta que los medios que mejor soportan la crisis son los que basan sus oportunidades en la credibilidad y la reputación.
- Panorama global:
El entorno digital impone la globalidad a los medios; ya no tienen sentido las parcelaciones territoriales.
- Multimedia:

La narración de la actualidad se articula ahora en un lenguaje multimedia, siendo los formatos combinados y que se funden construyendo una sola historia continua y en la medida de lo posible, en tiempo real.

- Alternativas:

Los medios informativos buscan formas alternativas de supervivencia, en la medida de lo posible, alejadas de las industrias culturales y de ocio, en cuyos modelos han caído involuntariamente.

- Otros modelos financieros:

Dado que el soporte digital no tiene el mismo tirón que el físico para los anunciantes, el modelo de ingresos por publicidad tradicional debe complementarse con otras fuentes de financiación, por ejemplo, basadas en el pago por contenidos.

4.48. Las masas mandan

Este es el panorama actual, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, las que otorgan al lector una parte del control del medio de comunicación digital a diferencia del modelo clásico en el que el editor era el único que tomaba las decisiones. Las masas de internautas, la audiencia, influyen de sobremanera en los contenidos y en la forma de relatar y presentar la realidad que lleva a cabo el medio.

Imagen No. 20

Un medio serio como el Diario La Hora presenta un titular e incluye una opinión.



Fuente: <http://www.facebook.com/pages/Diario-La-Hora/119411981578403>

Imagen No. 21
Las portadas saltan a las redes sociales gracias a la multimedia

PRENSA LIBRE
UN PERIODISMO INDEPENDIENTE, HONRADO Y DIGNO
AÑO LXV, No. 21,639 / Q2.00 EN TODO EL PAÍS | www.prensalibre.com | GUATEMALA, LUNES 28 DE MARZO DE 2015

SONDEO MUESTRA POSTURAS OPUESTAS PENA DE MUERTE divide al Congreso

Un camino complicado
De 124 diputados consultados, 70 apoyan aplicar la pena capital.

Propuesta abolicionista
Otros legisladores se oponen y podrían buscar suprimir ese castigo.

Presión por inseguridad
Hechos violentos podrían obligar a discusión en el Legislativo **Pág. 2**

Mortal ataque contra cristianos
La detonación de una bomba en un parque familiar, en Lahore, Pakistán, dejó al menos 65 muertos y más de 300 heridos. El atacante suicida, vinculado con los talibanes, se dirigió directamente a una comunidad que celebraba la Pascua.
Internacional / 40

Conmemoran resurrección de Jesús
Fieles en todo el mundo celebraron ayer el mensaje de la vida sobre la muerte. **6**

Persiste robo de celulares
En seis años han sido robados más de medio millón de dispositivos. **Actualidad / 8**

Pérez y Baldetti, citados por caso La Línea
Actualidad / 4

AUTOFERIA DE VERANO COFIÑO STAHL HASTA EL 31 DE MARZO
VISITANOS EN TODAS NUESTRAS SALAS DE VENTA

Facebook interface: 697 reactions, 97 comentarios, Me gusta, Comentar, Compartir.

Fuente Fuente: <http://www.facebook.com/PrensaLibre/> Fecha de recuperado: 20/09/2015

4.49. La noticia; el segundo paso de importancia de la Internet

Para poder comprender cómo la noticia ha cambiado y se ha adaptado en la Internet, se aclarará el escenario del ciberespacio, por lo tanto se puede tener una comprensión básica desde otro enfoque, que, aunque pudo haber cambiado la estructura tecnológica, puede que el periodismo como tal, no termina de cambiar por completo. Algunos autores se refieren a Internet como el medio de comunicación por excelencia, especialmente por ser una tecnología que unifica la suma de todos los medios de comunicación y de información, por lo tanto, hoy en día es el resultado de un proceso evolutivo que inició con el surgimiento de la prensa escrita, extendida gracias a la invención de la imprenta, al advenimiento de la radio y la televisión, y a la necesidad cada vez más precisa del ciudadano de estar informado. (Medina, 2011:11).

Es por ello que es calificado como un fenómeno social, ya que influye grandes cantidades de información, siendo el escenario donde los seres humanos interactúan, facilitando el trabajo colaborativo en todo el planeta, favoreciendo la gestión de conocimiento.

La noticia es el género periodístico por excelencia y relata breve y objetivamente un acontecimiento de actualidad con un lenguaje claro, concreto y conciso. Es un hecho, un suceso que se comunica por ser de interés para un grupo determinado de personas. Su función básica es la de informar, por eso su tratamiento está muy ceñido a la forma del cómo se desarrollaron los hechos.

El periodismo online se define como el reportaje de hechos producidos y ampliados a través de Internet, siendo la iniciativa de muchas organizaciones de noticias, las cuales distribuyen noticias online, aunque puede variar de la cantidad que ellos utilizan con el nuevo medio.

Algunas organizaciones aprovechan para utilizar este medio como uso exclusivo o como una salida secundaria para el contenido a plantear. Hoy en día el Internet reta a estas organizaciones de noticias tradicionales, a preocuparse por la pérdida real y percibida de los espectadores y de la circulación en Internet.

El Internet también ha brindado la oportunidad a otras personas que no necesariamente son periodistas a buscar e investigar la información necesaria, como de igual forma habrá personas que buscan las noticias de periódicos tradicionales y otras buscan leer *On line*.

4.49.1. La información digital

Se considera información digital a los textos electrónicos, es decir, la manera de representar audio, imágenes y video, siendo en diversos formatos, codificaciones y representaciones en el mundo electrónico, lo cual puede interpretar un ordenador, en una serie de ceros y unos códigos (código binario), todo lo que ocupa un lugar en la computadora, convertido a formato digital y almacenado en archivos que se distinguen unos de los otros mediante el empleo de etiquetas, es decir, que para su funcionamiento en la computadora debe tener cierto formato clasificado, dependiendo de las necesidades del archivo para ejecutarse.

Por lo tanto, aquí entra el trabajo de una “biblioteca digital”, un lugar donde se pueda conservar la información, se vuelve más complejo ya que para conformar el repositorio de información es necesario encontrar estándares adecuados para texto, imágenes, audio y video, de lo contrario, la información digital no sería un formato eficiente.

El principal objetivo de esta información en el área digital con relación al periodismo digital, será convertir los objetos no digitales en digitales, logrando almacenar las páginas contundentes, dichas páginas como si estuvieran listas para ser impresas, una página de texto puede producirse y almacenarse en distintas formas, gracias a los diversos programas de cómputo que se emplean para crearlos, pudiendo

manipular la información, resultando muy fácil, ya que la información puede encontrarse de menor o mayor tamaño y con una diferente codificación.

4.49.2. Las transformaciones en la naturaleza de la nota

La nota periodística es una relación creativa y subjetiva, su principal objeto es formar la opinión del público a través de la información de un suceso o una información, busca informar-interpretar, como también entretener. Para ampliar conocimiento es menester adentrarnos a la nota informativa, para Interiano (2014:13) considera la nota informativa como la fuente principal del periodismo en esencia, cualquier género periodístico, crónica reportaje, artículo, parte de un hecho noticioso que ocurrió y que sea de interés general.

La nota informativa junto con el interés humano en el periodismo son elementos fundamentales para transmitir la noticia, destacando el valor humano se logra difundir la noticia por grotesca que esta sea. La nota periodística e informativa debe poseer una serie de características, cualidades o condiciones básicas que convierten una información en noticia. Vivaldi, citado por Gamboa 1993 citado por Saenz (2011:15), enumera entre otras, la veracidad, actualidad, novedad e interés.

- Veracidad:
La nota logra transmitir la realidad periodística sin mentir, sin tergiversar, sin deformar.
- Actualidad:
Da al lector idea de proximidad a los sucesos con ayuda de fechas y tiempos del hecho.
- Novedad:
Lo nuevo mueve la atención y da motivo para comunicar a las demás personas.
- Interés:
Genera la realización de una acción determinada, de todo valor material o espiritual, es el valor que la noticia tiene para el lector.

Según la esencia de la nota, aparece en el periodismo informativo e interpretativo, sus diferencias estarán marcadas por la mayor o menor profundidad y las posibilidades de explicación o interpretación que permitan los temas abordados. Según la forma, la nota puede ser por actualidad, interés humano, color, complementaria temporada, seriadas, análisis, investigación o de profundidad.

La nota informativa como se amplió anteriormente, profundiza sobre los hechos y complementa los datos brindados en la crónica, se puede publicar en la misma edición, o en ediciones sucesivas, aporta la valoración de la información, mediante estadísticas, detalles subjetivos y opiniones de terceras personas que sirven para apoyar la opinión del público. Es Interpretativa cuando el principal objetivo es la clarificación de los hechos y su ilustración, ofrece antecedentes, alcances y circunstancias acerca del tema que dio motivo de la nota, hay que formar opinión sin darla.

Para destacar la naturaleza de la nota, habrá que adentrar del cómo la tecnología condiciona el contenido de la noticia. Siempre se ha condicionado la manera de presentar las noticias en los medios informativos.

A pesar del tiempo transcurrido desde la invención de las tecnologías, todavía el ser humano no ha encontrado una tecnología que sea capaz de superar a la escritura como vehículo fundamental de comunicación, lo cual sabemos que los soportes han evolucionado, el papel ve amenazada su hegemonía por los formatos digitales, pero la escritura sigue constituyendo la base de la cultura humana.

Para elaborar noticias y resaltando los datos más relevantes de un acontecimiento noticioso en el inicio del relato, se utiliza la pirámide invertida, una estructura vigente aún hoy día por los hipervínculos creados para ampliar un hecho, un sistema de triangulo al revés, sugiere el orden descendente en la distribución de los datos, es decir, lo más importante al inicio y lo menos importante al final. (Gamboa, 2014:15).

Internet y el ciberperiodismo no han hecho a un lado la pirámide invertida, sino que la han devuelto con vitalidad, adaptada al nuevo universo hipertextual y multimediático que caracteriza a la información en la red. Actualmente las exigencias en el ciberespacio precisan de técnicas similares a la de la pirámide invertida, en esta ocasión la tecnología no es un condicionante limitador sino multiplicador.

Las recientes Tecnologías de la Información y Comunicación TIC no sólo han servido para sustituir unos equipamientos técnicos por otros más rápidos y de mayor capacidad, sino que, además, han agigantado las posibilidades redaccionales de la nota. Las herramientas digitales propician una sustancial mejora de los contenidos periodísticos de las noticias y desde luego su presentación, gracias al color, la infografía y a una nueva concepción del diseño.

Al mismo tiempo, Internet ha generado una capacidad más amplia de información, a juicio de Nosty, citado por Salaverría (2003:233), tiene apariencias de consolidarse como el embrión de la primera gran solución mediática sostenible desde que apareció la televisión, seguido por la radio y antes, claro, por la imprenta y el periódico impreso, por lo tanto, será una forma diferente de informarse, sea con lectura o audiovisual.

4.49.3. El reto de cubrir las 5ws en el formato digital

De todas las habilidades que los periodistas necesitan en la era digital, la adaptación de las noticias al Internet o a la redes sociales debería ser la más fácil de adecuar. ¿Por qué?... porque no hay nuevos conceptos o terminología por dominar. Solo una forma nueva de pensar y trabajar. Los sitios en Internet y redes sociales necesitan noticias de última hora.

Lo que varía al periodismo tradicional sería entonces el trabajo de suministrar a la página de inicio de su sitio Web con noticias de última hora, valiéndose de nuevas herramientas multimedia disponibles. Es decir, el contenido de la noticia, con soporte de tecnología, el acompañamiento de imágenes, videos, audios e interacción con los lectores.

La teoría de las 5 W, es una de herramientas periodísticas que más se ha utilizado y que, actualmente sigue vigente. Su nacimiento responde al desarrollo de la información, de su manejo y de las necesidades de la estructura de los medios de comunicación.

Su explicación es corta y sencilla, la teoría de las 5W se basa en cinco preguntas a las que cualquier información o noticia a publicarse debería responder para que esta sea completa y para que cumpla a cabalidad con el fin de lograr que las personas se enteren de la manera clara y completa, de lo que sucede en su entorno, ya sea contexto nacional o internacional.

Y estas preguntas son: dónde, cuándo, cómo, quién y por qué (el nombre de “5 W” es por la traducción de estos términos a idioma inglés: where, when, how, who y why). En realidad no existe un orden predeterminado para contestar estas importantes preguntas en el desarrollo de la noticia, ya que esto dependerá del tema del cual se esté hablando; es decir, se debe inquirir por lo que sea más importante y pertinente para el caso que lo amerite.

Un ejemplo bastante burdo al respecto es que si se está hablando de un terremoto, la pregunta más importante será dónde ocurrió, pero si se está hablando sobre las elecciones presidenciales en nuestro país lo esencial es referirse a quién.

Por lo tanto, la utilización de las 5 W en el formato periodístico digital, no es más que la posibilidad de que la acción de informar sea capaz de responder a las cinco preguntas más relevantes en una noticia, a la brevedad posible y en una pantalla

en lugar del papel, además de hacerlo en un tiempo más real, es decir, más inmediatamente.

Por lo que en su utilización en el periodismo digital dependerá de las circunstancias clásicas del periodismo tradicional, como el peso del mensaje, la información, la efectividad e inmediatez. Otro ejemplo adecuado al periodismo digital usando las nuevas tecnologías es atraer al lector, así que si se cubre la nota de una colisión de automóviles en una autopista, se puede apoyar la noticia del reportero, con un audio o entrevista con las autoridades en el lugar, esto sería posible con la utilización de un link o enlace.

Entonces, escribir para Internet es similar a hacerlo tradicionalmente, la única diferencia es que los encargados necesitan “pensar menos” en términos de presentar una historia completa y más en términos de presentar material de apoyo que los lectores encontrarán más atractivo e interactivo al leerlo. Para esto es necesario cumplir con las mismas características que el periodismo tradicional:

- Oportuno y relevante

El tiempo es la esencia de Internet. La relevancia es esencial también, es decir, que en el periodismo digital sí se está cubriendo un evento donde se espera que ocurra la noticia, es pertinente que se escriba sobre por qué y qué se espera, y publicarlo en línea anticipadamente para crear expectativa e interés en los lectores.

- Escribir vívidamente y fuerte

Como se ha recalcado, en Internet el tiempo es la esencia. Los lectores aprecian “no desperdiciar tiempo”. Por lo que en el periodismo digital el lenguaje deberá ser lo más simple y directo posible, mientras esto transmita o comunique la información eficientemente.

He aquí algunos consejos de Jonathan Dube del sitio Web del Poynter Institute:

- Escribir para la Web debería ser un cruce entre noticia para radio y TV y la impresa – más compacto y vigoroso que el impreso pero más culto y detallado que la escritura para radio y TV. Escriba activamente, no pasivamente”.
- La buena escritura para Web, radio y TV usa primariamente frases simples, compactas y enunciativas e inserta una idea por frase. Evita los incisos largos y la escritura pasiva del impreso. Cada idea expresada fluye lógicamente hacia la siguiente. Usando estos conceptos en la escritura en línea hace la escritura más fácil de entender y mantiene mejor la atención de los lectores”.
- Esfuércese por la prosa vívida, apóyese en verbos fuertes y los sustantivos bien definidos. Inyecte a su escritura una voz distintiva para ayudar a diferenciarla de la multitud de contenido en la Web. Use humor, trate de escribir en un estilo despreocupado o con actitud. Los estilos conversacionales trabajan particularmente bien en la Web. Las audiencias en línea están aceptando más los estilos de escritura no convencionales”.
<http://www.poynter.org/author/jdube/> Recuperado el 18/03/2015.
- Uso de marcas de tiempo

En el periodismo digital cuando se tienen historias en desarrollo que necesitarán actualización a través del día, se debe añadir la nueva información con ‘marca de tiempo, fecha y hora’. Esto para evitar tener que reescribir la noticia entera cada hora cuando se obtenga nueva información.

4.50. En la red, los titulares venden la historia:

Muchos periódicos en línea están publicando noticias sin el beneficio de un editor y un escritor de titulares debido a la velocidad con la que se necesita publicar, sin embargo, las historias en el periodismo digital son las que necesitan titulares más atrayente.

“Los buenos titulares no solo deben contar la noticia, también deben hacer que el lector desee leer la historia”, dice Rick Arthur, editor del periódico ‘The News Tribune de Washington, DC, y consultor de periódicos en una entrevista que dio para un noticiero de la cadena de televisión BBC; “los buenos titulares deberían seducir al lector para el que desee saber más. Verdaderamente, si el tema de la historia es apropiado, un buen titular debería hacer que el lector ría, llore, se enfade, en resumen, debería involucrarlo emocionalmente, de una u otra forma”. YouTube entrevista 2003. Recuperado 15/03/2015.

Resumiendo, las 5W’s del periodismo tradicional son las mismas aplicadas al periodismo en línea, con la única diferenciación que sobre la inmediatez pesa así como crear contenido más atrayente apoyado de las nuevas tecnologías y lo que éstas ofrecen al formato periodístico. Se debe lograr que el lector desee saber más, se debe usar lenguaje conversacional, es necesario tomar riesgos y utilizar enlaces o links que permitirán que los lectores en línea al hacer clic lleguen a un contenido de similar interés o extensión de la misma noticia.

En el periodismo en línea, un escritor deberá enlazar a los lectores directamente a aquellas fuentes de apoyo, sin olvidar que en línea los elementos son fundamentales, no hay que olvidar los recursos multimedia: en la prisa por ser oportunos, es fácil olvidar otros elementos de la historia que ayudarán al lector. Por lo tanto, las redes sociales son un modo de entretenimiento y sobre todo información que se utiliza por medio de Internet, donde se ve relacionada una sociedad con

varios individuos. www.coberturadigital.com. Recuperado el 18/02/2014 a las 23:00 horas.

Las redes sociales se usan para la interacción en chat, blogs, foros, juegos en línea, entre otras. En estas redes se puede encontrar amigos que hace muchos años no veían cómo por ejemplo en Facebook, o leer lo que comentan famosos en Twitter, y a la vez charlar o relacionarse con nuevos amigos o ya sea compartir fotos como se hace en Instagram que ha sido más cuesta arriba el aceptarla como red social

Hoy día la mayoría de personas utiliza alguna red social asiduamente, las redes sociales tienen ventajas y desventajas, las ventajas son los reencuentros con conocidos, relacionarse con gente nueva, compartir momentos especiales, encontrar información en tiempo real, etc. Las desventajas son los peligros que se pueden tener conforme a la privacidad de la persona, puede que la persona cambie su comportamiento, la falta de control de los datos, además pueden llegar a ser adictivas y tomar mucho tiempo más del determinado, provocando daños en la salud física y mental.

Entonces, las redes sociales son un tipo de comunicación, información y diversión en donde se puede compartir momentos sentimentales, importantes; además, permite expresar hacia los demás sin tener que avergonzarnos, obviamente teniendo precauciones, donde podemos pasar un tiempo hablando con amigos o familiares sobre cualquier tema.

Y durante el uso que se le da a las redes sociales, se pueden encontrar términos que debemos comprender para hacer uso correcto de su empleo, algunos ejemplos de esto, son:

- Vínculo

Valiéndome de la definición aceptada por la Real Academia de la Lengua española sobre el término “vínculo”, este significa “Atar o fundar algo en otra cosa” o bien “Perpetuar o continuar algo o el ejercicio de ello”.

Con base a este término adaptado al uso de Internet se puede decir que un vínculo es un link. Es decir, apuntadores que sirven para saltar de una información a otra, o de un servidor web a otro, cuando se navega por Internet.

Para ahondar en esta información, la descripción de los siguientes elementos:

- Hipervínculo

Es un código que se inserta en un elemento (texto o imagen por ejemplo) y que permite navegar al clicar sobre este elemento. El hipervínculo o enlace posibilita el acceso a otros documentos, páginas u otras partes del mismo documento o sitio web.

Los hipervínculos son parte fundamental de la arquitectura de Internet, pero el concepto no se limita al HTML o a la web. Casi cualquier medio electrónico puede emplear alguna forma de “hipervínculo” Otro término bastante utilizado en las redes sociales es “hashtag” y permite una conectividad exclusiva de algún tema específico que se esté tratando en las redes o en los medios electrónicos. (Avila 2011:295).

- Etiquetas o “hashtags”

Es una nueva forma para organizar el contenido, las personas que utilizan las redes sociales en Internet emplean este tipo de etiquetas para catalogar el contenido que crean o que encuentran. Las etiquetas son informalmente escogidas y no parte de

algún esquema de clasificación formalmente definido, es decir que la estructura es definida por los usuarios y está en constante cambio.

Las etiquetas pueden ser rastreadas en motores de búsqueda como Google o dentro de las mismas redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram, etc. En otras palabras, las etiquetas o hashtag ayudan a los navegadores Web y sus usuarios a aglutinar la información a intereses similares. Una nube de etiquetas es entonces una forma automática en la que un sitio de Internet presenta sus etiquetas, dando más importancia a la popularidad. A su vez, las etiquetas más populares tienen un cierto puntaje, de forma tal que la audiencia vea rápidamente cuál tiene más actividad o contenido asociado con ella. (Briggs: 2007:32).

4.51. El hipervínculo comienza con el http, el hashtags con el signo # y el vínculo con el signo @

Cada uno de los anteriores elementos dan vida específica a un sitio para ser localizado en el ciber espacio, cuando se habla de hipervínculo, éste es el que ubica la dirección específica de cualquier sitio de internet o a cualquier página web, por lo que siempre estará seguido de las tres ws, que identifican a la telaraña mundial, como bien se describe al inicio del presente trabajo. Este es utilizado específicamente por la red social Facebook.

Por otro lado existen los denominados Hashtags, direcciones concretas, estas utilizadas específicamente por las redes sociales, en caso concreto, por la red social twitter para canalizar la discusión concreta sobre un tema específico. Este cobra vida al interponer al tema en discusión el signo Numeral. De igual manera está el vínculo, utilizado también por twitter específicamente para ubicar las direcciones de los usuarios de dicha red.

Imagen No.22

El hipervínculo utilizado por Facebook permite la ampliación del echo noticioso



Fuente: Fuente: <http://www.facebook.com/24horas/> Fecha de recuperado: 20/02/2016

4.52. La incursión del video en las redes sociales

El video es un recurso multimedia que apoya al periodismo digital. Los periódicos están produciendo video, pero en lugar de que estas noticias sean emitidas en televisión, la mayoría de estas historias son publicadas en el Internet o redes sociales.

La llegada de cámaras de video (relativamente) baratas y software de edición de video gratuito ha igualado las condiciones para todos de la misma forma en que Internet lo hizo con la publicación de textos. En lugar de una cámara de altos precios económicos, y de edición costosa, para web o redes sociales una persona puede producir video de alta calidad con una cámara económica y una computadora portátil o de escritorio.

Como resultado, algunas compañías periodísticas de TV están desintegrando sus equipos y creando VP –videoperiodistas. También conocidos como ‘periodistas de mochila’ o periodistas ‘todoterreno’ (‘backpack journalists’), trabajan solos y sirven como reporteros y videógrafos en periodismo puramente digital.

Las cámaras de video digitales han hecho al video lo que los CD’s hicieron a los discos de vinilo, al almacenar video como bits digitales; las cámaras portátiles y compactas pueden recopilar y almacenar muchos más datos que las cintas análogas, mejorando mucho la calidad y haciendo la edición algo fácil. (Briggs, 2007:106)

Para la incursión del video en las redes sociales es necesario tomar en cuenta los aspectos tradicionales de las grabaciones de video, como los planos, encuadres, mediciones de tiempo, tipos de luz, enfoques, contrastes y todo lo relacionado a la fotografía y video.

En Internet y redes sociales existen dos tipos de periodismo digital apoyado en video: las historias de video al estilo documental y las noticias de última hora. Cualquiera de los dos requieren esfuerzo y planeación, pero estos videos acompañados de noticias, causan más impacto e interés a los internautas.

El link: Un enlace permite el acceso directo a una publicación. Esto ayuda a enlazar directamente a una publicación con otra de similar contenido o mismo interés y a la vez que sea más fácil compartir la información con otras personas.

Fue definido por vez primera por Ted Nelson en su comunicación "A File Structure for the Complex, the Changing, and the Indeterminate", leída en 1965 durante la XX conferencia anual de la Association of Computer Machinery (ACM), tal y como se cita en el libro Hipertexto y documentación, de Cantos. (Martínez y Moya, 1994:24).

Por hipertexto entiendo escritura no secuencial. La escritura tradicional es secuencial por dos razones. Primero, se deriva del discurso hablado, que es secuencial, y segundo, porque los libros están escritos para leerse de forma similar, sin embargo, las estructuras de las ideas no son secuenciales. Están interrelacionadas en múltiples direcciones. Y cuando escribimos siempre tratamos de relacionar cosas de forma no secuencial.

En realidad, 20 años antes, Vannevar Bush ya había planteado una idea parecida en Memex, un dispositivo que nunca llegó a desarrollarse pero cuyas bases teóricas expuso en su artículo de 1945 "As We May Think". Aunque aún se podría retroceder más, muchos autores indican que el concepto de link puede aplicarse también a una serie de elementos de uso común desde la Antigüedad: las notas a pie de página, los índices, los glosarios, las enciclopedias, los diccionarios o los catálogos bibliográficos son formas de lectura no secuencial que se pueden entender realmente como elementos hipertextuales. www.masadelante.com/quéeselhipertexto. Recuperado. 22/05/2015 a las 18:00 horas.

En todo caso, el concepto de hipertexto, tal y como se entiende en la actualidad, está asociado al desarrollo de la tecnología informática, y es de la concepción de hipertexto en el marco de la tecnología digital y su tratamiento con ordenadores. Fundación del español urgente (2012:375).

4.53. Los primeros periódicos en línea en Latinoamérica

Haciendo un poco de historia, en cuanto a cuáles fueron los primeros periódicos – en el mundo- en formar parte del “ambiente web”, encontramos que en 1992, el *The Chicago Tribune* de Estados Unidos fue uno de los pioneros en este aspecto. De hecho, la mayoría de los primeros periódicos en Internet son de este país, lugar en donde nació y se desarrolló la Red.

Un año después, 1993, otro diario llamado San José Mercury Center publicó también su edición en línea y le agregó elementos interactivos como el correo electrónico para comunicarse con los periodistas, anuncios clasificados, y otros servicios complementarios de información.

Desde ese momento, “el periodismo cambió para siempre”, afirma el sitio web peruano: www.yachay.com.pe en una serie de trabajos sobre el tema que fue titulado, periodismo digital. Muchos diarios comenzaron a realizar sus publicaciones en línea por variadas razones. El impacto del Internet en el periodismo, inició en Estados Unidos donde a comienzos de la década de los 90, se pensó que había que buscar una solución al menor número de lectores que cada día acudían a comprar el periódico, sobre todo porque los ingresos por publicidad también eran menores y, consecuentemente, el propio negocio periodístico se resentía.

Esto quiere decir, que entonces no fue el deseo de llevar información inmediata a los lectores lo que motivó a la prensa a Internet, sino que detrás estaba una razón económica. Ya en 1994, muchos periódicos estadounidenses, partiendo de la

experiencia de sus competidores en el Internet, decidieron no quedarse atrás y así formaron parte de este que podría ser llamado “un boom”, en los inicios del periodismo digital. Diarios como The New York Times, The Washington Post, Los Angeles Times, Newsday, USA Today y The Examiner se comenzaron a ofrecer por Internet, incluso existió bajo el ala de The Washington Post, el semanario Tiempos del Mundo, que circuló por varios años en formato de revista tipo periódico y que era además uno de los pioneros en utilizar sistema de internet para conectarse al mundo y circular al mismo tiempo en todos los países de Latinoamérica. (Ochoa 2003:12)

La experiencia de la prensa norteamericana y la gran importancia que tomó el alojar un periódico en Internet, también llamó la atención del resto del mundo, dentro de ellos: Latinoamérica. Sin embargo, señala el sitio yachay.com.pe:

“Las limitaciones económicas y de acceso, el desconocimiento de Internet y las diferencias en hábitos de uso de las computadoras y de la información han influido para que el desarrollo del periodismo digital (en esta región, en ése momento) sea más lento, experimental y menos ostentoso”.
yachay.com.pe: fecha de recuperado: 02/05/2014

Ahora, ya no se puede hablar de eso. Para Font, periodista guatemalteco y autor del artículo La prensa latinoamericana en Internet en año 2000, actualmente existen pocos obstáculos para el acceso a la red, el bajo costo de crear y operar una página en el Web y la proliferación del uso de computadoras personales han llevado a cientos de medios a iniciar su publicación.

Algunos de los primeros diarios de la región en tener su publicación online fueron: Hoy, de Ecuador, El Tiempo, de Bogotá y la revista Caretas, de Perú. Con el tiempo se sumaron otros muy reconocidos el día de hoy como: el Diario de Hoy de El Salvador, La Jornada, de México, El País, de Uruguay o La Nación, de Argentina. Prensa Libre de Guatemala, El Nacional, de Venezuela, COPESA, de Chile y otros.

Si se hablara de diseño se diría que era una página muy sencilla, a tal punto que no contaba con recursos multimedia, ni fotografías. En cuanto a redacción, esta

primera edición fue una copia fiel de las noticias que fueron publicadas ese mismo día. La llegada del periódico a la web significó un gran avance para el periodismo mundial.

A como se ha mencionado, cuando la prensa se llevó a Internet lo que simplemente se hacía era publicar el contenido diario de lo que salía en los periódicos. A pesar de que en las salas de redacción se sabía que esto ya no se debía hacer más, aún se practicaba. Muy pocas son las actualizaciones que los periódicos hacen durante el día. Vale mencionar que no acontece en todos los casos.

Para el periodismo en Internet: “se debe poseer una edición digital, ya que es cuestión de prestigio y modernidad”. No es un acto por medio del cual las redacciones se comprometan a llevar de primera mano la información a sus lectores pues esa es la función primordial de los medios digitales, ser una alternativa para recibir o compartir información, asegura también Arroyave, entrevistada al respecto.

4.54. Las redes sociales

De acuerdo con Boyd (2007:3) una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico, original o incluso falso dentro de un sistema delimitado pero también incontrolado que sirve para articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

El Internet se ha expandido por todo el mundo, por medio del incremento de su propia información y capacidades, y se ha convertido en una herramienta indispensable para toda la población académica y profesionalmente activa, como aporte sano del mismo, pero por otro lado, las mismas sociedades están siendo altamente vigiladas por un lado y por otro como las dos caras de la moneda; el bien y el mal. Esta herramienta se volvió una potente rama de comunicación y hoy día

esta transformación se puede constatar gracias a las redes sociales existentes en línea de las cuales, ni países ortodoxos se pueden librar. (Raacke, 2008: 174).

En la actualidad, se han realizado estudios más específicos sobre las redes sociales. Por ejemplo, se destaca la red social conocida como Facebook, una de las más populares entre los jóvenes. Los sitios como Facebook son relativamente nuevos y su difusión ha traspasado culturas, ya que se considera una nueva forma de comunicación y socialización. Si bien esta comunicación juega un papel muy importante dentro de las nuevas generaciones, también es importante analizar las formas en que produce cambios en las redes sociales físicas y reales.

Según el psicólogo social Abraham Maslow, las personalidades virtuales son aquellas que se usan como reflejo del verdadero ser, que pueden idealizarse para agradar a otros, por lo que da lugar incluso a la creación de perfiles falsos, Maslow, de nacionalidad norteamericana, profundiza incluso o afirma que la personalidad también se encuentra dentro de la pirámide de necesidades del ser humano. (Young, 1996: 25).

Los individuos que participan en las redes sociales en línea utilizan el lenguaje, la tecnología y las herramientas multimedia para crearse una identidad. Esto no consiste sólo en tener amigos en línea, sino que también influye en la manera en que se aprende y habilitan necesidades para participar en las nuevas formas de socialización de la era digital, que si bien en el pasado ya existía, la red social de entonces empezaba en la mesa. (Elías, 2010:106)

Para que exista adicción a Internet es necesario que se manifiesten varios factores, entre ellos la depresión, siendo esta una condición psicológica que pone en juego el autoestima de las personas, dejándolas vulnerables a padecer de adicción a las redes sociales para compensar el problema que dentro de ellos está afectando.

Otro ejemplo a la adicción a la Internet y redes sociales es la fobia de ansiedad, ya que a las personas que la padecen no les gusta salir, y las redes sociales les dan la oportunidad y posibilidad de conectarse con otras personas he involucrarse en juegos sin la necesidad de exponerse a situaciones que le causen angustia y el no presentarse al mundo tal cual es, sino refugiándose en otras personalidades.

El papel que día a día juegan las redes sociales es de suma importancia, ya que así como existen personas que usan las redes sociales como una herramienta para trabajo, existen personas que les dan un mal uso y abusan de los alcances que pueden tener.

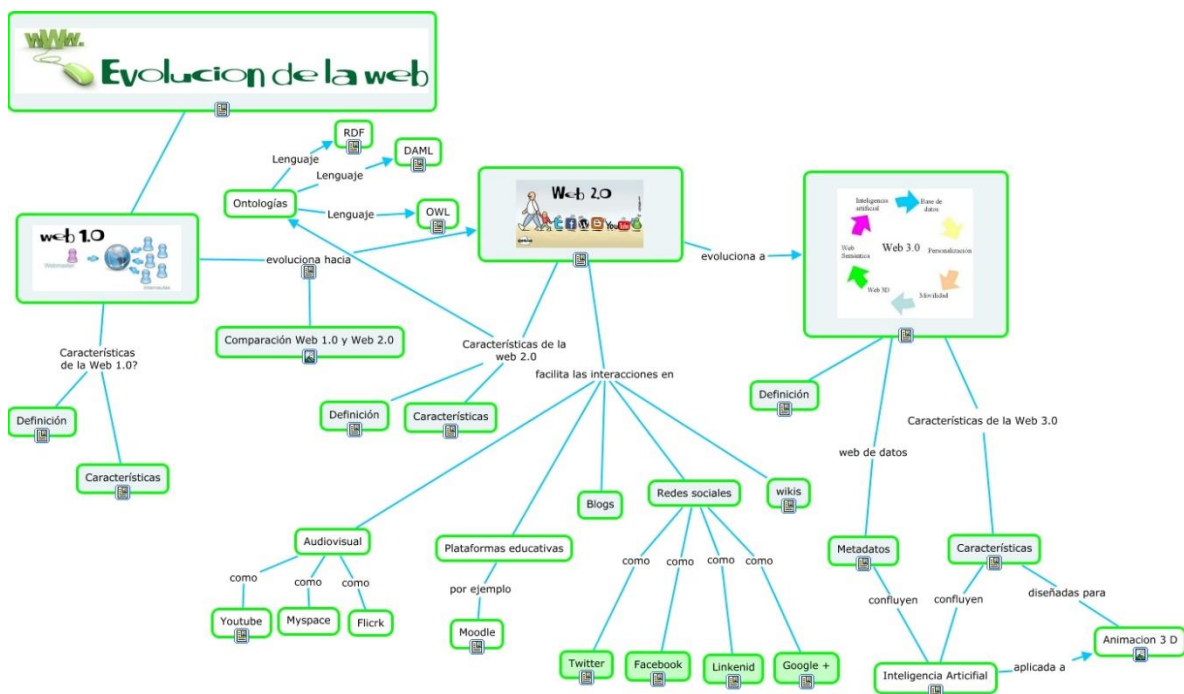
4.54.1. Incursión, desarrollo y evolución de la redes sociales

Se podría creer que las redes sociales son una creación muy nueva pero en realidad vienen surgiendo cientos de años atrás, tal y como lo hacemos saber el numeral 1.2 del primer capítulo de ésta tesis y que dimos en titular: La red social de la Edad Media comienza en la mesa. Donde quiera que empecemos, encontramos movimiento, encontramos algo que ha constituido un precedente y, las redes sociales de hoy día, no están fuera de esa conceptualización. (Elías, 2010:110)

Si bien, antes era un poco difícil tener acceso a Internet y por ello no estábamos enterados de los cambios que constantemente ocurrían, podremos observar la evolución que tienen hoy día las redes sociales a lo largo de algunos años y por todo el hemisferio, un ejemplo claro de ello es Twitter, vea el por qué más adelante.

Cuadro No. 2

4.54.2. Evolución cronológica de las redes sociales.



Fuente: <http://curso.ihmc.us/rid=1JVWS6QD4-281NZ63-10J9/Evolucionweb.cmap?rid=1JVWS6QD4-281NZ63-10J9&partName=htmljpeg>. Recuperado: 10/04/2014

El inicio de las redes sociales sin que se les conociera de esa forma, sin lugar a dudas fueron los servidores El Chat y Latin Chat, pero se concretaban únicamente a facilitar la conversación vía mensajes de texto instantáneos entre internautas ubicados en cualquier otra parte del mundo.

Más adelante, a este sistema, en una forma evolucionada se le da el nombre de una red social. Según Rojas (2007:49), citado por Ola (2012:31), refiere que las redes sociales son un sistema que permite establecer relaciones con otros usuarios, a los que se puede conocer o no en la realidad.

Cada una de estas relaciones de acceso, además, a todas las personas que tienen algún vínculo con cada usuario, lo que se denomina técnicamente como relaciones de segundo grado. (Ola, 2012:31).

El aporte de las redes sociales permite obtener información personal utilizada en algunos casos en temas de inteligencia y contra inteligencia, pero además proporcionan al usuario buzones de correo para enviar mensajes entre miembros, foros temáticos, localización de personas con las que se puede tener cierta filiación y organización de eventos a los que sólo pueden asistir los miembros. Además, facilita la conversación instantánea por medio del chat. Así, se mantiene la relación entre los usuarios. (Rojas, 2007:49).

A pesar de la existencia de diversas redes sociales, un estudio de la empresa Compete deja claro que la red con mayor tráfico es en la actualidad Facebook, con hasta dos billones de visitas al mes, considerada en su momento como la sensación del momento, Facebook nace en el año 2004, ha llegado a tener más de 37 millones de cuentas activas y 50 millones de usuarios diarios.

Marroquín (2007:158) narra a transformación misma, aporta además al pensamiento del periodista Pisani, que, al tratarse de un formato que despuntó apenas en 2,007, aún está en plena evolución y que en sus comienzos utilizaba grupos de amigos para publicar banalidades, pero con el aumento de popularidad, ahora se está usando como herramienta de negocios, como mecanismo de expresión y de comunicación por parte de periodistas ciudadanos y también como herramienta de promoción de personas, blogs y hasta de medios de comunicación.

La función de las redes sociales consiste en la conexión de una persona con una infinidad de personas de todas las partes del mundo. Hoy en día las redes sociales son utilizadas mayormente por los jóvenes, para dialogar, saludar, conocer más acerca de ciertas personas que son de interés para los internautas actores de las conversaciones.

Aunque algunas redes sociales tienen la opción de privacidad, también hay algunas redes sociales que no cuentan con este sistema, lo cual permite tener información

determinada de un contacto de forma abierta a cualquier usuario que desea saber más acerca de esta persona.

El origen de las redes sociales se remonta al menos a 1995, Randy Conrads crea el sitio web classmates.com, sitio considerado como la primera red social que pretendía que la gente pudiera mantener o recuperar el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc.

En 2002 aparecen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios como MySpace o Xing.

Hay para entonces más de 200 sitios de redes sociales, aunque Friendster ha sido uno de los que mejor han sabido emplear la técnica del círculo de amigos para esa época. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet.

Por ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2,004. Otros buscadores como Cazazzi y Yahoo crearon redes sociales propias en 2005 pero con forme pasa el tiempo, el pez grande devora al pequeño y esta no es la excepción. (Moreno, 2001:8).

Google que de convertirse en un buscador, terminó siendo una empresa cuyo principal producto es el motor de búsqueda del mismo nombre. Fue fundado en septiembre de 1998 por Larry Page y Sergey Brin, dos estudiantes de doctorado de Stanford.

Sergey Brin 23 años entonces y Larry Page, 24, co-fundadores de Google y actualmente presidente de CEO, se conocen en un acto que la Universidad de Stanford organiza para los candidatos de su Doctorado en Informática. Ambos

tenían un objetivo común, conseguir información relevante a partir de una importante cantidad de datos.

Fue en 1995 que Page y Sergey inician a trabajar en el Proyecto de Librería Digital, DLP, por sus siglas en inglés, de la Universidad de Stanford, comenzando por crear un algoritmo para la búsqueda de datos y que después se convirtiera en el gran buscador. Esa tecnología a la que Page le da nombre de *Page-Rank*- se convertiría más tarde en el corazón que haría funcionar a *Google*. En 1996 Comienzan a desarrollar un buscador llamado *-Back-Rub-*. Y tal como indican en su descripción, Back-Rub está escrito en Java y Python y corre sobre varias máquinas, lo que le dio versatilidad. La base de datos está alojada en un ordenador sun ultra dos con 28 Giga Bites de disco duro. http://www.cad.com.mx/historia_de_google.html. Recuperado el 20/01/2013

4.55. El uso inicial que se le dio a las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en la nueva moda de las tecnologías de la información y comunicación. Su uso se ha convertido en una de las actividades más populares que los usuarios realizan en Internet y no sólo desde su ordenador, sino también desde dispositivos móviles. Del uso individual, pasó a comercial, institucional e incluso educativo, hasta abarcar al periodismo, menester propio de esta investigación. (Moreno, 2011:9)

Las empresas que utilizan las redes sociales han aumentado dramáticamente un 69 por ciento respecto del 2008 y un 37 por ciento respecto del año 2009. Más de seis de cada 10 empresas estaban para entonces utilizando los medios de comunicación sociales para construir y promover sus marcas, mejorar la comunicación y aumentar la participación de los consumidores. Ha aumentado el porcentaje de empleados que utilizan los populares sitios de redes sociales como Facebook y Twitter para fines comerciales, del quince por ciento en 2007 al setenta y cinco por ciento en 2010.

Estas redes sociales no fueron la excepción para quienes aspiraban al poder político. Algunos de los candidatos que buscaban puestos de elección popular manejaron perfiles y páginas en Facebook y algunos en Twitter. Al inicio, al momento de la incursión, no muestran su orientación política, pero mientras se acerca la fecha de las elecciones, su comunicación va cobrando tinte político.

Para Moreno (2011:9) las redes sociales no sustituyen por lo menos hoy a los medios tradicionales, lo que coincide con la opinión de los expertos entrevistados, pero sí se puede observar un cambio en las estrategias de publicidad o campañas electorales, pues al momento de realizar la estructura, todos incluyen de una forma notoria sus redes sociales, el desplazo se irá dando paulatinamente, afirma. A este respecto es previsible la mutación de los periódicos de papel a los periódicos electrónicos.

Este hecho ha provocado un cambio revolucionario en varios sentidos de hacer y ver la propaganda política, (por citar un ejemplo) por lo cual surge la necesidad de aplicar e innovar a su vez en las estrategias de comunicación y cómo ser parte de esta nueva dinámica, ya que se ponen en la mesa de debate escenarios que antes no estaban contemplados.

Aunque la autora en su tesis de grado no los incluye, uno de los campos que han cobrado vigencia y sin lugar a dudas un nuevo matiz es la comunicación informativa, el periodismo como tal, al grado incluso de llegarse hoy día a conocer como ciberperiodismo, utilizando como canal de ciberespacio, los ciberperiódicos. Hay quienes de una forma un tanto irresponsable, le han dado en llamar a esta actividad como periodismo ciudadano y otros, como el profesor Morataya García va más allá denominándole periodismo democrático. (Morataya, 2011:17)

4.56. Facebook como red social

El proyecto Facebook surgió con la intención inicial de crear una red de conexión entre los estudiantes de la Universidad de Harvard. Los servicios que ofrecía en sus inicios consistían fundamentalmente en la posibilidad de agregar amigos, con los que se podían intercambiar fotos y mensajes y unirse a grupos; una de las utilidades que más se desarrollaría posteriormente.

Se puede decir que Facebook es una gigantesca base de datos mundiales, la cual se segmenta por país, edad, estado civil, sexo, educación, intereses políticos y religión. Facebook se convirtió en una plataforma sobre la que terceros pueden crear aplicaciones, en la actualidad, llegó a tener la mayor cantidad de usuarios registrados en comparación con otros sitios web orientados a estudiantes de nivel superior. Ferman (2009) citado por (Marroquín 2008:17)

El nombre de esta red social debe su naturaleza en los *facebook*s de las universidades americanas, que son los boletines que se entregan al comienzo del año académico en los que se publica los nombres de todos los estudiantes, y sus respectivas fotografías, que tienen como objetivo ayudar a que los educandos se conozcan mutuamente.

El creador de Facebook llevó esta idea a la Internet, primero para los estudiantes de la universidad de Harvard y luego a otras universidades para posteriormente, abrirse a todo aquel usuario que contara con una cuenta de correo electrónico. Aunque se ha dicho que es una red social mundial, aun no puede ser considerada así, puesto que Facebook está prohibida en la actualidad en países como Irak, Birmania y Bután.

El creador de este sitio de interacción social es Mark Zuckenber, quien en 2009, hizo público que este sitio había alcanzado más de los 350 millones, pero en la

actualidad llega a los 900 millones de usuarios, según se confirmara en la Developer Conference (Conferencia de Desarrolladores) celebrada el 22 de septiembre del año 2,011.

Un proyecto que inicia para intercomunicar a estudiantes de una universidad, pretende ahora convertirse en algo así como un sistema operativo. “El sistema operativo social de la Web” como lo visualiza su creador. Haidi Partovi, presidente de iLike sitio de intercambio de música afirma que “en la historia de la computación, se creó la computadora, luego la computadora personal, luego el sistema Windows, para enlazar a la Web o tres WWW o Telaraña mundial, hasta llegar a la plataforma Facebook, que en la actualidad ya pretende competir con motores de búsqueda como Google o la red social MySpace, es decir, evolucionan también constantemente. (Mejía, 2012:18).

A Facebook le siguió Myspace que nace un año antes de Facebook, y fue en su momento, la red social más grande, llegó a agrupar a más de 250 millones de usuarios.

Facebook es una de las redes sociales más grandes que existen en la actualidad. Morataya (2011:17) asegura que es la sensación del momento, con 500 millones de cuentas y 150,000 usuarios nuevos al día. Yahoo ofreció 1000 millones de dólares y Viacom 700 millones de dólares por la compañía pero el fundador, Mark Zuckerberg, de 23 años, rechazó las ofertas. Su crecimiento es tal que consideran que puede ser la primera red social por Internet de llegar en poco tiempo a los 1,000 millones de usuarios.

Mark Zuckerber, comenta que la idea inicial surge por el interés de crear una comunidad basada en la *Web* en que las personas compartieran sus gustos y sentimientos, dicha idea no es nueva, ya que David Bohnett, creador de Geocities la había incubado a fines de los años 1980 Geocities tuvo éxito en 1990, en 1998 fue el tercer sitio más visto en la web, pero no logró consolidarse después de que

fuera adquirido por Yahoo. El segundo lugar lo llevaba MySpace, como se anotó en párrafos anteriores. La fortaleza de Facebook, radica justamente en la gran cantidad millonaria de usuarios que acumula con forme pasan los días.

Debido a que originalmente sólo fue publicado en el idioma inglés, en el año 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español, para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentraban en esa época en ese país anglosajón, en Canadá y en Gran Bretaña.

Yahoo! (cuyo nombre tiene incorporado el signo de exclamación), es una empresa estadounidense con sede en California, que proporciona servicios de Internet a nivel mundial. Yahoo! es más conocida por su popular buscador y servicio de correo electrónico, que son utilizados por millones de personas en todo el planeta.

Además de esos, cuenta con muchos más servicios como noticias, directorio y páginas sociales, entre otros. Yahoo! fue creada por Jerry Yang y David Filo, graduados de la Universidad de Standford como ingenieros eléctricos. Curiosamente no comenzó como un portal, sino que como un directorio de sitios, en la época donde no existían los buscadores que tenemos hoy en día, por lo menos no tan eficientes y fáciles de usar; la Internet no era muy amigable y se necesitaba de las direcciones específicas para acceder a los diferentes sitios. Entonces surgió la idea genial de ir clasificando los enlaces a recursos de interés en forma de una amigable guía. <http://www.misrespuestas.com/que-es-yahoo.html>. Recuperado el 22/02/2014

Imagen No. 23

La presentación de Facebook desde su inicio muestra ser una red social por su estructura



Fuente: Facebook.com. Fecha de recuperado: 20/05/2014

4.57. Twitter y el origen de la palabra

La aparición de la Internet proveyó a la humanidad de una serie de recursos para acercarse a sus similares, rompiendo las barreras del tiempo y del espacio, con 810 millones y luego Twitter con 54 millones de visitas. (Marroquín, 2012:12)

Twitter es la red social más joven que existe y vino en términos generales a revolucionar la forma de comunicación que establecían Facebook y MySpace. Twitter es considerado más un microblog, donde no se puede escribir más de 140 caracteres, algo similar a enviar mensajes de texto pero en una PC o Lap Top. Twitter es uno de ellos, que no posee un largo recorrido en el mundo virtual pero, sin lugar a dudas, ha revolucionado la manera en que las personas se comunican. (Ola, 2012:31).

Sin embargo, hay quienes afirman que Twitter no es una red social, sino una plataforma cuya información se envía a través de aplicaciones que los desarrolladores externos, han creado, así también internamente y a través de mensajes de texto. Por no ser considerada una red social, incluso por su propio creador, Jack Dorsey, quien la considera más una plataforma de comunicación de acuerdo con una entrevista publicada en el diario El País, España. (<http://www.elpais.com>). Recuperado el 25 de marzo del 2,009.

Morataya (2012:14) afirma por su parte que Twitter desde cualquier punto de vista es considerada por él como una red social y entre los argumentos de peso que presenta en su libro se encuentran: a) Lo que hace tan potente el proceso de comunicación social a Twitter es la red que se arma a partir de tres conceptos básicos.

Seguidores (receptores), siguiendo (emisores), es decir, los nodos de receptores y emisores son la columna vertebral de esta social media. b) Es una red social,

porque los nodos y los contactos arman una estructura de la que carecen los microbloggin y los sistemas de mensajería instantánea que no permiten la masificación de los mensajes como lo hacen las redes sociales y c) Twitter representa el proceso de comunicación con una claridad impresionante, para ello Morataya se permite explicarlo en las siguientes páginas de su libro titulado “Twitter News, manual de periodismo digital para periodistas guatemaltecos.

Por el contrario, a lo propuesto por Morataya, el propio Dorsey, creador de Twitter expone que la razón de su argumento, es decir, de no considerar a su creación como una red social es que las relaciones que se desarrollan en esta plataforma no siempre son de doble vía (no es necesario seguir a alguien que nos está siguiendo); los usuarios consumen y distribuyen contenidos sobre temas colgados o escritos en Twitter al momento; pocos usuarios, a menos que sean personalidades reconocidas, llegarán a una gran audiencia de manera directa.

Para dar respuesta a la interrogante que surge luego de que su propio creador no considera a Twitter como una red social, entendemos a esta herramienta como el gran facilitador de mensajería de comunicación, a la que tienen acceso solamente los seguidores del internauta, y, los seguidores de los seguidores de estos, lo que podría dar por concretado que es ahí en donde se va volviendo una red social de tipo controlada.

Para Gil (2009:8) citado por Ola (2012:33) Twitter es un híbrido de red social, email o correo electrónico y micro-blog, postura que comparte el periodista y profesor francés Francis Pisani, citado por Franco (2007:156), quien lo define como un híbrido entre los mensajes de texto del celular, la mensajería instantánea y los blogs, la novedad más destacable del momento para la profesión del periodismo.

Por su parte, Cruz (2010:25) opina que esta es una herramienta para microbloguear, dicho en otras palabras, escribir mensajes que no excedan los 140 caracteres, una de las principales características de este servicio, además de permitir la

comunicación en tiempo real. Twitter es considerado uno de los medios más eficientes para encontrar, organizar, recibir y compartir información de interés en la red al instante.

La naturaleza de Twitter, a consideración del autor de esta tesis y tomando el aporte del periodista Pisani, aunque ayuda en la agilización de la información, también la limita, por permitir solamente escribir 140 caracteres; sin embargo, entre las características ventajosas de este espacio virtual es su gratuidad, la agilidad de movilidad, es muy personal e instantáneo.

Es además bastante amigable al momento de enviar mensajes, fácil de aplicar, aprender y manipular dentro de la misma red y ha venido a ser beneficioso por la misma tecnología celular, particularmente la Android, que permite la navegación desde los propios aparatos móviles celulares, lo que hace que el internauta pueda estar conectado a la red de redes durante el día y de esta forma, activo en este sistema de mensajería instantánea social.

Algunos creen que Twitter es un microbloggin de 140 caracteres. Twitter viene en gran medida a recordar los tiempos del telegrama, en que, por el costo de cada palabra al enviar un mensaje, la misma sociedad guatemalteca fue creando un nuevo lenguaje de escritura abreviada, así por querer decir: le informo que ..., lo resumían de la siguiente manera: infórmole que... el objetivo era enviar un mensaje claro, entendible, interpretable y a bajo costo, evitando así la expansión del lenguaje escrito. Esta red social o microbloggin es sin lugar a dudas la creación por antonomasia del telegrama de las décadas antes de los 80`s.

Otros lo consideran un sistema de mensajería instantánea. Pero el autor de esta tesis considera que las definiciones están equivocadas. La era de la social media o la sociedad virtual, virtualizada como la aldea global, no es más que un conjunto de canales de comunicación que comparten espacios en Internet, pero dominados por las redes sociales.

4.58. Las redes sociales como canal para opinar y formar opinión

En los últimos años se ha observado un incremento notable en la utilización de las tecnologías de la información. Y es que, la estructura de nuestra sociedad ha cambiado de tal forma que los medios de comunicación personal y social se han tenido que adaptar a dichos cambios.

Cada vez es más frecuente la utilización de plataformas informáticas para la comunicación entre personas y la transmisión de información. La Internet es uno de los inventos más relevantes de los últimos tiempos, pues cada vez son más personas quienes tienen acceso a éste tipo de comunicación. Ha sido tan grande su impacto que ahora no se concibe la realización del trabajo, el estudio y las comunicaciones personales sin esta herramienta.

La estructura de los medios de comunicación también ha tenido que cambiar, pues ahora con la utilización del Internet, a través de las redes sociales, ha mejorado la transmisión de la información, de una manera más rápida, sencilla y efectiva, aunque también se ve afectada la permanencia en el tiempo de esa información, la cual puede ser borrada en un tiempo y no queda para la historia como con los medios impresos tradicionalmente. Actualmente, la información puede ser transmitida a millones de personas con un solo “clic” y en segundos. Por supuesto, siendo una herramienta tan útil se debe tener cuidado con las publicaciones que se hacen, porque ahora más que nunca se puede influenciar más rápido a la opinión pública con la información que se pone a disposición de la sociedad.

De acuerdo con Edo (2009:72) la influencia del trabajo periodístico en la sociedad está removiendo el diseño, los contenidos, los géneros, los temas y las secciones, los formatos, el trabajo de las redacciones y del periodista, las inversiones, la publicidad y sobre todo, la relación del medio con los lectores, radioyentes y telespectadores, a criterio del estudioso, el periodismo esta desplazando a actores y está haciendo incursionar a nuevos.

El Internet no se censura en cuanto al contenido producido por los usuarios y expone frecuentes críticas al gobierno en las comunidades y blogs en línea. Al respecto, los mismos gobiernos se ven desarmados en sus mecanismos de respuesta, lo que ha dado un giro total al sistema del dominante en la comunicación. Según Lipman, citada por Castells (2009:358), el gobierno ha cercenado radicalmente la libertad de emisión, pero no controla por completo la libertad de expresión la cual se desborda constantemente sin que ni siquiera se legisle al respecto.

Algunas emisoras, medios impresos y en línea de menor audiencia han mantenido líneas editoriales relativamente independientes que sirven para desahogarse. Estos casos pueden crear la ilusión de que existe libertad de prensa pero se encuentran completamente aislados de la televisión nacional, han sido marginados eficazmente y resultan irrelevantes políticamente.

Manifiesta Rheingold, citado por Castells (2009:454), que las personas pueden establecer redes instantáneas de comunicación que, edificadas sobre sus actividades cotidianas, pueden propagar información, sentimientos y llamar a las armas de una forma interactiva y multimodal al punto que el internauta no reacciona entre lo ficticio y la realidad.

4.59. Estructura de la opinión en las redes sociales

Cita Rivadeneira (2007:76)

“Debemos, pues a Hobbes, una elaboración tentativa del concepto de –Opinión Pública-, singularmente en su aspecto político, en cuanto ésta surge de la relación, también política, hombre-Estado y del interés colectivo por las cuestiones de orden común, hecho que habría de tener su máxima expresión, ulteriormente en la Declaración de los Derechos del Hombre.

Para Edo la nueva estructura de la transmisión de información a través de un texto con un titular informativo presenta nuevos y grandes desafíos, sin embargo, se ofrecen nuevas perspectivas tales como: el reportaje que ahora se conoce como

informativo, dará en llamarse *hipertextual*, que permite a la información presentarse con todos los aspectos informativos e interpretativos por medio de enlaces que conducen a diferentes archivos. Las técnicas del hipertexto, aplicadas a la multimedia, hacen que se combinen los textos, las imágenes fijas o en movimiento que conecta al público con la información y la documentación respectiva.

En las propuestas actuales de estructuración de los medios electrónicos que plantean diferentes autores, incluyen un nuevo género: el *foro* o *online* que antes posiblemente era la entrevista de semblanza, siendo una nueva modalidad en la que desaparece la intermediación del periodista y el entrevistado puede elegir el orden de las respuestas que realiza el público.

Se señala además que una de las características importantes de la utilización de las tecnologías de la información es tener acceso a los hechos cuando están ocurriendo o cuando acaban de suceder y transmitirlos en el momento por medio de una terminal móvil hacia eso va la evolución de las aplicaciones inteligentes y a redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. (Edo, 2009:77).

En cuanto al reportaje interpretativo que es vista como una forma profunda de opinión por realizarse en las redes sociales, Martínez citado por Edo (2009:170), señala que el lenguaje puede ser un instrumento para dominar las conciencias ajenas y es posible tender trampas a las audiencias si no se utiliza de la manera adecuada para el correcto equilibrio de la dinámica social.

Dicho de otra forma, el reportaje interpretativo puede ser un instrumento para la manipulación totalitaria de los ciudadanos, por lo menos así lo dictan algunos criterios de profesionales en el periodismo. Aunque no se debe confundir con la opinión y el comentario, pues se delimitaron como consecuencia de los debates promovidos por el Instituto Internacional de Prensa (*IIP*) por sus siglas en inglés en 1953, indicando que la interpretación es un elemento esencial de la parte informativa de un periodista y revista la importancia de la misma la seriedad del medio, y que

la opinión debe estar ubicada en la sección correspondiente y en los editoriales respectivos.

La información que se transmite en los medios tecnológicos tiene las siguientes características:

- Interactiva: permite la participación directa e inmediata de la audiencia en la que todos pueden ser a la vez emisores y receptores, profundiza a doble vía.
 - Personalizada: hace posible la selección activa de los contenidos por parte de los usuarios de la red y le da el toque personal de cada internauta.
 - Documentada: a través de múltiples enlaces abre más posibilidades de acceso a las distintas materias, dejando rastro de su consulta.
 - Actualizada: se publica la información cuando se produce y se cambia el concepto de periodicidad, esto genera incluso irresponsabilidad mediática.
 - Enriquece el formato periodístico aportando elementos como texto, audio, video, gráficos, fotos, y otros.
 - Puede aplicar los procesos que se ejecutan en un ordenador en tiempo real o para la búsqueda personalizada de datos, lo que fortalece la inmediatez.
- Edo (2009:22)

4.60. El respaldo institucional de la opinión en las redes sociales

Las redes sociales constituyen un medio tecnológico y efectivo para hacer llegar la información y las opiniones a los receptores. Existen instituciones periodísticas que han tenido que adaptar su trabajo a los nuevos instrumentos tecnológicos, a través del uso de las plataformas informáticas.

Las opiniones son expresadas por los miembros de las instituciones a las que pertenecen, utilizando las redes sociales, con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de receptores.

Por su parte, González (1977:55) manifiesta que las instituciones de mayor influencia en el individuo son la familia, la escuela y los medios de comunicación, sin embargo, los dos primeros están siendo sustituidos por los aparatos inteligentes como canales o medios de distracción. En las sociedades urbanas sometidas en gran parte a estos factores, así como una gran movilidad, la importancia de la familia ha disminuido; sin embargo, su influencia en la formación de la opinión continúa siendo determinante.

En el caso de la educación, esta ha perdido importancia en la medida en que, la familia ha sufrido repercusiones de nuestra sociedad tecnológica. La educación política, por su parte, ha sido confiada fundamentalmente a los medios de comunicación. Al intercambio de noticias de boca a boca como se formaba originalmente la opinión, se ha agregado, desde 1830, la información periodística; la del cine hacia 1920; la de la radio en 1925, y la de la televisión en 1955.

Por lo tanto, por medio de los medios de comunicación los encargados de la educación política exponen sus propios resultados con referencia al entorno social y los mensajes de interés público.

Las redes sociales por Internet se dirigen hacia el intercambio de conocimiento, de emociones y sentimientos que nos tienen que regresar al rumbo de la unión y la comunicación, que es la forma más efectiva de satisfacer nuestras necesidades básicas, en especial la de generar trabajo y conocimientos.

Se ha definido este futuro como “las 3 C’s”: Comunicación, para poner en común conocimientos, comunidad, para poner en común la cultura y cooperación para poner en común nuestros sentimientos y emociones. Nos ayuda a no estar solos, a estar intercomunicados y a resolver los problemas que nos afectan a todos. (Morataya, 2008:26).

Los gobiernos suelen combinar varias estrategias: el control político sobre los medios públicos (siendo éstos los más influyentes), la presión sobre sus propietarios, la legislación que permite el control gubernamental sobre todo tipo de comunicación y, si todo lo demás falla, la intimidación de periodistas. Esto es decisivo al intentar controlar la comunicación basada en Internet en los países en los que el Estado es la instancia dominante en la sociedad y como principio mismo del control social.. (Castells, 2009:353).

Según Castells (2009:89), la estructura institucional y organizativa de la comunicación, a través de las redes sociales, ha producido una transformación fundamental en las últimas dos décadas, en cuanto a expansión, a respuesta con sus clientes y en cuanto a aceptación de los mismos, además, de la siguiente forma:

- La comercialización generalizada de los medios de comunicación en casi todo el mundo.
- La globalización y concentración de las empresas de comunicación de masas mediante conglomerados y redes.
- La segmentación, personalización y diversificación de los mercados de medios de comunicación, con especial hincapié en la identificación cultural de la audiencia.
- La formación de grupos empresariales multimedia que abarcan todas las formas de comunicación y, por supuesto, Internet.
- Y una mayor convergencia empresarial entre operadores de telecomunicaciones, fabricantes de ordenadores, proveedores de Internet y empresas propietarias de medios de comunicación.

Como se habla o profundiza más adelante, la brecha digital entre distintos países y dentro de éstos, depende del poder adquisitivo de los consumidores y del desarrollo de las infraestructuras de comunicación, a tal punto que éstas van incluso haciéndolos entrar a una era de desarrollo económico y tecnológico. La creciente influencia de las empresas del sector de los medios de información y comunicación

sobre las instituciones públicas reguladoras pueden poner la revolución de las comunicaciones al servicio de los intereses empresariales como bien se ha visto y experimentado. (Castells, 2009:91).

Los actores sociales y ciudadanos del mundo, están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores.

En cuanto a los medios de comunicación, las noticias como infoentretenimiento fomentan las historias de escándalos para atraer a la audiencia. Cualquier noticia emitida en cualquier formato y de cualquier procedencia puede tener una difusión viral inmediata en Internet.

Los comentarios de los bloggers y de la audiencia en general alimentan la controversia de forma instantánea, llevando el comportamiento censurable al foro del debate público, abierto y desencadenando guerra de blogs.

El desafío a la globalización de las grandes empresas que representan los movimientos sociales en red, en todo el mundo, las cuales utilizan Internet como medio organizativo y de deliberación para animar a los ciudadanos a presionar a los gobiernos y a las empresas en su búsqueda de una globalización justa o de un servicio óptimo. (Castells, 2009:397).

4.61. Estrategia para utilizar las redes sociales

Al respecto, Morataya (2012:42) establece que la primera gran tarea en el manejo institucional de la cuenta del medio, en las redes sociales, es transmitir una imagen que debe contener como mínimo las siguientes características:

- Un logo institucional en la imagen del perfil.
- La separación del uso de cuentas particulares con las cuentas utilizadas por el medio de comunicación, pudiéndose agregar el

nombre del miembro de la planta de redacción y un prefijo o sufijo para identificarse.

- El medio debe crear estas cuentas, tener control de la contraseña para darle de baja en el momento que alguien cese en el medio, manejar la foto del perfil y darle seguimiento a esta cuenta.
- El medio debe uniformar la imagen institucional de sus reporteros, presentadores y miembros de otros departamentos.
- Debe incluir dentro de su manual de estilo el uso de redes sociales con instrucciones precisas sobre aquellas redes en las que participa. Para que el medio de comunicación se establezca a través de las redes sociales debe formar una red en la planta de redacción en donde debe incluir todos los niveles de personas que laboran en la institución, tales como: gerentes, directores y subdirectores, reporteros y corresponsales, periodistas independientes y el personal de los demás departamentos.

Así todos pueden convertírseles en cualquier momento en un transmisor de noticias y utilizar esta herramienta para competir con los medios masivos que participan en la sociedad mediática y que transmiten información. Esta red representa la columna vertebral en la utilización de las redes sociales pues son todas aquellas personas que se encuentran pendientes del medio, separando del perfil personal todos aquellos mensajes de la vida privada del emisor. (Morataya, 2012:43).

La creación de una cuenta institucional en las redes sociales al ser utilizada correctamente puede agregarle valor al profesional en su trabajo, que se encuentra preparado para la era digital y para cumplir su tarea en cualquier lugar en donde se encuentre. (Morataya, 2012:44).

Los medios deben estandarizar en su planta de redacción, todos los íconos, logos o imágenes visuales, proporcionar el texto de los perfiles y establecer un manual de estilo. (Morataya, 2012:49).

4.62. Las redes sociales sobreviven, si sobrevive el internet

Las redes sociales comenzaron a expandirse a manera de evolución del Internet, en los viejos tiempos trataron de demostrar que las personas podían estar conectadas, pero no todo fue fácil ya que primero tuvieron que crear dominios para poder lograrlo.

Las comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es el ordenador personal desde el que usted accede y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la Red y facilitan la información. Como vemos la información en Internet fluye y muchos se conectan por medio de lo que hay en la red.

En un principio surgió el correo electrónico, este fue donde se intercambiaba información entre los usuarios para interactuar en la red. Luego surgió el Usenet, esta era una página de Internet donde muchas personas podían intercambiar información académica.

Después del Usenet surgieron los canales IRC, en inglés llamados: Internet Chat o conversación en español. Interiano (2001:96) asegura que se basa en una serie de servidores que admiten conexiones de cualquier persona desde cualquier lugar de Internet, que puede enviar y recibir mensajes en directo y charlar con otros usuarios.

Como vemos, las redes sociales antes eran chats en vivo donde las personas ponían un tema o saludaban a otra, pero el destino no solo era otro usuario, al contrario, era visto por varias personas, en un chat social donde personas de diferentes países podían intercambiar saludos, información o podían ligar por medio del chat.

Las redes sociales han ido cambiando la actitud de las personas, por lo menos han ido generando o edificando la cultura de denuncia, la que se da en el entorno de la

comunicación digital y que genera repudio en algunos casos, mediatizar en otros y reacciones positivas en muchos otros.

4.63. Las redes sociales y el periodismo, conectan al mundo

Dice al respecto que las actuales redes sociales y los fenómenos que se les asocian, puede ser que los vínculos que unen a determinados grupos entre sí sean, a pesar de “débiles”, importantes en términos de difusión como veremos. Las redes sociales pueden unir personas, convocan, llegan a las personas para accionar.

Las cosas importantes como la auto organización de las movilizaciones egipcias, tunecinas o los propios movimientos de indignados alrededor del mundo. Por eso, anteriormente vemos que las redes sociales al principio eran chats globales donde personas de todo el mundo podían hablar para ligar o ya sea para conocer más de otras culturas. Eso ha cambiado y las redes sociales conectan más a la sociedad, llegan a convocar masas, conectan grupos, como muchos le llamaron tribus, buscar personas que tienen los mismos intereses y poder conectarlos.

Las redes nos conectan como lo hacen ahora, de forma suave pero resistente y significativa, como telas de araña, al resto de la humanidad, nos descubramos más parecidos de lo que pensábamos, y por lo tanto más cercanos, ligados de forma más intensa al resto en un tipo de relación que es nueva pero no por ello menos importante.

Las redes llegan a unir círculos donde las personas tienen cierta zona de confort, ya que llegan a sentirse cómodos en grupos de interés. Por lo tanto, ahora estamos más conectados, se vive en una sociedad donde las redes pueden cambiar actitudes, convocan, mueven masas, crean nuevos pensamientos y por esto es que las redes conectan al mundo.

4.63.1. Un presente que cambia con las redes sociales

Las redes sociales virtuales cambian las relaciones sociales offline, aprovechando lo mejor de los artificios creados y ayudando en la exportación de actitudes más éticas. Ahora las redes sociales llegan a tal punto que las personas están tan conectadas en un mundo virtual que cuando regresan a la realidad esperan ver lo mismo, muchas personas ahora escriben de diferente manera, se expresan como si fueran “memes” traen la realidad virtual al mundo real donde la comunicación está interrumpida por la sociedad virtual.

En las redes ahora también se incluyen los anuncios comerciales, la publicidad está presente en nuestros dispositivos móviles, hay abundancia de datos en nuestro alrededor que muchas quedan olvidadas mientras que otras llegan al usuario a partir de sus sentimientos.

En la era de las TIC, cuando muchos comportamientos humanos se vuelven, a una escala nunca antes vista, observable, medible y susceptible de procesamiento, son muchas las posibilidades de estudio que se inauguran. En las redes sociales se puede medir la interacción de los usuarios, cuántos ven una página, cuántos están comentando.

La ventaja de la tecnología es la interacción que ahora existe, ya no hay que llenar un papel para escribir un comentario por el mal servicio de un restaurante, ahora la denuncia es inmediata, pública y con más incidencia que antes, en la fan page o ya sea por medio de un mensaje directo en Twitter, cada vez la interacción entre personas y comercios o personas con otras personas es más cercana e interactiva.

4.64. El proceso de la doble vía en las redes sociales

Skiffington (2000:1), aporta una serie de reflexiones importantes a este tema. En primer lugar define la doble vía como feedback, lo que hacemos cuando damos nuestra opinión o evaluación del comportamiento o rendimiento de alguien, también es conocido como efecto en la comunicación tradicional. Es cualquier comunicación que facilita información a otra persona acerca de nuestra percepción de los mismos y de cómo incide en nosotros su conducta, lo que reflejamos con nuestros actos.

La capacidad para facilitar feedback es fundamental para el éxito de cualquier intervención como directivo, y es una de las funciones más importantes que debe desempeñar el directivo como tutor, o como fuente de desarrollo de las personas.

4.65. El impacto de las redes sociales en los medios tradicionales

Las redes sociales han influenciado tanto a las personas, que cada día se vuelven parte de ellas, casi un mundo paralelo en el que sí o sí hay que estar. Ahí es donde se maneja ahora la información en las redes sociales. Ahora bien, qué es de los medios tradicionales como han sobrevivido a la era de las redes sociales y cuál ha sido su impacto en dichos medios.

En la red social se le reconoce como Realidad Virtual. Se ve entonces que en la red social se vive la noticia, se unen las imágenes con las letras y eso se llama multimedia. Los medios de comunicación tradicionales; prensa escrita, radio y televisión, como manifestación de la sociedad industrializada, empiezan a ser sustituidos por nuevos medios de interrelación comunicativa, lo que les alarma a los propietarios y lo que los hace incursionar en las redes para mantenerse vigente. (Pantoja, 2011:219).

El surgimiento de las redes sociales ha dado un constante desarrollo en la comunicación, muchos medios han tenido que innovarse e irse un poco más a lo digital sin dejar atrás lo impreso, televisivo o radial. Esta renovación llega a los

smartphones, tabletas y televisión digital, la información está hoy día en una pantalla, esto no es nada nuevo, pero se requiere conocer cómo se dio esta gran transformación.

A las redes sociales se les atribuye la definición de deslocalización, porque transforma lo local como el entorno inmediato en el que muchos se desenvuelven. Las redes sociales por la capacidad técnica que poseen han alcanzado resolver la distancia ancestral que antes existía entre emisor y receptor, las noticias llegan frescas y al instante, como no es en el medio impreso, que hay que esperar al otro día para conocer del interés nacional o internacional, llegamos al punto donde todo es global.

Para que las personas conozcan a fondo el impacto de las redes sociales en los medios tradicionales, se tiene que conocer que el Internet ha sido la fuente principal para tremenda transformación. Internet ha colaborado en la transformación del público desde la posición de sujeto receptor hasta la del sujeto receptor-emisor.

Ahora se es parte del medio, el receptor ahora tiene comunicación, ya opina en lo que ve en las redes sociales, y la posición del emisor ahora recibe la información en un comentario, si un periódico logra colocar una noticia en las redes sociales espera que su público se informe, pero el receptor busca responder, quiere dar su opinión y este espacio público en la red es la constante interacción que existe hoy en día.

Las relaciones entre los sujetos pasaron a convertirse en relaciones de carácter horizontal y bidireccional, ya que todos los usuarios de este medio de comunicación de masas son potencialmente emisores y receptores de la información. Antes la comunicación era vertical, la respuesta del receptor se remitía únicamente a lo que hoy se conoce como efecto en la comunicación,

mientras que en la actualidad se espera inmediatamente el retorno físico que ésta exige para ser considerada como comunicación.

La comunicación es flexible en este punto, pero siempre se manejan ciertas reglas, ya sea en el mensaje, en la forma de escribir, las palabras que se utilizan, la redacción, ahora un receptor puede hacer noticia, pero también depende de cómo la haga, ya que los medios tradicionales tienen personas calificadas para eso, como lo son los periodistas que por su capacidad y preparación universitaria redacta de mejor forma una noticia que una persona normal dedicada a otra profesión. Las noticias siempre van a ser de interés para los dos y en las redes sociales los papeles de receptor y emisor pueden variar.

Además del impacto que logran las redes sociales en los medios de comunicación, los medios de comunicación de masas tradicionales han encontrado un escenario nuevo donde desarrollarse. Así que el impacto ha sido evolucionar de los medios tradicionales a las redes sociales, cada vez más en la actualidad los medios se trasladan también a las redes sociales para informar de maneras más directa a las personas.

Es por eso que la Internet vino a cambiar el modo en que los medios tradicionales realizan su tarea. Lo que buscan los medios tradicionales es adaptarse al ritmo en que se mueve la información en las redes sociales, estar al tanto, informar, presentar acontecimientos en directo para que la gente se mantenga informada.

Entonces llegamos a un punto donde la diferencia se encuentra en la naturaleza de cada medio: tanto la televisión como la radio son instrumentos monovalentes, que transmiten imágenes y sonidos, mientras que el ordenador es parte de un mundo multimedia, interactivo y polivalente.

Esto quiere decir que las redes sociales son un complemento de los medios masivos, mientras las noticias se sigan dando de forma masiva en las redes sociales

las noticias son más interactivas, con más imágenes, con videos o con audios para que las personas en un lapso corto de tiempo logren captar la noticia de manera inmediata. La multimedia es otro de los elementos que las redes sociales aportan al periodismo y que lo hacen hoy, más dinámico.

Otra característica que sobre sale de las redes sociales sobre los medios de comunicación tradicionales es: la imprevisión, los medios de comunicación tradicionales por su estructura no logran hacer esto, ya que se vuelven predecibles al dar la noticia. Las redes sociales han incorporado lo imprevisto como fórmula de atención continua. Cada mensaje es impulso, por tanto, estimula la atención de la colectividad, lo que genera una nueva improvisación que se alimenta exponencialmente.

La ventaja que le sacan las redes sociales a los medios tradicionales es que todo se hace actualidad y esto permanece en la red para que los demás lo incorporen al momento, esto quiere decir que cualquier noticia puede ser actualidad, ya no solo un tema en específico, la red es tan diversa y tan grande que las personas hacen que algo sea novedoso.

Otra característica que poseen las redes sociales es su inmediatez, que va a depender siempre claro, de que ambos internautas cuenten con el servicio básico del internet que, aún en estos días, es todavía poco accesible. Otros medios de comunicación masiva también son inmediatos como la radio o la televisión con un “ultima hora”. Pero las redes sociales se han posicionado como mediadores entre la realidad y la sociedad. La información puede salvar cualquier distancia y se dirige a todos los puntos; ya que favorece la amplitud, por llegar a la vez a millones de terminales; y por último, posibilitan la multiplicación, porque fluye abundante e incesantemente. www.yachay.co. Recuperado el 22/12/2013

Es cierto que también los medios tradicionales son inmediatos y llegan a ser más veraces, sobre todo la televisión con sus noticas en vivo, las imágenes fascinan a

las personas, las vuelve parte de..., pero las redes sociales aportan algo más, la accesibilidad y la actualización, muchas personas pueden ver la noticia desde su celular en vivo si no están cerca de un televisión y la actualización del momento, porque sería en cuestión de minutos que la noticia agregue otro segmento más, lo que otros medios no podrían porque si no se tiene cerca la radio ni la televisión, sería muy difícil de captar la información.

Y por último se tiene la interacción, que es el punto fuerte de las redes sociales y es donde rebasa a los medios de comunicación tradicionales. Ahora la pantalla se vuelve más activa para intervenir directamente o mediante la acción de periféricos, con el interior, con la profundidad, ya que las posibilidades de interactuar con ella van más allá de entrar en contacto con el propio soporte, ya que se actúa directamente con el contenido.

Es más fácil y dinámico interactuar en las redes sociales, ya que la interacción de los medios tradicionales era darle vuelta a la página del periódico, era cambiar de canal o cambiar de estación o llamar a la radio hasta conseguir línea. Esa espera ahora ya no es tan larga con las redes sociales, ya que la inmediatez, la imprevisión y la interacción en el espacio digital deja abiertas las puertas para que las personas estén cada día más cerca de la información en el proceso de comunicación.

Las redes sociales se van convirtiendo en el nuevo modelo de transmitir las noticias, se tienen a la mano, las personas ya no cambian de canal, de emisoras. En las redes sociales se encuentra todo tipo de noticia. En el acto comunicativo de los medios masivos solo se disparaba una flecha a la audiencia, mientras que en las redes sociales se disparan miles de mensajes conectados interactuando con una sola noticia creando opiniones en las personas que reciben la información y conectándose cada vez más con el mundo digital que los rodea.

Las redes sociales son cada vez más impactantes, pero los medios masivos entran a este mundo siempre buscando contenidos afines a su grupo objetivo y por eso

crean diversos perfiles para comunicar sus noticias, fan page de una emisora, crean nuevas fan page para sus programas, para no recargar la responsabilidad a una sola, ya que los medios tradicionales con las redes sociales buscan la interacción constante con su público para que se sientan partícipes de las noticias y exista esa comunicación bidireccional con el emisor-receptor.

En el contexto de esta nueva era digital, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no solo determina nuevos avances técnicos, si no que estos evolucionan hacia nuevas formas y modos.

Se considera que los medios de comunicación que no se adaptan a las nuevas formas de comunicar e informar tienden a morir y es que las redes sociales están en constante evolución, cada una tiene un fin determinado y la que no llegue a satisfacer las necesidades de las personas desaparece, como la teoría de la evolución.

Según Jordán, la digitalización de los media plantea una reconfiguración en la esencia propia del medio, permitiendo al usuario la profundización en los temas y el acceso aleatorio a los contenidos. Los contenidos en los medios tradicionales es el mismo pero en las redes tienden a cambiar, tienen que ser más claros y sencillos para ser comprendidos por los internautas.

4.66. Los medios de comunicación y su estructura en las redes sociales

En el presente las redes sociales han revolucionado la forma de presentar noticias en los medios tradicionales de comunicación, estas no se presentan de la misma forma aunque la esencia es que no cambie: informar. Sin embargo, hay una alteración o nueva manera en hacerlo.

Pocas sociedades han hablado tanto de la comunicación como la nuestra. Ninguna, sin dudas, se había atrevido a desligar la comunicación de su aspecto más íntimamente humano, como lo hace Wiener en 1948 cuando escribe acerca de los

mensajes cursados “entre máquina y máquina” y “entre máquinas y hombres”; hasta ese momento, lo más normal hubiese sido considerar que son los hombres quienes se comunican y que las máquinas constituyen apenas su instrumento. Esto señala lo más característico de la llamada “sociedad de la información”, esto es, que a través del concepto filosófico, científico y técnico de información, la comunicación se ha convertido en un núcleo simbólico central de las sociedades contemporáneas mientras se “desantromorfiza”, para retomar la reflexión de Philippe Breton en La utopía de la comunicación. (Rodríguez 2006:12)

Las redes sociales hacen que las personas vean a los medios tradicionales como fuente de información e interacción, las noticias no tienen que ser las mismas que presenten en la radio, en prensa o en televisión; el contenido es diferente, muchas veces evitan la censura, otros medios esperan los comentarios de las personas para conocer su reacción y publicarla en el medio oficial físico.

Imagen No. 25

El salto del periodismo escrito tradicional al digital y su aceptación por la audiencia o los cibernautas



Fuente: <http://www.facebook.com/publinews/>. Fecha de recuperado: 23/03/2016

En la imagen (No. 26) se puede constatar que, 459 personas vieron la publicación de este medio de comunicación escrita, entre me gusta, asombro y burla, que son los emoticones o *Smiley* que presenta la estructura de la red social, 76 comentarios y varios compartidos, hacen que los internautas realicen interactividad con el medio en mención. El emoticon es una palabra del anglicismo, cuyo significado es una representación de una emoción, utilizando caracteres para hacer dicha representación, como por ejemplo: ☺ y que el ordenador lo reconoce por los signos de puntuación : , - , y), el cual representa una cara sonriente. www.aprenderinternet.about.com. Fecha de recuperado: 08/11/2016

Varela (2009:25) cita que la estructura en red de la información y su carácter abierto, así como la utilización de herramientas tecnológicas y multimedia permiten desarrollar los contenidos como un proceso interactivo con el público, pero también con el desarrollo de la propia información a través de diferentes aplicaciones.

Esto quiere decir que los medios de comunicación no comunican igual que en los medios tradicionales, en las redes sociales están buscando interactuar cada vez más con el público, pero sin perder la objetividad.

Nada sustituye a la crónica, pero el público cuenta con más posibilidades de conocer todos o una parte de los datos de la información y usarlos con mucha más funcionalidad de la que le permiten los viejos géneros y formatos periodísticos.

Para estos, los medios deben poseer una buena estructura de información y ponerla en contexto para informar que personas están involucradas y dónde han sucedido las cosas. También la red le da una nueva perspectiva de ver las cosas a las personas que buscan noticia, ya que los medios pueden relacionar noticias que tengan coherencia, mostrar gráficas, para una mejor explicación sobre algún suceso.

Las redes sociales como plataformas pueden mostrar relación con las noticias puestas en los medios tradicionales, la inmediatez de la noticia y su estructura tienen que ser objetiva para no perder la esencia de la noticia y no dejar a un público con ganas de información fuera de los sucesos.

La necesidad de los medios no sólo es de producir buenos contenidos, si no conseguir que los usuarios los conviertan en parte de su identidad digital para que se hagan imprescindibles. Los medios con una estructura fresca y que motive a las personas a leer su noticia estará ganando seguidores y a la vez estos seguidores querrán ver más noticias del mismo medio en sus dispositivos móviles, con esto logran que los usuarios sean parte del medio digital que exista una conectividad y una fidelidad con el medio digital.

Hoy, un medio ya no puede ser un simple lugar al que acudir en busca de noticias: tiene que ser, además, “una máquina de café virtual” donde poder convertirse en el sujeto de una conversación, en un objeto social, debe de dar comodidad, debe dar o significar una zona de confort para el internauta. Las noticias sin contexto no tienen sentido y el contexto viene dado por la interacción de dichas noticias con la red social que rodea al individuo: al lector. (Danke, 2009:37).

Los medios tradicionales ya no pueden cerrarse al mundo digital, tienen que salir del cascarón y compartir con la audiencia las noticias y al mismo tiempo volverse comunicativo con los demás donde su trabajo sea social, informar e interactuar al mismo tiempo.

Esto quiere decir que la pauta de las noticias la marcan las redes sociales y las personas que se encuentran en ella. Las redes sociales cada vez más les dan a los lectores lo que quieren y los medios deben ser moldeables al cambio para estar siempre al lado de su audiencia.

Para los medios, la ecuación tiene dos variables: un flujo de entrada y uno de salida. Por un lado, la actualización se convierte en una manera de difundir información de manera rápida. Por otro lado, las actualizaciones son también una vía de entrada, una herramienta de periodismo en su estado más puro.

En ese sentido, los medios deben ser objetivos y veraces a la hora de difundir e información, ya que la audiencia exige actualización por parte de los medios, informar cada vez más y con más frecuencia, ya que en el mundo interconectado siempre la audiencia está pegada para recibir la información más fresca y del momento. Las herramientas le permiten no solo enviar pequeñas crónicas, sino incluso subir fotografías, todo a cambio de ese efímero minuto de gloria, de ese “yo estuve ahí”.

Es por eso que las personas buscan cada vez más las noticias en las redes sociales, no solo porque necesitan estar informadas, esperan también su minuto de fama y contarles por medio también de las redes sociales a sus más allegados que vieron que fueron parte de la noticia y hasta llegar a comentar a los medios que son parte del periodismo digital.

4.67. El tercer paradigma de la e-comunicación

Orihuela (2002:22) sistematiza en 10 los paradigmas de los procesos de comunicación. Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos. En lo que sigue, se propone el tercer paradigma, el cambio que a modo relevante, el nuevo paisaje emerge en la red.

Este tercer paradigma propuesto por Orihuela habla sobre el soporte y formato de la multimedia. La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, video, audio, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Diarios, revistas, emisoras de radio,

canales de televisión y hasta películas se han integrado en un mismo soporte junto a la multitud de nuevos servicios de información diseñados originalmente como recursos multimedia. Orihuela, citado por Aceituno (2011:22).

Esta característica de la red suele dar lugar a la polémica acerca de su identidad como medio y a la supuesta sustitución de los medios anteriores. Históricamente, cada nuevo medio en función del potencial comunicativo del soporte que utilizaba ha desarrollado contenidos específicos como lenguaje, sintaxis, y estética propias a la vez que su emergencia ha conducido a los viejos medios a redefinir su identidad.

Al referirse a los viejos medios, éstos no son más que los medios tradicionales de comunicación, como la prensa escrita, la radio y la televisión, siendo todos ellos, obligados a incursionar en nuevos formatos, utilizando como estructura la multimedia.

Por una parte, la evolución de las tecnologías de la información muestra que la dinámica que opera entre viejos y nuevos medios es la de complementariedad y acumulación, no la de sustitución. Por otra parte, gracias a los medios clásicos que han proyectado su presencia en la red, Internet constituye un met-medio; mientras que, considerando los nuevos servicios de información surgidos originalmente para la red, Internet es un nuevo medio continua citando Orihuela.

Imagen No.26

La e-comunicación como el último de los eslabones encontrados



Fuente: Imagen de Google. Fecha de recuperado: 22/06/2016. 16:00 horas.

4.67.1. La telefonía móvil, su implementación en el periodismo y su desarrollo

La Comisión Federal de Comunicaciones Federal Communications Commission , FCC por sus siglas en inglés, en Estados Unidos, autorizó en 1967 a AT&T, desarrollar un piloto de sistema celular en una pequeña área de Chicago dando como resultado el sistema *AMPS*.

En otro punto de ese mismo país, Washington D.C. y Baltimore, la compañía ARTS, American Radio Telephone Service, Inc. recibió la misma oportunidad. Ambos sistemas demostraron que los sistemas de telefonía móvil eran capaces y factibles, dando como resultado que en 1983 comenzara a funcionar en Chicago el primer sistema de telefonía comercial.

El sistema AMPS tomó su rol como el estándar americano y sirvió de guía para los sistemas analógicos de telefonía celular de varios países europeos que surgieron posteriormente. Del otro lado del mundo se comenzó a trabajar en sistemas de telefonía inalámbrica, tal es el caso de lo sucedido en 1979 en Tokio (Japón) en donde se ideó un sistema similar al AMPS llamado NTT, convirtiéndose en el primer sistema celular comercial a nivel global.

Inglaterra en 1982 dio a conocer un sistema celular conocido con el nombre Total Access Communications System, el cual a diferencia del NTT tenía 400 canales más de comunicación, dando un total de 1,000. Algo similar ocurrió con algunos países escandinavos (Dinamarca, Noruega, Suecia y Finlandia) quienes con el apoyo de Arabia Saudita y España, desarrollaron un sistema denominado Nordic Mobile Telephone. (Falcone, 2010:15).

Todos los sistemas mencionados con anterioridad eran análogos y fueron los más utilizados de esa primera época, a partir de 1990 fueron superados por sistemas que ya entran dentro de los denominados como digitales. Algunos ejemplos de estos últimos son el GSM, UMTS y CDMA ya de tercera generación, y ya se habla de los de 4ª generación.

Día a día las capacidades de los teléfonos móviles aumentan convirtiéndose así en elementos indispensables para la realización de tareas, que de la función principal establecida por Aristóteles, mas conocido como Platón, pasan a ser grandes cerebros desarrolladores de grandes ideas. Éstas desde ya hace un tiempo están a disposición de muchos, sin embargo, con el surgimiento y la evolución de la tecnología 3G y 4G la calidad de las mismas es mejorada y nacerán nuevas, la evolución es inminente. (Falcone, 2010:28).

Expresa que hay algunos aspectos de importancia en la evolución de los servicios de telefonía móvil que resultan interesantes y por ello se enlistan:

- Servicios de movilidad:

Actualmente existe la posibilidad de llevar las tareas de la oficina, universidad, escuela u otros, en la palma de la mano. El servicio 3G facilita el poder acceder a distintos recursos como el correo electrónico, contactos, agenda, entre otros más; la tecnología 4G los mejorará y hará más rápido y eficaz la transmisión de datos a la vez que tanto el hardware como el software del teléfono evolucionan.

- Navegación web:

Este servicio está al alcance de todo aquel que posea un dispositivo móvil o un ordenador, sin embargo, éste continuará mejorando haciendo de la transmisión de datos algo mucho más rápido y abriendo más el mundo de posibilidades que solo una computadora puede ofrecer.

- Servicios de comercio electrónico:

Este servicio hace posible para las compañías el llegar a los consumidores, basándose en el posicionamiento y los intereses que éste posea, utilizando para ello sensores en las áreas comerciales más convenientes. Por otro lado, el teléfono móvil facilita las tareas que antes requerían de tiempo y esfuerzo, ahora es posible realizar pagos desde la comodidad del hogar bajo altos niveles de seguridad, para asegurar el bienestar de las partes involucradas.

- Ocio:

Estos dispositivos permiten utilizar el tiempo libre para la satisfacción de las distintas aficiones que las personas poseen, para ello brindan, por ejemplo, la posibilidad de realizar juegos que involucren a múltiples participantes de

manera simultánea sin la necesidad de encontrarse en el mismo lugar físico y que después pueden pausarse hasta un nuevo encuentro.

La televisión también entra en este aspecto, ya que se pueden ver los programas que se adecuen a los gustos y facilidades de tiempo de cada quien. No se puede olvidar mencionar que ahora es más interactiva, ya que a través de las distintas opciones de mensajería resulta fácil la comunicación entre los televidentes y el canal o programa del cual estén disfrutando.

4.67.2. La telefonía digital

La segunda forma de transmisión de la información es la digital, según Huidobro (1996:23) se da en ella las variaciones de tensión producidas por el sonido son transformadas en señales digitales mediante un conversor analógico/digital, para su transmisión por la red telefónica, y en el extremo receptor son convertidas de nuevo en sonido mediante un conversor digital-analógico.

Un hecho importante en la historia de los sistemas digitales es el establecimiento de la norma GSM Groupe Special Mobile en 1982 la cual sin embargo, no fue comercializada sino hasta diez años después. Este sistema es el resultado del esfuerzo de los europeos por lograr unificar los distintos sistemas móviles digitales y dejar de lado los distintos sistemas analógicos existentes, Europa fue por consiguiente uno de los continentes más influyentes en el desarrollo de la tecnología de la telefonía, que de la análoga pasó a la digital y de la digital saltó a los sistemas 3G y 4G, situación en la que se encuentra hasta hoy. (Conesa, 2006:110).

Imagen No. 27

El teclado que sustituyó a las históricas máquinas de escribir



Fuente: https://i.blogs.es/5708eb/blackberry-storm-2/450_1000.jpg. Fecha de recuperado: 20/02/2014

4.68. Los Quick Response como herramienta de información

Para comprender la terminología código, el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la define como “un sistema de signos y de reglas que permite formular y comprender un mensaje”. (dle.rae.es) Fecha de recuperado: 5 marzo de 2016, 10:00 horas. El uso de los códigos QR se ha multiplicado hasta en el ámbito educativo, ya que se está explorando su utilización gracias a su capacidad para conectar objetos reales con contenidos web, así mismo se analiza las ventajas de su implementación en proyectos empresariales donde existe un proceso de similitud por parte de los usuarios.

Un código QR según sus siglas en inglés Quick Response (Respuesta Rápida) es una imagen 2D impresa con un formato específico reconocido por la aplicación que se desarrolla. Diaz, Harari, Gallego, & Aguilar, 2013: 587, citados por (Méndez 2014:13)

También se hace referencia que los códigos QR es la información que está codificada dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar gran cantidad de información alfanumérica. (www.androidpress.net) Fecha de recuperado: 7 marzo de 2016, 9:00 horas

Este código usualmente está en blanco en los anuncios de revistas, periódicos entre otros, el cual contiene información que será útil para el consumidor.

Los Códigos QR, fueron creados por la compañía japonesa Denso-Wave Corporation. En 1994, las especificaciones de esta tecnología forman parte de un estándar internacional (ISO 18004: 2000, Information Technology - Automatic Identification and data capture Techniques - Bar code symbology - QR Code) de libre acceso. (Huidobro, 2009:48)

4.68.1. Historia estos códigos

Como resultado de sus esfuerzos, el código QR fue adoptado por la industria del automóvil para su uso en la electrónica y contribuyó en gran medida a hacer su trabajo de gestión eficiente para una amplia gama de tareas desde la producción hasta el envío de recibos de transacción. Además, en respuesta a una tendencia social recién emergente donde la gente exigió que los procesos de producción de las industrias puedan hacer transparentes en parte para hacer que las empresas de lentes de contacto, alimentaria y farmacéutica, comenzó a utilizar el código para controlar su mercancía.

A pesar de que Denso Wave conservaría los derechos de patente en el CQR, que declaró que no ejercerían ellos, esta política estaba en su lugar desde el principio del desarrollo de código, en honor a la intención de los desarrolladores que el CQR

podría ser utilizado por el mayor número posible de personas. Por lo tanto, el CQR, que podría ser utilizado sin costo alguno y sin tener que preocuparse acerca de los problemas potenciales, se convirtió en una "clave pública" utilizado por personas de todo el mundo.

Imagen No. 28

Los QR como canales de información



Fuente: www.digitalvmagazine.com/wp-content/uploads. Fecha de recuperado: 10/06/2013

4.68.2. Uso de los CQR en plataformas o interfaces

Cita (Méndez 2014: 6 y 7) sobre la plataforma o interface que utiliza los códigos QR

Es la base donde se construye el software que soporta las aplicaciones” además agrega: “En informática, una plataforma es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible. Dicho sistema está definido por un estándar alrededor del cual se determina una arquitectura de hardware y una plataforma de software (incluyendo entornos de aplicaciones). Al

definir plataformas se establecen los tipos de arquitectura, sistema operativo, lenguaje de programación o interfaz de usuario compatibles.

El uso de los CQR es infinito, tanto en educación, como en marketing hasta para la información noticiosa. El empresario y social media Jason Pinto describe las 100 formas de utilizar los CQR en todos los ámbitos de la vida.

Hemos compilado una lista de 100 maneras en que usted podría usar los códigos QR. Hemos recibido algunas de estas ideas de los clientes, de Internet y amigos. Algunos de ellos provienen de nuestras propias experiencias. Esperamos que usted encontrará al menos algunas de éstas útiles. (eduarea.wordpress.com) Fecha de recuperado: 15 marzo de 2016, 16:15 horas.

Imagen No.29
Los QR ilustrados



Fuente: www.digitalvmagazine.com/wp-content/uploads. Fecha de recuperado: 10/06/2013

Para poder leer un Código QR, es preciso tener instalado un lector en el terminal desde el cual realizar la lectura. El terminal debe disponer, lógicamente, de cámara fotográfica, ya que los lectores realizan la captura utilizando la cámara del terminal.

Existen actualmente muchos lectores de códigos QR o QR Codes para los principales fabricantes de terminales y sistemas, existiendo lectores gratuitos de calidad. (Méndez, 2014:34).

4.68.3. Prensa Libre como pionero en la inserción de los CQR

Quiñónez, editor web del diario Prensa Libre, citado por Méndez, (2014: 31) afirma “es una forma de integrar contenidos multimedia a la edición Impresa y de proporcionar al lector una herramienta, de acceso directo a los contenidos multimedia e interacción con los dispositivos móviles entre todas sus plataformas”.

Al momento de generar una noticia informativa se deben de realizar una serie de pasos, siendo estos:

- Planificación: donde editores y redactores planifican la Agenda noticiosa-impresa y para las distintas plataformas.
- Búsqueda de Información: actividad que recae en los reporteros.
- Recepción de noticias: información nacional e internacional, (Multimedia) para edición digital.
- Redacción: reunión con editores para elegir el mejor contenido.
- Corrección y estilo: Revisión ortográfica y normas estilísticas.
- Diseño: asignación de espacios para noticias, a reporteros y editores.
- Infografías: planificación de infografías y foto artes que amplían las notas más importantes.
- Generar un código 2D: se selecciona el tipo de contenido y el tamaño de la imagen que desea crear y se prepara el código que se necesita.
- Edición: corrección de titulares y detalles de diseño.
- Pre - prensa: revisión de estándares de calidad de imagen (Certificación Internacional WAN.Infra)
- Pruebas de color: – para asegurar la nitidez del impreso
- Paginación: Cada página se envía al sistema de paginación CTP. y envío de PDF a página de Internet.
- Impresión: Se imprime a cuatro colores básicos: cyan, magenta, amarillo y negro.
- Contadora: los cuadernillos impresos se trasladan a una máquina contadora.
- Distribución: antes de las 3 a.m. los ejemplares son enviados a todo el país. (Méndez 2014: 31,32).

Quiñonez destaca “Simplemente, que el contenido complementa la información publicada en papel. Hay contenidos, por ejemplo, que contienen frases o filmaciones que le dan un plus a lo que se publica. Resulta que el sistema de multiplataforma que se ha implementado en Prensa Libre permite recolectar material distinto que no siempre se puede presentar en la edición impresa, por ello, es necesario recurrir a la herramienta de los QR para ofrecer videos, fotogalerías o audio” (Méndez, 2014: 33).

4.69. La deontología periodística

En el ejercicio de la actividad periodística, este debe regirse por una serie de normas profesionales y éticas. El trabajo periodístico tiene consecuencias más perceptibles en la sociedad que el de otras profesiones. Cualquier información dada por un

periodista puede hacer estragos en la reputación de cualquier persona o institución, provocar pánico, todo depende de la forma en que se utilice esta información.

Es por esta razón, que como todas las profesiones, el periodista debe seguir una serie de normas para la correcta transmisión de información, entre las más importantes podemos mencionar: la difusión estricta de información fundamental, no incluyendo datos imprecisos o no contrastados que pueden atacar la dignidad de la persona; rectificar con cuidado y prontitud toda información para no caer en falsedad, respeto por el *Off The Record*.

Lo anterior, no es más que toda aquella información que el periodista ha recibido y no puede publicar, separar la actividad periodística de otras y no tratar de influir, promover, ni encubrir o cambiar información por alguna compensación económica; respeto al legítimo derecho de privacidad e intimidad que poseen las personas, como a su imagen.

Al tratar asuntos penales que están en curso, aplicar siempre el principio de presunción de inocencia; noticias que traten acerca de menores en cuestiones criminales o abusos sexuales, deben ser manejados con un especial cuidado y evitar revelar la identidad del menor, y actuar con rigurosa cautela en la transmisión de información relativa a discriminación por razones de raza, creencias, culturales o de sexo, así como estimular la violencia.

Existen diversas fuentes de la deontología periodística. La fuente moral es el orden que debe poseer un comunicador en cuanto a la conducta permitida por la sociedad y la humanidad, la fuente humanística es la que define al humano como átomo de la sociedad, el que posee derechos, obligaciones; la fuente política, ya que el ser humano por naturaleza es un ser político, en relación a acciones en pro y contra de ciertos factores que amenacen a este como individuo o como colectivo.

La fuente económica es determinante en cuanto al empleo de las normas morales de un grupo social, la fuente laboral-profesional es la que hace referencia a las normas vigentes, utilizadas por países donde el periodismo está industrializado; la fuente cultural refiere a que Guatemala por ser un país multiétnico, multicultural y plurilingüe, el periodismo debe regirse a sus propias normas éticas.

4.70. Periodismo como traslado de información y el reportero que opina

Para relacionar los conceptos de opinión pública y periodismo, se deben definir cada uno de los conceptos por separado, a manera de identificar su punto de encuentro. Manifiesta Pulitzer (2011:115) que la opinión pública se concibe como “la suma de las opiniones personales”, lo que en las redes sociales se conoce como compartir o retuitear. Es lo que sienten o piensan las masas.

En cuanto al ámbito público manifiesta que el gobierno popular es aquel que es guiado por la opinión pública, lo cual es expresado a través de las elecciones y que se encuentra plasmado en las leyes. Además, indica que la opinión pública regula la conducta de una comunidad y por ello que se puede definir como una ley no escrita y lo define como “el sentimiento dominante que representa un acuerdo o un código moral y de educación común”.

Según González (1977:55) la opinión pública se forma cada vez más de la interacción del individuo con su grupo social. Se entiende entonces que la opinión pública consiste en el conjunto de ideas y conocimientos expresados por la comunidad en general, que reflejan su pensamiento y cosmovisión acerca de temas determinados y del comportamiento externo de los seres humanos dentro de la misma comunidad.

Según Kinder, citado por Castells (2009:211) los materiales básicos que conforman la opinión pública son tres tipos: Valores, Disposiciones del grupo e intereses materiales personales. Las personas suelen recordar la información que confirman

los resultado u objetivos que desean, también es probable que utilicen sus recursos intelectuales para buscar información que confirmen y que no contradiga sus metas.

La motivación es un factor clave para moldear la manera en que los individuos procesan la información que les lleva a sus opiniones, especialmente cuando tratan de asuntos muy importantes. Las emociones conflictivas aumentan simultáneamente la atención hacia determinadas informaciones al tiempo que disminuyen la percepción de informaciones nuevas y contradictorias. (Castells, 2009:212).

El periodismo como actividad que involucra a la sociedad, informante como informada, no deja de ser comunicación. Según Interiano (1994:9) el periodismo es una subdivisión de la comunicación social que se encuentra destinada a informar al público sobre asuntos que le interesan o afectan, ya sea en forma positiva o negativa. Actualmente el periodismo ha cobrado gran relevancia en todos los países del mundo en cuanto a que las sociedades del mundo cada vez muestran más interés por lo público.

En cuanto a la importancia del periodismo, se establece que ésta reside en que los periódicos se han convertido en la voz de la conciencia colectiva y en muchos casos, en la voz de los que no tienen y en efectivos instrumentos del cambio social, lo cual permite la evolución de la sociedad. Interiano, (1994:9). Pero lo anterior ha cambiado con la incursión de tecnologías como las propias redes sociales, en donde cada ciudadano conserva una terminal telefónica móvil con la que puede emitir opinión, publicar un hecho noticioso y aunque es periodismo sin estructura, se da a llamar más, comunicación comunitaria.

El periodismo en su expresión más general, utiliza varios elementos para dar a conocer su información, tales como: la noticia, el reportaje, la crónica periodística, el artículo, el editorial y la columna.

Aquí pues, se entiende la relación entre la opinión pública, que es el conjunto de opiniones personales de una comunidad y el periodismo, pues es el medio encargado de dirigir y controlar la opinión general de la sociedad. Por lo tanto, se puede decir que es el encargado de dirigir los cambios significativos que surgen en un estado.

Para Pulitzer (2011:117) quien da su opinión en cuanto a un Estado cuyo sistema de gobierno es esencialmente democrático, no se puede dar ningún cambio de dinastía en su estructura y sus gobernantes, de administración ni de constitución que no haya sido efecto directo de la acción de la opinión pública, en tal sentido refiere el teórico que, se hace oportuno que el Estado siga controlando a su sociedad para no verse debilitada. Actualmente, en los gobiernos modernos, la efectividad de la opinión pública está en proporción directa con la libertad que posee el pueblo.

Según Kellner, citado por Castells (2009:350), el Estado sigue siendo un actor decisivo a la hora de definir las relaciones de poder en las redes de comunicación. El gobierno estadounidense tiene una larga tradición a la hora de fabricar informaciones para justificar sus actos, especialmente en los momentos en los que se debe decidir entre la guerra y la paz para inclinar la opinión pública a su favor, por lo que, el mismo Estado es al final el más interesado en controlar a la sociedad de la información, dictar las reglas como siempre y ver que se cumplan a cabalidad.

En términos analíticos, es importante señalar que este gobierno es consciente de que la batalla por la información y la construcción de la opinión pública a través de los medios de comunicación, constituyen una condición necesaria para lograr el respaldo para sus acciones.

La naturaleza global de Internet y la relativa apertura de sus redes representa un gran desafío para un Estado obsesionado históricamente con el control de la información, aunque, en la medida de que la sociedad vaya adoptando la tecnología,

así también dichos Estados tendrán más control de sus poblaciones. (Castells, 2009:362).

Los movimientos sociales se forman comunicando mensajes de rabia y esperanza. La estructura concreta de la comunicación de una sociedad conforman en gran medida los movimientos sociales. En otras palabras, los movimientos sociales y políticos florecen y viven en el espacio público.

El espacio público es el espacio de la interacción social en el contexto comunicacional y significativa donde las ideas y los valores se forman, se transmiten, se respaldan y combaten; espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y la reacción, ésta última como parte del proceso propio de la comunicación, entendido dentro de la doble vía. (Castells, 2009:395).

De acuerdo con Marx, citado por el propio Castells, a lo largo de la historia, el control de la comunicación socializada por parte de las autoridades ideológicas, políticas y de los ricos, era fuente determinante del poder social.

4.71. Lo opinativo como género periodístico

Para iniciar el desarrollo del presente título es necesario partir de conceptos básicos que nos permitan descubrir la relación y reacción de la sociedad ante los acontecimientos importantes que marcan las dinámicas de comportamiento de sus actores políticos y sociales; y el papel predominante que juega el periodismo de la opinión para guiar este tipo de reacciones. En tiempos de las Redes Sociales, cualquiera puede emitir una opinión, pero ésta será tomada en serio de acuerdo a su profundidad, su aporte o su imparcialidad. El sesgo por el contrario la debilitará.

Según Webster citado por Pulitzer, (2011:115), la opinión personal se define como “el juicio o sentimiento que la mente se forma acerca de las cosas o personas”. Sin

embargo es personal porque el individuo que la emite la fundamenta de acuerdo a su propia experiencia o conocimiento previo, sea este empírico o teórico.

El carácter de juicio de valor o evaluativo de la opinión implica la posibilidad de que su afirmación o negación pueda ser comprobada racional o experimentalmente. Significa pues que la opinión personal se refiere a la concepción general fundamentada en experiencias y conocimientos adquiridos por los seres humanos a través del tiempo.

Continúa manifestando Pulitzer (2011:115), que la opinión personal se define como una convicción basada en evidencias, una afirmación secundada con argumentos o un punto de vista adquirido, quizá de forma inconsciente, a través del hábito de la lectura pero refuerza el hecho de que, un conocimiento de causa profundiza o revaloriza dicha opinión, aunque sea personal no deja de ser incidente.

Según Rovigatti (1987:87), la opinión es un juicio emitido sobre una cuestión, una simple expresión, en el nivel más externo lo que en la investigación se conoce como Estado del Arte. Pero la opinión es en realidad el efecto de actitudes más fundamentales y más estables. Se puede definir la actitud como una predisposición adquirida, anterior al juicio y a la acción, y que orienta en su propio sentido el juicio y la acción. Las actitudes nacen a su vez del condicionamiento social de los individuos, de su temperamento y de factores profundos que se pueden designar como motivaciones, más o menos conscientes, admitidas y declaradas o no.

Manifiesta que se pueden distinguir cuatro formas de opinión:

- a) la opinión claramente manifestada;
- b) la opinión oral, a veces dicha en forma de murmullo, fruto de "rumores";
- c) el sufragio universal, el referéndum o el libre sondeo de la opinión; y,
- d) el referéndum o el sondeo con voto obligatorio.

4.72. Géneros opinativos y su estructura

Para hablar de géneros opinativos o de la estructura que éstos nos presenta según algunos expertos como Carlos Humberto Interiano, ex Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, antes tenemos que definir el término opinión y el momento en que ésta se va convirtiendo en pública.

El concepto que se tenga de algo por alguien es opinión y cuando se hace en una plataforma en donde se generan otros aportes es lo que la hace pública. Según Rivaneneira (2007:65) el término Opinión Pública encierra diversos significados, que conviene, desde luego fijarse que está compuesta de dos voces: el sustantivo opinión y el adjetivo pública. Etimológicamente, continúa, proviene del latín opinio. –onis, que significa concepto. [http://mercatispublicus.files.wordpress-rivadeneira.preda.pdf](http://mercatispublicus.files.wordpress.com/rivadeneira.preda.pdf). Recuperado el 22/05/2013

La opinión de algo público por alguien que no lo sea, es ya opinión pública. Según Interiano (1994:139) se debe distinguir entre el periodismo interpretativo y el periodismo de opinión, pues en el primero el periodista muestra hechos, cifras, datos, declaraciones, pero se abstiene de emitir opiniones personales y deja en libertad a los lectores para que saquen sus propias conclusiones.

Al contrario, en el periodismo de opinión, el autor emite su opinión personal respecto a un hecho, aportando datos, cifras, declaraciones, de carácter individual. El mismo Interiano por otro lado, sostiene que en el fondo esto no es considerado como periodismo, puesto que no se está trasladando un hecho noticioso sino, más bien una opinión de alguien que se abroga su deseo a hacerlo.

De conformidad con el periodismo anglosajón los textos se dividen en *story* (transmisión de historias e información desde el lugar de los hechos) y *comment* (emisión de opiniones sobre las consecuencias de los hechos que se relatan).

Dentro de la división del *comment* se encuentran: el editorial, el comentario, la crítica, la tribuna libre y los artículos.

El editorial, el suelto o glosa (variante menor del editorial) y el comentario, suelen estar escritos por periodistas que aplican sus conocimientos y técnicas en la transmisión de información; las demás formas de textos, en su mayoría, se encuentran redactadas por personas que no se dedican a la función periodística.

El editorial es conocido como la “conciencia del periódico”, es decir un espacio en donde se relatan todas aquellas ideas que informen al público acerca de no permitir ninguna violación de sus derechos, de la importancia de la función editorial dentro de la sociedad, de hacer notar el engaño, la injusticia, el desatino y de inspirar a los miembros de la comunidad a ser mejores y dar lo mejor de sí.

El suelto o glosa constituye un estilo más libre, sin embargo, no cuentan con mucho espacio y se limitan en escribir acerca de dos o tres cuestiones de máxima actualidad y relevancia. En cuanto a las columnas, se pueden distinguir dos tipos: las de opinión y las de análisis.

Las columnas de opinión son espacios dedicados exclusivamente a la emisión de opiniones de expertos en determinados temas, de los que hablas con propiedad y con autoridad, y las segundas son integradas por la interpretación periodística, por lo que debería tener carácter informativo. Lo anterior no será una norma, en tanto, autores como Rivadeneira (2007:194) asegura que el fenómeno del liderazgo es psicosocial, producto de las relaciones de los individuos entre sí, de los efectos de esas relaciones, lo cual responde básicamente a un doble principio: autoafirmación y auto valorización por parte del que se convertirá en el líder de la opinión

Por aparte, Edo (2009:66) manifiesta que los periodistas de opinión a quienes por otro lado, Interiano no los cataloga periodistas, tienen en común que no se encuentran involucrados directamente con los hechos, no se une directamente a la

tarea de transmitir datos específicos, sino que tienden a trabajar con ideas y deducciones de los efectos o consecuencias ideológicas, culturales o filosóficas que pudiesen repercutir dentro de la sociedad pero la corriente de pensamiento de estos tanques debe de darles conocimiento del tema en el que opinan a manera de que se conviertan en autoridad para hablarlo, de no ser así, el género opinativo nace muerto.

Por lo tanto, los géneros periodísticos de opinión constituyen una expresión libre del pensamiento personal de un periodista que se difunde masivamente con el objetivo de causar una reacción en la opinión pública.

Debe hacerse notar el sentido estrictamente personal de las ideas o puntos de vista que expresan sus autores, pues los medios de comunicación no se hacen responsables por dichas expresiones salvo lo que en la teoría establece el género de opinión conocido como Editorial, siendo ésta la que emite el propio medio y de cuyo contenido él es solamente responsable. No obstante el sentido personal de dichas opiniones, éstas pueden influir en la toma de decisiones de gobiernos, grupos políticos y económicos y en general, de toda la sociedad frente a un problema concreto. (Interiano, 1994:139).

Por supuesto, se debe aclarar que las opiniones emitidas por dichas personas deben ajustarse a las normas morales, éticas y legales. Además, las opiniones deben encontrarse debidamente fundamentadas con la finalidad de que no sean objeto de rechazo social o de procesos legales.

4.73. Periodismo de opinión; su importancia

Continúa manifestando Interiano que el periodismo de opinión tiene como finalidad la creación de corrientes de opinión en favor o en contra de un fenómeno o suceso y que el mismo puede ir dando paso a la comunicación comunitaria. Por lo tanto,

debe ser lo suficientemente substancial, basado en datos, con lenguaje sencillo, de tal manera que logre impactar por su forma y contenido.

Por supuesto, en ningún caso sería aceptable que el periodista que emite su opinión personal lo haga sin fundamentos que demuestren sus argumentos, de lo contrario únicamente estaría acusando y denunciando de manera irresponsable y arbitraria.

Es por esto que la importancia del periodismo de opinión radica en el conocimiento y la capacidad del periodista por llamar de algún modo a quien escribe una columna, de hacer saber su información con base en datos reales y comprobables, y que debe contar con una estructura sencilla de comprender para los destinatarios para que estos se formen un criterio acerca del tema. De otra manera, el periodista contribuye a que la opinión pública se base en suposiciones y en ideas equivocadas de los acontecimientos nacionales e internacionales.

4.74. La brecha digital entre el periodismo de ayer y el periodismo de hoy

Por muchos años se creyó que los medios de comunicación han desarrollado un papel fundamental en la sociedad, impulsando o imponiendo aquellos temas que a ellos les convienen, ya sea por intereses económicos, políticos o simplemente por ser más fáciles de cubrir. Como lo aborda Interiano cuando habla de la agenda setting, al decir que, se tuvo siempre la visión de que una información a favor o en contra de algo, vertida en un medio masivo, era determinante para las acciones futuras de los grupos interesados e incluso para la masa social.

Se le daba a los medios de comunicación una condición de suprapoder, con una capacidad de manipulación social sin precedentes en la historia de la humanidad. Incluso, se llegó a pensar que serían los hilos invisibles del poder mundial; una especie de fino tinglado por donde pasarían todas las decisiones en cualquier materia. Las nociones y sus gobiernos estarían sujetas a estos hilos invisibles pero todopoderosos.

La práctica del periodismo permanece activa en esos medios y goza de buena salud. Es que como práctica las variables que constituyen la construcción de agenda periodística, actualmente, incluyen en alto grado los condicionamientos que producen las estrategias de mercado de los medios. (Gómez, 2002:2)

Manifiesta Barrios (2007:90) que es importante distinguir los conceptos de sociedad de la información establecida por el propio MacLuhan y sociedad del conocimiento que en su momento planteara el propio Maigret. La sociedad del conocimiento es un ideal o una etapa evolutiva hacia la que se dirige la humanidad, una etapa posterior a la actual era de la información y hacia la que se llegará por medio de las oportunidades que representan los medios y la humanización de las sociedades actuales, mientras la información sólo siga siendo una masa de datos indiferenciados, entonces se seguirá estando ante una sociedad de la información y no se habrá evolucionado hacia las sociedades del conocimiento, sin embargo, se dará el paso en cuanto el principio aquel de que, quien tiene el conocimiento, tiene el poder como lo estableciera Friedrich Nietzsche, quien afirmara también que “lo que no te mata, te fortalece”.

4.75. El impacto de las TIC en el periodismo de opinión

Como toda herramienta nueva o como todo mundo por conocer y experimentar, las TIC no se quedan atrás. Según Felicié (2006:42) existen algunos riesgos en la implementación de estas, hoy nuevas tecnologías, pues en su momento, también fueron nuevas tecnologías la propia imprenta, el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión. Las TIC que hoy vienen a dar un salto cualitativo a ciencias sociales como la propia comunicación y por qué no decirlo, del periodismo mismo, son emblemáticas en cuanto a la posible alteración del mismo.

- Agudizar la desigualdad de oportunidades en el acceso a la información.
- Amenaza a la propiedad intelectual y a los derechos de autor

- Falta de control de calidad de la información disponible y escasa confiabilidad de ésta.
- Amenaza al derecho a la privacidad y confidencialidad.
- Principios de acceso a la información versus el control de la pornografía y otras actividades prohibidas por ley.
- Amenaza al control monopolístico de las tecnologías y de la propia información.

El incremento de la economía de la información y la excesiva mercantilización de la esta han contribuido a desviar la trayectoria y uso de las nuevas tecnologías de la información hacia una dirección que pone en riesgo principios democráticos y valores de nuestra sociedad. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se utilizan cada vez más para privatizar y remover recursos informativos que antes eran de dominio público.

Quienes no cuenten con los medios económicos para adquirir la información no podrán acceder a ella, aunque lo anterior es relativo en la medida que el internet se va abaratando. Esto promueve la desigualdad y el ensanchamiento de la brecha entre ricos y pobres, y constituye una manifestación más de la llamada brecha digital.

Area, (2006:68) establece que un Estado democrático debe velar por el equilibrio y la cohesión social, de no hacerlo, le aventajarán las tecnologías y el desarrollo de sus sociedades. Si la presencia de las llamadas nuevas tecnologías en la sociedad representa un nuevo factor de desigualdad social y cultural, el Estado democrático debe intervenir a través de la planificación y desarrollo de políticas que compensen educativamente las desigualdades tecnológicas de los grupos sociales más desfavorecidos.

Los medios masivos de comunicación han evolucionado en los últimos veinte años, que todas las formas de comunicación en general, en los últimos dos mil. No hay una sola comunidad en la actualidad que directa o indirectamente no haya sido

afectada por los efectos de la comunicación social; de ahí su trascendencia y avasallador desarrollo. Su impacto se encuentra presente en los niveles consciente e inconsciente, individual y colectivo, en todos los niveles y sentidos, tanto de la vida personal como social, dejando casi al descubierto la vida privada de quienes se adentran a la tecnología. (Guillén, 2008:75).

4.76. La propuesta filosófica de Habermas

Habermas, un filósofo y sociólogo alemán que aporta un pensamiento teórico crítico, orientado a la teoría social, analiza la sociedad del capitalismo avanzado. Por lo que hace un estudio de la opinión pública y su crítica.

Para Habermas, ese filósofo contemporáneo, la opinión pública tiene dos aspectos contemplativos ya sea para una instancia crítica o para notoriedad pública, esta última es la que cobra vida con los ahora internautas que desean hacerse visibles. Para él la notoriedad pública es manipulada cuando se divulga por medios, personas o instituciones. (Gilli, 2002:10) dice, “por lo que una opinión pública en el sentido estricto de la palabra sólo puede producirse en la medida en que los dos ámbitos comunicativos sean mediados por el ámbito de la notoriedad pública crítica y quien la vierta sea autoridad en el tema en el que opina”.

En tanto que la notoriedad pública pueda mediar ciertos temas, la opinión pública puede expresarse sin ser manipulable, ya que muchos aprovechan la notoriedad pública para cambiarla a su modo, donde puede beneficiar a una persona en general o a una institución.

Rivadeneira (2011:110) refiere que en el espacio público es en donde surge la opinión pública, la cual puede ser manipulada y deformada, pero su importancia recae en ser eje de cohesión social y soporte de la legitimización o no para la política. En los tiempos de antes se puede decir que la opinión pública nacía en la calle, en las personas que leían los periódicos y se expresaban en las plazas y es

que, cada persona tiene su forma de pensar, es por eso que llega a ser manipulable, muchas veces deformada para el bien de algunos, puede ser políticamente, comercialmente o ya sea para intereses de alguna clase social.

En ese tiempo la opinión pública la formaban ciertas personas que expresaban la voz del pueblo, estas personas fueron formadores de opinión, siempre antes por un medio de comunicación, la prensa escrita fue de las primeras formadoras de opinión. La publicidad crítica es necesaria en una sociedad civil, el boca a boca como principal arma para expresarse donde las personas en una plaza pública externaban sus problemas diversos de su vida privada.

4.77. Las redes sociales como facilitadoras de la O.P.

Muchos se han preguntado a lo largo del surgimiento y evolución que presentan las TIC sobre el futuro de los medios tradicionales, como se lo preguntaron en algún momento sobre el futuro del libro, con el surgimiento de la multimedia, hablando claro, de la presentación física o impresa del mismo, pues en el caso de los libros, encontraron un fugaz reemplazo en los e-books. Sin embargo, algunos analistas, estos en vez de desaparecer, simplemente sufrirán una transformación. (Morataya, 2010:42)

Las redes sociales han llegado a revolucionar al mundo, ya que cada vez, más personas están navegando en la web, y cada día, más personas gastan dinero y tiempo en datos para estar en Facebook, Twitter; Instagram, Pinterest y cuántas redes sociales existan. Con el tiempo que pasan las personas navegando en las redes sociales, cada vez más ven y leen noticias de forma rápida para estar informados.

No es de extrañarse que cada vez que ven un tuit, o ven una publicación en el muro de una persona o de una institución, las personas quieren comentar, y es que la ventaja que hoy en día poseen todas las personas, es que no hay que pagar para

escribir una publicación, Facebook dio esa facilidad para publicar lo que las personas quisieran.

Hay que tomar en cuenta que la opinión se forma hoy en día más rápidamente, con lo que se ve por parte de personas particulares escriben lo que quieren en su muro, no saben si lo hacen responsablemente o solo buscan un rato de fama.

Según Berganza (2016:43), existe un amplio grupo de personas que participan activamente en la web social con el objetivo de convertirse en un punto de referencia de una materia determinada. Nos damos cuenta que las personas se van convirtiendo en formadores de opinión en las redes sociales para que su opinión sea vista por todos y alimente el ego.

Indica:

Creo sinceramente que buscamos más el intercambio de opiniones y experiencias que un reconocimiento social. Y es que es la era donde las expresiones, verbales, emocionales o racionales, se encuentran bajo una plataforma donde los demás pueden ver lo que se escribe, invierte tiempo para poder expresar. Las redes sociales nos dan ese poder.

Muchos quieren expresarse, el comportamiento de las personas está cambiando, su forma de ver el mundo, antes era salir a las plazas para expresarse para dar su opinión, en cambio hoy en día un tuit desde su sillón es la forma más fácil para expresar o poner una publicación en el muro de Facebook o comentar una noticia. Los ciudadanos se han transformado en pseudo-informadores.

El sustentante de esta tesis no está de acuerdo con el término “periodismo ciudadano”, ya que los ciudadanos no son periodistas: no contrastan las informaciones, se da falta de veracidad. Pero es un hecho que ellos pueden informar e estudiosdeopinión.com Fecha de recuperado 13 de marzo de 2015.

En la era tecnológica donde las personas divulgan sus opiniones, se toman el papel de periodistas, muchos hacen videos dando su opinión de la política actual, otros hablan sobre libros, hacen críticas, cada uno se convierte en un informante más.

Es por eso que un ciudadano puede informar, otros se vuelven críticos de esa información, y es así como se van formando criterios de temas de interés. Los ciudadanos informan tanto como pueden y como dicen, muchas veces no contrastan lo de otras noticias que la veracidad no es de confianza, que solo se vuelve una opinión más sobre determinado tema.

4.78. Las redes sociales como canal para la transmisión de la O.P.

En principio hay que aclarar que, las redes sociales como canales de transmisión de mensajes y opiniones públicos hacen uso de la frase opinión pública, que como se especificó con anterioridad es un concepto de lo que el emisor envía por medio de dichos canales.

Las redes sociales aparte de llegar a las personas, transforman el medio en que se desenvuelven, son instrumentos de comunicación entre las personas. En un espacio público las personas comunican la información vista, dan su punto de vista, que hace que los demás opinen y generen un intercambio de ideas en tan poco tiempo y es que la masa es más fácil de mover cuando todos están conectados.

Lo que se dice en las redes sociales es importante. Eso es lo que afirman los expertos y lo confirma la inversión que se realiza en instituciones públicas y empresas privadas para monitorear los portales de Facebook, Twitter, Google+ e Instagram, ya que cada día crece el número de usuarios de los nuevos medios de comunicación y también la preocupación por su influencia en la opinión pública.

La opinión pública se forma con base en las opiniones individuales de orden colectivo; ahora bien: debemos procurar una identificación de los elementos concurrentes y luego seguir una suerte de itinerario del proceso informativo. <http://lahora.gt/redes-sociales-un-motor-digital-de-la-opinion-publica/>. Recuperado el 22/03/2016

Con Internet se puede acceder a los servicios informativos de un país en el momento deseado sin embargo ha trascendido fronteras, por lo que hoy incluso de mano de propios presidentes de otras naciones se sabe de la situación de otros países. La globalidad coloca en tiempo real lo que sucede en cualquier lugar del mundo en cualquier momento.

Durante la última década la participación de los usuarios de redes sociales con respecto a los acontecimientos relevantes del mundo, les ha permitido expresar su punto de vista libremente y con mayor repercusión dando como resultado, una nueva vía para la opinión pública. La información que se comparte cumple con una efervescencia que permite extrapolarla a estancias superiores, como el caso reciente de bullying colectivo a una menor, una niña exploradora de la Ciudad de México en un supuesto rito de iniciación cuyo caso ha tenido tanto impacto en las redes sociales que una investigación formal por parte del Estado a través del DIF. <https://aiesec.org.mx/la-opinion-publica-en-redes-sociales/>. Recuperado el 22/03/2013

4.79. La comunicación dentro de las redes sociales

Las redes sociales han abierto inéditas posibilidades al marketing y a la publicidad on line, convirtiéndose en eficaces canales de comunicación donde crear comunidades virtuales en torno a las marcas. En la presente investigación se han analizado las estrategias comunicativas de Movistar en la red social *Tuenti* para conectar con su público objetivo con el fin de influir en sus decisiones de compra y conseguir una afiliación de los adolescentes a la marca. Entre los resultados destaca el acierto de *Movistar* en el horario y periodicidad de sus mensajes, en el carácter racional de dichos mensajes y en el recurso a las imágenes. Estas estrategias han provocado una alta interacción por parte de los jóvenes con la marca y entre ellos mismos. <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/45035>. Recuperado el 22/03/2015

La comunicación es una de las formas más antiguas que el hombre ha utilizado para entablar una conversación con otra persona, esperar esa respuesta dada del proceso mismo que con el tiempo fue evolucionando, creando plataformas y llegó a la comunicación de masas o masiva, y más adelante hubo una plataforma para comunicarse más eficazmente como lo son las redes sociales. En las redes sociales la comunicación tiene su propia estructura.

En primer lugar las redes sociales sirven para hacer comunicación de doble vía, interactiva e inmediata, lo que permite hacer negocios, sirven también para educar, para buscar citas, para saber de música o simplemente de la vida de otros. Las redes sociales poseen perfiles de personas donde la comunicación no está condicionada a un territorio ni a un horario. La comunicación puede ocurrir en cualquier momento ya que la barrera de la distancia no es un limitante. Las redes sociales para comunicarse utilizan “las 3c” haciéndolo de forma cruzada, que son las siguientes. Las que nos presenta (<http://andresfelipeanimero1998.blogspot.com/>). Fecha de recuperado 17 de marzo de 2015.

- Comunicación. Nos ayuda a poner en común conocimientos.
- Comunidad. Nos ayuda a encontrar e integrar comunidades o interactuar.
- Cooperación. Nos ayuda a hacer cosas en compañía de otras personas.
- En las redes sociales para hacer comunicación se necesita un espacio público como en la vida real donde las personas se desenvuelvan de forma normal, donde se adopten los conocimientos a merced de la población, para lograr consensos o mayor información se necesita de una comunidad; y para esto cada red social es una comunidad, todos los que están en Twitter forman parte de una comunidad al igual que las personas que están en Facebook o los grupos de WhatsApp.

En estas redes sociales las personas cooperan, esta cooperación es la comunicación constante en cada una de las plataformas de las redes sociales, muchas veces sin saberlo, pero cooperar en esas redes se traduce a retuitear o

compartir una publicación. Lo que escriben, lo que publican, esa comunicación es la integración de miles de persona que se comunican a diario por las redes sociales entre sí y con otros internautas nuevos..

Las redes sociales forman un nuevo espacio, el de la doble vía vertido en la opinión del cibernauta, un espacio sustituto del mundo real y el espacio complementario que se le puede llamar paralelo también. En el espacio sustituido que es el espacio público se diferencia lo tangible de lo intangible. El espacio tangible es aquel espacio en tiempo real para intercambiar ideas, objetos o acciones o bien, reacciones a una publicación determinada. <http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=4975>. Fecha de recuperado 17 de Marzo de 2015.

El espacio intangible es el que no puede ser tocado y es ahí donde están las redes sociales y las personas, crean su propia ciudad, ya que hay agentes económicos, políticos, sociales y técnicos. Esto quiere decir que más personas migran a las redes sociales para comunicarse, el correo electrónico, para hacer negocios, los colegios para informar a los padres de familia a través de plataformas la creación de una ciudad dentro de las redes sociales es posible mientras más personas se unan a ella para estar mejor comunicados.

El fin último de las redes sociales es comunicar a través de un espacio tangible. Lo cierto es que la identidad digital estará totalmente integrada en el proceso de aprendizaje y estará cada vez más asociada a un lugar físico. Con esto la comunicación es más fluida para a ser parte del ser humano, las redes sociales le han enseñado al hombre a estar más informado, a ser parte de ella para no callar lo que piensa, como los 140 caracteres que le da Twitter a las personas, el espacio en el muro que da Facebook y los comentarios en las páginas web de los periódicos, de los negocios, así como también la manera de compartir documento. Fecha de recuperado 17 de Marzo de 2015.

La comunicación en su forma básica ha modificado el uso de su espacio público, ya que la comunicación se está dando en la vida virtual. Los líderes de opinión, los *lobbies* como los políticos a nivel nacional, regional y local optan por las nuevas tecnologías, porque sin duda, la opinión pública más que nunca se manifiesta en las redes sociales.

Uno de los puntos fuertes de las redes sociales es mantener cerca a las personas por medio de una pantalla, ya sea del celular, una tableta o de un computador. MySpace y Facebook, son redes de tipo generalista y su principal misión es poner en contacto a las personas y hacerlas visibles, de hecho, es la función de toda red social al final, hacer visibles a quienes antes como espectadores o lectores eran fríamente invisibles. Se las podría compararlas con los clubes o círculos de personas donde la gente difunde sus mensajes, sus opiniones, sus actividades, etc. (Flores, 2009:76).

Las ideas puestas en las redes sociales son comunicación, porque las personas lo ven, comentan lo que ven, es ahí donde las personas que utilizan las redes sociales están en constante cambio de información y esa es su manera de comunicarse. El WhatsApp es una de las redes sociales que normalmente se utiliza para comunicar, aunque es una de las que más vulnera la privacidad de sus usuarios, debido particularmente a que para usarse se debe hacer público el número telefónico del usuario. Ahí la comunicación siempre es constante y fluye más rápido que esperar a una persona en un café para poder dialogar.

El componente digital de nuestra identidad nos permitirá superar los límites relacionales impuestos por los medios de comunicación de masas: muy pronto seremos todos o casi todos, prosumidores, es decir, productores y consumidores de información y daremos vida a otra corriente de pensamiento. Prosumidores.com
Fecha de recuperado marzo 17 de 2015.

Esta ventaja tienen las redes sociales, al poseer información y producir comunicación. En la era digital las personas tienen más acceso a mayores contenidos y a estar siempre informados para respaldar sus opiniones.

Otro enfoque dentro de las redes sociales es que posee relaciones sociales dentro de un determinado esquema, cuando consigue la doble vía, en donde la comunicación depende de los intereses del actor, y estos intereses muchas veces están determinados por otros que escriben o divulgan cierta información, (Solares, 1996:118). Donde va cobrando fuerza la corriente del periodismo ciudadano establecido por Morataya en páginas anteriores y posteriores.

Las relaciones que un actor mantiene con otros pueden afectar sus acciones, percepciones y comportamientos. Por lo que además de comunicar dentro de las redes sociales las personas están vulnerables a su cambio de pensamiento, a lo que creen, a lo que ven, y a lo que puede causarles un cambio de comportamiento y esta comunicación es intrapersonal, ya que las personas son las que analizan lo que ven y luego de esto dan una opinión acerca de todo lo recopilado, visto anteriormente y ser expuesto en las redes sociales.

4.80. Medios tradicionales y redes sociales

La nueva era de la información hace que los medios tradicionales se acoplen a las tendencias de las redes sociales, debido a que su naturaleza empresarial de ser, no les permite desaparecer. Las redes sociales pasan a ser la nueva forma de interacción social que expande a todo el mundo. No solo se le puede llamar una sociedad de información, es una transformación de mayor identidad. Watts (2005), citado por (Climent 2012:4), define la red social a partir de la teoría de los seis grados, en donde asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis saltos y al alcance de dos dedos, los pulgares, un smartphone y una conexión a internet.

Seis grados de separación es la teoría de que cualquiera en la tierra puede estar conectado a las redes sociales y comunicado con cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios. En esta cadena que se forma en las redes sociales, es la subida exponencial de un número que solo necesita un pequeño número de enlaces en la cadena para convertir una población humana. En la actualidad las redes sociales no necesitan tantas plataformas para unir personas, lo que las redes necesitan son pocas personas que interactúan y conectan con otros.

Los medios tradicionales han adoptado la forma de formadores de cadenas en las redes sociales para atraer a cientos de internautas a sus redes y volverlos seguidores para que vean el contenido que publican. En sí los medios buscan miles de seguidores para competir con los demás medios, lo que se cataloga una pelea en redes sociales para ver quien escribe los mejores contenidos ya que teniendo a las personas dentro de las redes sociales, los medios bombardean de forma constante para que la población siempre esté informada.

El efecto que causa la red social en las personas es una revolución a la hora de comunicarse, ya que se ha visto que los medios tradicionales se trasladan a las redes sociales en donde están todas las personas hoy en día.

En algún tiempo se decía que los medios tradicionales iban a desaparecer, pero este debate solo es parte del proceso que hacen los que estudian el comportamiento de las personas dentro de los medios masivos. Fecha de recuperado marzo 17 de 2015.

Las televisiones están buscando la forma de crear nuevas formas de ver las emisiones y programas, haciendo que la audiencia interaccione con las dos pantallas simultáneamente, bien a través de diálogos en Twitter o Facebook, o bien a manera de comentario u opinión.

No es migración lo que los medios masivos hacen, lo que buscan es reforzar, lo que no se puede transmitir abiertamente lo hacen por medio de las redes sociales. Estas son el soporte de los medios masivos para llegar a las personas por medio de su Smartphone, las personas ven los medios masivos al mismo tiempo que están revisando las redes sociales. La reconversión de los entornos de trabajo en los medios se ha convertido poco a poco en un hecho palpable, permitiendo el desarrollo de todas las tareas con acceso remoto a todos los contenidos.

Las redes sociales le han dado un plus a los medios masivos, llevan sus programas a un universo social donde la interacción constante hace que información más valiosa llegue a todas partes, es un gasto menos pero que necesita una coordinación total por parte de quienes trabajan para el medio.

Según Negroponte, (2009:9), este grado de especialización y, en consecuencia, de segmentación de la audiencia puede estar provocando un nuevo cambio y la inmersión de la sociedad en lo que Negroponte denominó “era de la post información”. Este nuevo avance en el que incursionan los medios masivos, la era de la información quedó atrás, ahora la interacción constante es lo que tiene más auge.

Los contenidos deben poseer cierto grado de interés para los lectores, la presentación debe ser gráfica y en pocas palabras, la comunicación debe tener una doble vía, la sociedad se ve más inmersa en la tecnología y los medios deben migrar ciertos espacios hacia ella para no perder audiencia y para no desaparecer con la evolución tecnológica que se tiene.

4.81. El proceso del periodismo en las redes sociales

Los medios de comunicación tradicionales poco a poco se ven influenciados por la presencia de Internet, en concreto, por la aparición de las redes sociales. El continuo uso de estas redes repercute directamente sobre los demás medios. Se ve entonces

que los medios tradicionales también se van involucrando cada vez más con las redes sociales para interactuar directamente con sus usuarios, los medios de comunicación no se trasladan directamente a los medios, buscan la forma de que los usuarios se conecten con un hashtag o ya sea una participación masiva en las redes sociales.

Las nuevas fuentes de información son las redes sociales lo que hace más importante y refuerza la teoría misma de que el lector se trasladó a la pantalla de su celular o de su Tablet, por lo que uno de los medios que se ha trasladado a informar en estas ha sido el periodismo, ya que este responde a una necesidad social, que es la necesidad de estar informada.

Esta es una tarea que el periodista debe hacer, ir actualizándose cada vez más en la era digital o de lo contrario lo rebasará su historia actual como pasó con el periodista de la máquina de escribir con el de la computadora. (Oliva, 2014:11). Refiere que la recopilación de información no digital y su posterior introducción a la red puede acabar siendo una de las principales características de los buenos periodistas digitales de hoy día, con el respaldo de su propio medio.

El objetivo sigue siendo el mismo: tener presencia en la red dentro de estos segmentos de población que, al fin y al cabo, son audiencia, viva y resonante, convertida ahora en ciber-audiencia. En este sentido la tecnología no hace más que reforzar o potenciar.

Es así como la incursión de la prensa en las redes sociales ha sabido mantenerse, velar y cuidar por mantener la audiencia por medio de la credibilidad del medio, lo cual se logra con tan sólo utilizar su conocido logotipo, y es que esto es lo más importante para este medio masivo. La conectividad que debe tener la audiencia con su periódico, y éste conservando la credibilidad ante su audiencia.

Entonces dónde quedan las personas que quieren dar su opinión, en dónde queda esa audiencia que se quedó con las ganas de decir que estaba a favor o en contra de cierto artículo, si muchas veces los periódicos solo desean tener seguidores. Es por eso que los que trabajan dentro del periodismo deben buscar la interactividad.

La radio es otro medio, que incluso ha visto la necesidad de incursionar en las TIC, pues es un medio inmediato, el cual usa las redes sociales muy frecuentemente y es casi similar al de la televisión, que vio amenazada su hegemonía de inmediatez ya que utiliza hashtags para hacer notar su programa y como se ha dicho antes, buscar un posicionamiento o buscar ser tendencia número uno en el país. Las radios como medio de comunicación tradicional utilizan Twitter que es la plataforma que le da ese salto para que hablen más de los programas que posee la radiodifusora.

4.82. Las redes sociales 3.0

Se ha socializado tanto en las redes sociales que muchas veces se queda corto decir que aún existe la Web 2.0. Para recordar eso podemos citar el caso de Prensa Libre, cuya incursión a la red fue en ésta época y consistía en publicar sus ediciones de manera escaneada en formato PDF, en donde incluían todo el contenido de la edición escrita, incluyendo sus propios clasificados en el color amarillo de fondo con letra negra tradicional. Esta es la Web de las páginas de Internet de los portales donde subían noticias o solo poseían información. La Web 3.0 es donde se encuentra el mundo actualmente, en las redes sociales. La Web donde todos quieren estar.

Posteriormente y en forma de evolución surge la Web 3.0 y sus servicios se fundamentan en el colectivo de la Web Semántica, búsquedas de lenguaje natural, data-mining, aprendizaje automático y asistencia de agentes, todo ello conocido como Técnicas de la Inteligencia Artificial o Inteligencia Web.3.0.com. Fecha de recuperación marzo 19 de 2013.

En las Web 3.0 las personas están interactuando constantemente lo que obligó a la industria de la información escrita a mutar de manera significativa pues aquí los lectores empiezan a ser internautas que interactúan, van aprendiendo, compartiendo publicaciones, escribiendo en sus muros. Las personas cada vez más, pasan horas en las redes sociales y se convierten en cibernautas, pasan menos tiempo en la vida real y cuando lo hacen se trasladan del ciber espacio a la comunicación en 3D. Su zona principal de confort ahora tiene un Smartphone para poder interactuar.

La imaginación nos permite creer en páginas, visibles desde los espejos de nuestro cuarto de baño, capaces de recorrer la Web, en busca de páginas de noticias y mostrarnos un resumen de las más importantes de cada una. Anderson (1993:43) cita una idea de este cambio, podemos pasar con provecho a las representaciones visuales de las comunidades sagradas, con los relieves y las ventanas con vitrales de las iglesias medievales, o las pinturas de los primeros maestros italianos y flamencos. Un aspecto característico de tales representaciones es algo engañosamente análogo al “ropaje moderno”.

Las tecnologías de la información no están actuando de una manera apocalíptica, indisciplinada y aterradora con la que nos amenazaban quienes quizá nunca entendieron sus dimensiones, como cuando fue el Y2K, que alarmaron incluso con el fin del mundo, sino, de manera progresiva y continua. Los medios *Online* unen viejos y nuevos conceptos (Kumamoto, 2003:30).

Responden a la fusión de infraestructuras sociales y materiales que ya existían con novedades tecnológicas que se desarrollan en un marco de tendencias socioeconómicas más amplias, uniendo las tradiciones impresas de la narrativa lineal con las capacidades interactivas y multimedia de la informática.

Es una revolución suave, ordenada y silenciosa, pero imparable pero al final, una revolución que está cambiando al mundo en su totalidad. (Kovach 2003:52) dice

que como consecuencia se están produciendo cambios irreversibles en el periodismo, no sólo en el formato, sino en el contenido y la participación de quienes lo realizan, que ya no volverá a ser como lo hemos conocido hasta ahora, que tendrá que reinventarse como tantas otras veces a lo largo de la historia, pero en el que siempre habrá que preservar su esencia.

La comunicación no es solo tecnología y, menos aún, todo palabras. Es el juego permanente de los enfoques tecnológico, empresarial y cultural donde se articula la posibilidad de poner un poco de orden en este caos y de aprovechar mejor lo que tenemos antes de que la entropía nos fagocite.

Este marco comunicativo tiene cuatro características básicas:

- La hipertextualidad
- La multimedialidad
- La interactividad
- La actualización continúa.

Pero las que verdaderamente están marcando pautas de trabajo en las redacciones y la respuesta de la gente que antiguamente se conocía como audiencia, en palabras del profesor de la Universidad de Nueva York, Jay Rosen, son sobre todo dos.

La primera que las noticias se pueden actualizar constantemente y esa capacidad para informar con la mayor rapidez es uno de los puntos clave; aunque no el único, del éxito de los cybermedios que tienen un número más alto de visitas. Para (Edo, 2009:9,10), la segunda, y no por eso menos importante, es que la audiencia ha dejado de ser pasiva y en eso que hasta ahora sólo estamos viendo los inicios de lo que está por llegar a mediano y largo plazo, en la medida en que las TIC vayan evolucionando en cuanto a las posibilidades de participación ciudadana en los contenidos de los medios con una marca asentada y con prestigio, y también en los

menos conocidos pero siempre valiosos desde otros puntos de vista y para otro tipo de público objetivo.

4.83. El papel del periodismo en la O.P.

Empecemos por aclarar el proceso de opinión pública, aquel que se utiliza para hacer referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener respecto de temas públicos, no privados. La idea de opinión pública existe desde hace tiempo, a siempre que se hable de la reacción o de la forma de pensar del pueblo ante determinados eventos políticos, sociales, económicos o culturales, sin embargo, o hay duda alguna de que la importancia que este concepto ha tomado en los últimos cincuenta años es mayor debido a que las nuevas tecnologías y la aparición del internet han facilitado y ampliado las formas de expresión pública ante todo tipo de eventos. www.definiciónabc.com/social-pública.php Recuperado el 28/02/2014

A través de la historia se ha dado a conocer la influencia que tiene el periodismo en los cambios que acontecen en la sociedad, pues en repetidas ocasiones los actores políticos se ven en la necesidad de cambiar sus estrategias de acuerdo al pensamiento social.

Tocqueville expresando lo siguiente: “Un periódico puede enviar la misma idea a miles de mentes a la vez”. Sin embargo, en la actualidad un periódico puede enviar la misma idea a un millón de mentes en el mismo día. El mismo día, los mismos datos, la misma condensación de noticias y puntos de vista son enviados a la mente de millones de lectores. Sin embargo, por otro lado, Berganza (2011:118) asegura que, en Guatemala, un medio que se aferre a la investigación análisis y crítica para que la gente pueda entender la realidad y modificarla, atenta contra su supervivencia porque ahuyenta a los anunciantes e incomoda a los poderosos.

Actualmente, a los medios masivos de comunicación se les denomina el cuarto poder (haciendo referencia a los tres poderes del Estado: Poder Legislativo, Poder Ejecutivo y Poder Judicial), debido a la influencia que ejerce sobre la opinión pública,

siendo responsable de comunicar ideas objetivas y honestas, sin beneficiar a ningún sector en particular, aunque hay que aclarar que el término cuarto poder sobre viene de Estados Unidos, en el medio de la lucha por conservar la hegemonía de dos grandes periódicos que competían entre sí.

Sin embargo, en los últimos tiempos se ha utilizado el poder que ejerce el periodismo para dirigir de forma malévola la opinión de la sociedad, incluso descubriéndose casos en los que los periodistas han vendido su objetividad por las riquezas materiales que determinados sectores están en condiciones de pagar. A esto se suma la necesidad de los gobiernos de “quedar bien” con la sociedad y que no constituyan un “problema” durante su gestión. Guatemala a este respecto no es la excepción, aquí, la opinión la ejercen personajes regularmente financiados por grandes industrias, sea de cual sea su naturaleza de ser.

El trabajo del periodista consiste en actuar sobre la opinión pública y a través de ella, y por eso, desde su punto de vista, el desarrollo de la opinión pública es el punto central de la historia. Lo hace desde la cobertura de los hechos, es considerado una de las tres roscas que inciden en la nota que se publica o en el personaje al que se entrevista y más aún, en la forma en la que entrevista y el giro que le da a su publicación.

Según Fernández (1994:121), la sociedad genera su propio régimen de opinión pública el cual permite el funcionamiento de una sociedad democrática es, en realidad, una sucesión de acciones cotidianas que complementan las decisiones de sus miembros. Por supuesto, se debe aclarar que el deber de los periodistas es ir siempre en búsqueda de un hecho y transmitirlo con la verdad, término que en el periodismo se conoce como veracidad, la objetividad, la responsabilidad y la independencia en las notas que publican.

4.84. Las redes sociales y el periodismo ciudadano

Muchos se han preguntado a lo largo del surgimiento y evolución que presentan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sobre el futuro de los medios tradicionales, como se lo preguntaron en algún momento sobre el futuro del libro, con el surgimiento de la multimedia, hablando claro de la presentación física o impresa de los mismos, pues en el caso de los libros, encontraron un fugaz reemplazo en los e-books. Sin embargo, para algunos analistas, estos en vez de desaparecer, simplemente sufrirán una transformación. (Morataya, 2012:42).

Refiere Morataya en su libro *Twitter News Manual de periodismo digital para periodistas guatemaltecos*:

Tengo la certeza que los medios, al igual que los libros no van a desaparecer, pero sí van a cambiar sus soportes. Un día, los periódicos los recibiremos todas las mañanas en un aparato cercano al Kindle o al iPad, los radio noticieros y telenoticieros van a estar disponibles en las tabletas, Smartphone o gadgets que se van a crear en el futuro. ¿Y porqué creo que los medios no van a desaparecer? Porque la sociedad va necesitar seguir contando con un grupo de gente especializada, reunida en una empresa, que pueda ordenar el diluvio de información, filtrarla y tamizarla, darle un orden e interpretación para que llegue a los mass media, por otros soportes que no son el papel, las ondas hertzianas, los satélites y otros medios digitales de transmisión de datos. (Morataya, 2012:42).

Según Morataya, quizá las noticias sean hologramas en el espejo del baño, en el top de la cocina, en una de las puertas del refrigerador, en un papel instalado en la pared, como ya anuncian algunos videos de YouTube sobre la vida en la era digital. Las casas inteligentes, seguro que van a contemplar el consumo de noticias, prosigue el escritor.

Rosen citado por Rivadeneira (2009:42) expresa que cuando la gente conocida anteriormente como la audiencia de la prensa emplea herramientas que tiene en su poder para informarse unos a otros, eso es periodismo ciudadano.

La audiencia llega a tener poder en el periodismo con la llegada de la nueva tecnología que hace posible generar sus propios contenidos. Cualquiera que posea una cámara en estos tiempos, recolecte información puede compartirla en el universo de la comunicación, que son las redes sociales. Todas estas herramientas que logran tener las personas, como el Internet y tener plataformas para poder escribir e informar, lo convierte en periodista ciudadano siempre bajo el concepto de informar a los demás.

Prosigue (2009:43): Ya estamos viendo que los usuarios generan sus propias historias y noticias en un futuro, no muy lejano, gran parte del contenido informativo está generado por no profesionales, por ciudadanos.

Ciudadanos que se vuelven periodistas sin haber estudiado algún curso sobre periodismo profesional están proliferando, el contenido generado por estos periodistas ciudadanos tiene que poseer cierto grado de credibilidad, ya que por más información que presente un ciudadano, tiene que tener fundamentos para que sea aceptado y tomando en cuenta por la demás audiencia.

Esta reputación informativa se crea con el paso del tiempo y con la información generada, la credibilidad de lo publicado depende, en gran medida, de quién publica esa información, no de para quién se publica.

Entonces el periodista no profesional es el responsable de ganarse cierto grado de credibilidad y reputación, ya que las personas que estarán viendo la nota se darán cuenta del profesionalismo que maneja el periodista no profesional y si la información es verídica, ya que la credibilidad no depende de la demás audiencia, sólo de una persona.

Al Respecto, Morataya (2015) asegura:

“Bueno esto parte a partir del surgimiento de las redes sociales, estas redes lo que nos han dado es un canal vacío en donde potencialmente todos nos podemos comunicar con millones, pero si por ejemplo yo, usuario de Facebook no quiero utilizarlo para hacer periodismo ciudadano sino lo quiero para entretenerme, para eso lo uso.

Hay organizaciones, por ejemplo en Guatemala, que sí usan el Facebook como parte de ese periodismo ciudadano, ahora, lo que he notado es que estas páginas nunca logran explotar y al decir explotar, me refiero a que no han alcanzado los 60, 70, 80 o 100 mil seguidores, si usted chequea por ejemplo, Emisoras Unidas, Tele Diario, Prensa Libre, todos han alcanzado más del millón de usuarios que los siguen, mientras que las cuentas de estas organizaciones de periodismo comunitario o ciudadano no pasan de 5 mil o 10 mil usuarios, entonces creo que el periodismo ciudadano mejor, es el que hacen los usuarios cuando en un determinado momento, encuentran un tema, lo discuten, lo redactan y lo postean en su muro y otra gente lo agarra, toma ese contenido y lo empieza a compartir. Concluía el experto en Redes.

Uno de los logros más importantes de la participación de los ciudadanos en la generación de noticias es que, desde algunos proyectos, se está ayudando a cambiar el mundo.

Esto quiere decir que, además de solo informar, las personas cada vez más creen y le dan importancia al periodismo ciudadano ya que esperan noticias de su país, ven al periodismo ciudadano como conciencia ciudadana, que está al tanto de todo lo que sucede, la audiencia en el siglo XXI se da cuenta qué medios pueden estar desviando información para tapar diferentes notas relevantes para la población.

Por lo que el periodismo ciudadano nace para el ciudadano y las redes sociales le dan un impulso más al compartir esta noticia con los demás, llega a varias personas de forma viral que toma cierta fuerza para informar a la población y educar cada vez más, si es el caso de querer enseñar a través de las redes sociales.

4.85. Ficha técnica del periódico Prensa Libre y su incursión en la e-comunicación

Prensa libre ha sido un periódico de importancia desde sus inicios ya que ha venido a revolucionar la manera de comunicar a los guatemaltecos lo que ha acontecido en los últimos 64 años, es importante conocer cómo este periódico se forma y las bases que lo integran.

Se puede mencionar a sus fundadores, don Pedro Julio García, Álvaro Contreras Vélez, Salvador Girón Collier, Mario Sandoval Figueroa e Isidoro Zarco Alfasa. Hoy día, sus dirigentes son descendientes de los primeros. Prensa Libre imprimió su primer ejemplar el 20 de agosto de 1951, constaba de cuatro páginas de anuncios

y ocho de lectura. Asimismo, se puede mencionar que las primeras suscripciones valían Q1, y el primero en comprarla fue Salvador Molina, entonces administrador del Teatro Capítol, quien la adquirió por un año.

En aquel entonces, Prensa Libre tenía un tamaño promedio entre el tabloide y el conocido como sábana. El tiraje oscilaba entre los tres mil y cuatro mil ejemplares, a un precio de cinco centavos cada uno. El lugar: las instalaciones de Nuestro Diario, un medio de prestigio y tradición que por razones políticas dejó de ser independiente.

Pero, quienes luego fundarían Prensa Libre entonces colaboradores de aquel periódico, no compartían la visión del gobierno de turno, por lo que, mediante el ejercicio periodístico, tomaron una actitud desafiante. De esa manera nació Prensa Libre, que en aquellos primeros años fue un medio vespertino y que surge con una visión ampliamente contraria al sistema de aquel entonces, de ahí su eslogan, -periodismo independiente, honrado y digno-.

Sus primeros ejemplares salieron de la Imprenta Iberia, propiedad de Rodríguez. Así fue hasta 1953, cuando este diario trasladó su sede a una casa propia, en la 9a. avenida y 13 calle, también en la zona 1 capitalina, donde se encuentra hasta hoy. Allí ya se contó con una editorial propia que constaba de una prensa plana, un linotipo, un taller de fotograbado y oficinas. Extraído de <http://www.prensalibre.com/hemeroteca/64-aos-de-periodismo-independiente-honrado-y-digno>. Fecha de recuperado: 07/03/ 2014.

Este periódico, desde sus inicios, tuvo la característica de estar a la vanguardia y hablar las cosas claras, las que no están a la vista de las personas. Prensa Libre en el área impresa cuenta con diferentes secciones como:

- Edición diaria de Prensa Libre
- Clasificados
- Deportes

- Espacio Inmobiliario
- Revista Espacio Inmobiliario
- Aula
- Formalibros
- Mujer
- Revista Amiga
- Vamos de Compras
- De Todo
- Weekend
- Via Libre
- Casa Propia
- Revista Mundo & Motor
- Manitas
- Chicos
- Sociedad
- Don Balón
- Revista D
- The New York Times (sólo días domingo)

Con esta estructura, cobra vida el concepto que para el periodismo aporta el doctor Carlos Interiano, ex Director de la Escuela de Ciencias de la comunicación. El periodismo es la rama de la comunicación social destinada a informar al público sobre un asunto que le interesa o afecta, ya sea en forma positiva o negativa (Interiano, 1994:9).

Como menciona este autor, el periodismo es el encargado de hacer llegar a nosotros toda la información de diferentes aspectos de la sociedad, la afecten o no, aunque en la actualidad los guatemaltecos se han vuelto una sociedad indiferente a la información, ya que las personas no están interesadas en tener una cultura social e informarse de lo que pasa, debido a que las nuevas tecnología han desviado la atención y creado la necesidad de obtener información de manera más accesible.

Por otros aspectos socioeconómicos, la obtención de información de primera opción se de manera rápida y accesible por medio del periodismo digital, el cual es el utilizado por la web, debido a las exigencias del público, ya que en la actualidad es más segmentado y esto complica más los métodos tradicionales, los cuales han tenido que variar su forma de hacer llegar la información.

En 1996 lanza su página web, ya que es una forma contemporánea de brindar información noticiosa de interés para el público en general, pues en la actualidad, la utilización del periodismo digital hace más fácil e interactiva la comunicación de información ya que el público en su mayoría, tiene acceso a Internet y esto a su vez da una rápida captación de la información que sea del interés de la persona creando vínculos.

De manera que Prensa Libre utiliza los medios digitales para informar a su público, no solo utilizó el diario digital en formato PDF, hoy día utiliza las redes sociales para difundir la información y logra una interacción con el público. Las redes que utiliza son:

- Facebook, red social creada para la interacción de personas con otras personas que forman parte de su entorno, esta red social fue creada por Mark Zuckerber.
- Twitter es una red social la cual consta de un formato reducido a 140 caracteres de escritura para que las personas expongan sus pensamientos o ideas acerca de un tema, o compartan información de interés de los que los siguen en esa red social
- Youtube es un lugar donde se puede trasmitir videos y cualquiera puede subir o ver los videos.

Estas son redes sociales que utiliza Prensa Libre en su incursión en el medio digital ya que estas sirven para llegar al público segmentado y mantiene al periódico circulando información constante para su público, el cual puede estar segmentado en diferentes redes sociales, creando vínculos de afinidad según sea la red que

utilizan, esta es una de las tantas ventajas que se pueden obtener del periodismo digital y las cuales ha desarrollado para tener a su público en general informado.

Otra forma en que Prensa Libre ha incursionado en lo digital es la implementación de los códigos QR en las diferentes secciones del periódico y también en sus revistas como en Revista D, Chicos, entre otras.

En estos códigos se pueden almacenar diferente información, como lo son imágenes, números de teléfono y direcciones de páginas web, entre otras cosas. El tamaño del código QR varía según la información que se necesite almacenar.

El código QR, establece una relación directa a la información audiovisual, fotografías, videos (multimedia) con la finalidad de ampliar la información. Los códigos QR, permiten interacción con los receptores del mensaje, quienes decodifican el mensaje a través del software incluido en los teléfonos móviles, logrando una comunicación. (Méndez, 2014:14).

Esto permite que Prensa Libre cree vínculos con las personas y esté a la vanguardia de la información y la utilización de la tecnología en su forma de informar de diferentes temas y así poder ampliar la misma información. También almacena gran cantidad de información multimedia, ocupando poco espacio en las superficies donde aparece impreso.

La utilización de los códigos QR es de fácil acceso, ya que solo se necesita poseer un Smartphone que pueda escanear los códigos, lo cual está al acceso de las personas en la actualidad, ya que la mayoría tiene este tipo de aparatos celulares. Los códigos QR son utilizados en las páginas nacionales de la edición del 2 de agosto de 2011, se implantó por primera vez el uso de los códigos QR, para ofrecer a los lectores contenido adicional al 31 del mes anterior que se publica en la edición impresa y facilitar la navegación en la edición digital en PrensaLibre.com. (Méndez, 2014:30).

El objetivo de Prensa libre al utilizar los códigos QR de acuerdo a entrevista con el licenciado Eswin Quiñónez, editor web del diario realizada, el 23 de agosto de 2013 indicó: “es una forma de integrar contenidos multimedia a la edición impresa y de proporcionar al lector una herramienta, de acceso directo a los contenidos multimedia e interacción con los dispositivos móviles entre todas sus plataformas”. (Méndez, 2014:31).

La utilización de los códigos QR en las distintas secciones de Prensa Libre, lleva un proceso noticioso el cual se detalla a continuación, tomado de la tesis: “Planificación: donde editores y redactores planifican la Agenda noticiosa-impresa y para las distintas plataformas”.

- Búsqueda de Información: reporteros.
- Recepción de noticias: información nacional e internacional, (Multimedia) para edición digital.
- Redacción: reunión con editores para elegir el mejor contenido. Corrección y estilo: Revisión ortográfica y normas estilísticas.
- Diseño: asignación de espacios para noticias, a reporteros y editores. Infografías: planificación de infografías y foto artes que amplían las notas más importantes.
- Generar un código 2D: se selecciona el tipo de contenido y el tamaño de la imagen que desea crear y se prepara el código que se necesita.
- Edición: corrección de titulares y detalles de diseño.
- Pre-prensa: revisión de estándares de calidad de imagen (Certificación Internacional WAN.Infra).
- Pruebas de color: – para asegurar la nitidez del impreso.
- Paginación: Cada página se envía al sistema de paginación CTP y envío de PDF a página de Internet.
- Impresión: Se imprime a cuatro colores básicos: cyan, magenta, amarillo y negro.

- Contadora: los cuadernillos impresos se trasladan a una máquina contadora
Distribución: antes de las 3 a.m. los ejemplares son enviados a todo el país.
(Méndez, 2014: 31,32).

En Prensa Libre la generación de los códigos QR es por Bit.ly en una versión de paga, en la cual se almacena en una imagen GPJ la información que se quiere ampliar, se sugiere que, en los medios escritos, se utilice poco texto ya que no todos los teléfonos tienen alta resolución en sus cámaras y puede existir dificultad para que los lean, deben de ser pequeños y concisos para que la información llegue.

En la generación de códigos QR dentro de Prensa Libre se toma lo siguiente: los códigos se generan desde las mismas secciones del diario que vayan a utilizar la herramienta. Sin embargo, existe, dentro del equipo de medios electrónicos (diez personas, aproximadamente) capacitación para la generación de los códigos. La generación por sí misma no requiere de mucho tiempo, la mayor parte se consume en la planificación de contenidos para comprobar qué información será complementada con un QR y qué material llevará. (Información proporcionada en la entrevista realizada el 2013 a Eswin Quiñónez, editor Web de Prensa Libre. (Méndez, 2014:34).

Tomando en consideración este concepto, es necesario tener dominio de los nuevos códigos que aparecen en la sociedad, el profesional de la comunicación debe poseer la capacidad de generar e interpretar todos los códigos posibles. Velásquez, (2006) citado por Méndez (2014).

Lo anterior, debido a que los códigos QR son nuevos signos que aparecen, en este caso en periódicos como Prensa Libre para expandir la información y así crear una interacción ya que las personas pueden ampliar la información con estos códigos, los cuales facilitan la misma. Esto bien se puede tomar como la alianza entre el periódico escrito y el periódico digital, y esto le da la oportunidad al público de informarse ya que abarca ambos ámbitos de adquirir información.

4.86. El determinismo tecnológico de Marshall McLuhan como teoría de la comunicación aplicada

Francisco Gutiérrez, jesuita de origen español, radicado en Costa Rica, dijo: “solo los jóvenes y los poetas tienen la capacidad profética”, y refiriéndose a McLuhan, lo llamó profeta de la cuantiosa revolución tecnológica en materia de comunicación. (Interiano, 1999:34).

La irrupción de Marshall McLuhan en la investigación en comunicación, en los años sesenta, tuvo el efecto de un pequeño tornado que arrasa todo a su paso antes de desvanecerse rápidamente. La fuerza del famoso universitario canadiense, considerado a veces como el fundador de una tradición investigativa, la Escuela de Toronto, radica en que introdujo una problemática que durante mucho tiempo estuvo ausente de los trabajos de investigación de su época, la de la relación entre modos de comunicación y sociedades. (Maigret, 2005:167).

Continúa Maigret:

El medio figuraba en el esquema de Lasswell, pero la mayoría de las teorías no lo tenían en cuenta, no interrogaban la dimensión propiamente técnica de la comunicación social: El medio era una especie de caja negra que se dejaba a los historiadores de la técnica, a los ingenieros para que explicaran su funcionamiento y su difusión. (Maigret, 2005:167).

McLuhan toma prestada su idea central del historiador y economista Harold Innis a quien frecuenta en Toronto. El cambio de la organización social puede describirse como una consecuencia de la adopción de una nueva técnica. McLuhan va, sin embargo, más lejos que su inspirador, o que Marx quien sostiene en *Misere de la philosophie* que las relaciones sociales están ligadas de manera compleja a las fuerzas productivas e indirectamente a la técnica (“el molino de brazo dará a la sociedad con el señor feudal; el molino de vapor, la sociedad con el capitalista industrial”). Su teoría monocausal afirma que los medios de comunicación (entendidos en el sentido más amplio, desde los transportes hasta las artes)

estructuran las sociedades, no por motivos financieros, sino sensoriales. (Maigret, 2005:169).

Así mismo, el libro impreso vuelve más apremiante la necesidad de individualismo al imponer por su forma y no por sus contenidos, la relación personal con el saber. McLuhan opera una distinción entre medio caliente y medio frío. Un medio frío –la palabra, el manuscrito, la televisión- se define por su definición débil, en el sentido de que una imagen o un sonido contienen poca información.

Siempre tendrá tendencia a hacer participar fuertemente a sus usuarios que deberán invertir de sí mismos en aquello que les ofrece espacios de expresión; como la televisión es pobre, muchas veces se mira colectivamente, atrapa las conciencias, así mismo la palabra necesita debates que implican a cada uno... Un medio caliente –el cine, la radio o el libro- se define, en cambio, por su riqueza, por su drástica definición que casi no deja espacio a la participación del usuario, que se ve forzado por los contenidos: nos quedamos callados en el cine al igual que frente al libro.

La alteración de los medios en el transcurso de los siglos tuvo como consecuencia la división de la historia en tres períodos (división vagamente inspirada de la ley de los tres estados de Augusto Comte). La edad tribal se caracteriza por la utilización del oral y por la inmersión en un mundo circular donde la participación es intensa. La edad del impreso es la de la ruptura con la dependencia instaurada por la palabra, conduce a la linealidad, a la introspección y al individualismo. La edad electrónica, a la cual estamos entrando, es un retorno parcial a una cierta facilidad oral, impuesta por el audiovisual. (Maigret. 2005:170).

Continúa Maigret (2005:172):

McLuhan no suministra ninguna prueba para apoyar sus alegatos, razona esencialmente a partir de ejemplos históricos. Pero todos sabemos que la historia da ejemplos de todo y pruebas de nada, según la fórmula de Varely. Se puede poner un contraejemplo a cada uno de los ejemplos expresados a favor de un determinismo técnico. El desarrollo de lo impreso en Occidente

contribuyó al individualismo y al Renacimiento mientras que en China llevaba a una centralización del saber y de los poderes.

Ciertos investigadores reivindican su presencia al mcluhismo para defender la idea que Internet sería el nuevo medio que generó la “aldea global”, y se olvidan que para McLuhan la televisión jugaba supuestamente este papel por razones exactamente inversas a las que se plantean hoy en día respecto a este medio (¡se considera que la televisión es poco interactiva que aísla a los individuos!). En realidad, cada uno de estos medios participa en movimientos de globalización y de reubicación sin crearlos realmente y cada uno de estos medios toma formas sociales y nacionales cambiantes.

Maigret cita al antropólogo Jack Goody de quien dice, expresó claramente en la *Raison graphique* la dimensión determinante de una técnica como la escritura, ilustrando sus reflexiones con una comparación entre sociedades tribales africanas dotadas o no de escritura. Lo escrito tiene un soporte material y por ende, permite el almacenamiento de la información: lo que está escrito permanece, contrariamente a lo que se dice (o en todo caso, más).

Por su especialización, permite ejercicios analíticos más importantes que lo oral. Lo escrito permite desarrollar ciertas formas de pensamiento sistemático, como la clasificación en cuadros. Existe entonces una afinidad entre esta técnica de comunicación y modos de organización social, establecidos a partir de la gestión administrativa por ordenamiento y clasificación, fundados en la jerarquía entre individuos y entre grupos sociales. (Maigret, 2005:173).

Prosigue Maigret (2005:174): No siempre es fácil distinguir la escritura de los sistemas gráficos adoptados por las sociedades llamadas sin escritura. Esta es una condición de posibilidad y no una causa necesaria y suficiente para la aparición de un pensamiento “racional” (en el sentido analítico). Solo contribuye a cambios y no es la raíz de toda jerarquía “recordemos que el imperio Inca era particularmente

jerarquizado... pero no conocía lo escrito, simplemente técnicas de cálculo con cuerdecillas”.

La historiadora Elizabeth Eisenstein, quien realizó una encuesta extensa sobre las relaciones entre desarrollo de lo impreso y sociedades occidentales que invalida muy ampliamente el causalismo de McLuhan, aun cuando parte de sus propias premisas. Para ella, igual que para el universitario de Toronto, la irrupción de la galaxia de Gutenberg en la Europa del siglo XV se tradujo en modificaciones de esquemas mentales (lo impreso favorece la apertura sobre el mundo y establece una relación personal con el saber) y en la creación de procesos acumulativos e irreversibles, pruebas del impacto de la innovación.

Otro ejemplo, lo impreso favorece la programación de lo escrito de la república de las letras, pero igualmente la programación de la imagen, de las láminas ilustradas para la programación de la imagen, de las láminas ilustradas para fines cultos, religiosos pero también lúdicos.

4.86.1. ¿Dónde se detiene la técnica en el determinismo tecnológico?

En el fondo no existen sino tres maneras de concebir las relaciones entre técnica y sociedad. La primera consiste en imbricar completamente los dos niveles, en presentar lo social como el reflejo de la técnica, incluso en confundir mecanismos instrumentales y humanidad. Aquí el determinismo técnico alcanza a las corrientes cibernéticas más científicas, más inocentemente atadas a la asimilación del mundo de los hombres al mundo de las máquinas.

La segunda solución es la del idealismo o del espiritualismo, del desprendimiento absoluto del espíritu en relación con la materia que no es mucho más satisfactorio que la solución materialista, que presenta la técnica como una simple fuerza al servicio del hombre.

Es cierto que lo social y la técnica se pueden leer indiferentemente partiendo de un polo hacia otro, pero esto se paga entonces con contradicciones insuperables: Las técnicas producen valores pero se acomodan a múltiples valores contradictorios, los hombres escogen sus instrumentos pero son forzados por éstos.

La tercera solución que abre el camino de una ciencia social, consiste en el reconocimiento de un grado de independencia, o más precisamente, de indiferencia del mundo humano respecto a la técnica. No es una solución mediana porque postula que el espíritu es un instrumento, a la vez, que se reconocen capacidades más elevadas o de otro orden que las solas capacidades reconocidas a los objetos llamados técnicos. Esto se puede expresar de varias maneras.

Las ciencias cognitivas, que postulan la asimilación del cerebro a un instrumento muestran que existe un punto de fuga, un límite a este postulado, este punto es el que hace posible la dinámica cultural y política. La sociología de Touraine insistió particularmente en esta dinámica del cambio explicando que “las sociedades no se definen por su funcionamiento, sino por su capacidad de transformarse. (Alain Touraine, *Pour la sociologie*, 1974), citado por Maigret (2005:176-177).

La indiferencia de los hombres respecto de la técnica, se puede expresar finalmente en términos ontológicos, con el filósofo Bruno Latour (“*La fin des moyens*”, 2000), que aboga a la vez por una no-separación de los objetos y de los humanos y por una diferenciación de los modos de ser.

Prosigue Maigret (2005:179):

McLuhan cambió de opinión con la llegada de la televisión, que como sabemos le pareció revolucionaria y se acercó a Wiener, a quien leyó y cuyos presupuestos teóricos y tecnófilos comparte, particularmente la idea de que la máquina inteligente puede ayudar al hombre.

Esta adhesión a la cibernética y los exuberantes análisis que siguieron no deben ocultar una perspicacia en su reflexión sobre las técnicas que lo llevan en la vía de la tercera solución, que hemos evocado más arriba. Según James Carey, McLuhan nunca considera las técnicas como puras fuerzas físicas y ubica la cuestión de los medios mucho más allá de la transmisión de los mensajes o del modelado de las facultades humanas mediante objetos materiales.

Los medios son a la vez, prolongaciones y encarnaciones de la mente y por lo tanto, manifiestan sentido. La herramienta es más que un medio, es una prótesis de la mano, del ojo, de la voz y más allá, del cerebro. Es entonces un texto, un sistema de interpretaciones y no solamente un sistema de exigencias recíprocas entre lo social y lo material.

Continúa la autora:

Confrontarse a un medio implica volver a todo lo que hace el tejido de las negociaciones humanas. Es así como a la pregunta clásica sobre la influencia del medio sobre las culturas, siempre aguda en el contexto canadiense: “¿Qué pasará al contenido canadiense de la televisión si la cultura popular venida del otro lado de la frontera se vierte sobre nosotros?”. McLuhan contesta: “Si son los canadienses los que miran, el contenido es canadiense”. Extraña respuesta que le vale ser considerado por Elihu y Ruth Katz como una de las fuentes de los Cultura Studies, a pesar de su ingenuidad respecto a las funciones de poder que cumplen los medios. Maigret (2005:180).

Finaliza Maigret el capítulo sobre el determinismo tecnológico propuesto por McLuhan con lo siguiente:

Finalmente, la locuacidad y la fuerza de convicción de McLuhan, su optimismo respecto a los nuevos medios de su tiempo, su interés por la estética que transmiten, su rechazo a las divisiones entre cultura popular, cultura de masas y cultura elitista, consideradas en adelante como interrelacionadas, jugaron también un papel de primer orden en el hecho de que los medios llamados de masas la tomaran en cuenta como una cultura de pleno derecho.

Al ponderar el mérito de la revolución electrónica, por razones que muchas veces se pueden considerar como malas, al celebrar las nuevas formas del arte cotidiano y de la reproducción de los objetos, McLuhan legitimó una mirada sobre los medios masivos en una época en que reinaban la teoría crítica y el descrédito general.

El determinismo tecnológico se desvaneció, entonces, con el tornado McLuhan; habrá que esperar los años setenta y ochenta con la informática y luego los años noventa con el Internet para que vuelva a la vida como el Ave Fénix pero McLuhan habrá finalmente contribuido a una visión de la comunicación en términos de cultura por la sobreestimación misma que hacía de la importancia de los medios electrónicos.

4.86.2. El mensaje es el medio

Siguiendo con los preceptos presentados por McLuhan, éste acuñó en su teoría de que el mensaje era el medio y que éste llevaría consigo de forma implícita un conocimiento, el que se transmitía y el que buscaba de alguna manera crear un efecto en el receptor. McLuhan, citado por Díaz (2012:42) expone que cada una de las épocas se ha caracterizado por un medio masivo de comunicación, en donde éste resulta la llave clave de la civilización, en su forma de actuar y comportarse tanto en el nivel individual hasta el nivel global.

4.87. Teoría de la Comunicación Alternativa

Varios son los estudiosos que remarcan la no existencia de una definición clara de lo que es la comunicación alternativa, sin embargo los hay quienes dicen que ésta es la contraparte referente a los medios tradicionales, esos que están controlados por la clase dominante.

Interiano (2001:70) dice que lo alternativo está determinado por el criterio económico, político y de mercado que utilice el emisor, así como el perfil específico y predeterminado del receptor.

En esta teoría entonces y basados en el aporte del experto, se pueden incluir tanto los medios tradicionales, los escritos o impresos, incluso la televisión y la radio y también los medios digitales, en donde convergen justamente lo escrito, lo auditivo y lo visual, todos englobados por lo que se ha dado en llamar multimedia.

Si bien el Internet es ese motor que mueve una nueva forma de comunicación, más dinámica, más ágil y más completa, también lo es el hecho de que ha dado paso a la creación de nuevos canales que permitan trasladar el mensaje, denominado por McLuhan como el medio.

Interiano (2001:71) dice que el resultado de la acción de un grupo en el proceso de recolección, elaboración, transmisión y recepción de los mensajes, lo alternativo lo significa también el receptor. Surge aquí el criterio de la comunicación horizontal y circular para los mensajes colectivos en contra de lo vertical y lo autoritario de los mensajes masivos.

La interactividad que ofrecen los medios, actualmente es a la que se puede aplicar lo preceptuado por Interiano (2001:71) cuyo aporte de los medios digitales al periodismo y a la comunicación como tal es la horizontalidad que se le da a la comunicación, excluyendo la verticalidad impuesta por los medios tradicionales.

4.88. Teoría de la Comunicación Digital Interactiva: Hipermediaciones

La hipermediación es un proceso de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. (Scolari, 2008:113,114).

Esta teoría no ha sido desarrollada del todo, pero en ella se indica que los medios están evolucionando constantemente, esta evolución considerada de dimensiones históricas, comparable a la revolución industrial y posteriormente a la imprenta, pero con un aporte extra, la inmediatez de la globalización de la comunicación, aportes que no tuvieron esas nuevas tecnologías de esas épocas.

En esta teoría, encuentran sustento gran parte de los comentarios vertidos por los entrevistados, todos profesionales del periodismo. Scolari (2008:31) expresa además que los medios tradicionales son considerados solamente como medios de información, pero por la evolución de los medios tecnológicos, va surgiendo la interacción, elemento que da vida al proceso de la doble vía y altera considerablemente la manera incluso de hacer periodismo por las empresas que a eso se dedican.

Esta teoría de la comunicación a la que se le ha dado en llamar como “Tecnología Digital Alternativa” es parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, se ha expandido considerablemente. Se han creado redes y sistemas en los cuales se dan procesos e intercambio de información y comunicación entre un emisor y varios receptores o varios receptores a un emisor de forma digital, dándose de ésta manera un proceso de retroalimentación viva.

Scolari (2008: 31 y 32) indica:

Este nuevo sistema de comunicación es difícil compararlo con las tradicionales teorías de la comunicación masiva. La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos ya no basados en la lógica del broadcasting sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas. Aplica pues a la presente investigación, donde se pretende establecer ese proceso evolutivo y los cambios que el periodismo ha tenido por la incursión de recientes tecnologías de la comunicación e información.

4.89. REFLEXIONES FINALES: Conclusiones de capítulo

Para aterrizar nuestras ideas referente a éste capítulo es necesario aclarar que la comparación de algo es válida en tanto ese algo sea comparable con otro similar, y que, comparar es incluso considerada una técnica de medición establecida por el propio Jackes Kayser, máximo exponente de la Escuela Francesa, quien dicta además los pasos para aplicarse dicha técnica y extraer con ella un resultado final en cuanto al avance, detención, o retroceso de algo, particularmente en cuanto a lo que a la actividad periodística se refiere y ésta, plasmada en los medios impresos.

A lo largo del presente capítulo, se han presentado una serie de imágenes a manera de ejemplo de cómo los medios tradicionales, aquellos convencionales que la sociedad estaba acostumbrada a ver, leer o escuchar antes de que entraran a regir una serie de redes sociales producto del surgimiento mismo del internet, en ellos, se ha podido observar la manera en que son tomadas estas redes por los medios tradicionales, en una forma poco seria y hasta irresponsable, los mismos utilizan sus logotipos en sus cuentas oficiales y éstas a su vez son utilizadas a manera de juego, lo que se refleja en el tipo de escritura e incluso hasta de hecho publicado.

Como bien se dijo en lo referente a la deontología periodística, el ejercicio de la actividad periodística, debe regirse por una serie de normas profesionales y éticas, mismas que se muestran ausentes en las publicaciones que estos medios tradicionales e incluso periodistas considerados profesionales publican constantemente, que en comparación con las publicaciones de ciudadanos que no

están dentro del ejercicio periodístico, se observa una clara ventaja en la escritura de estos últimos en comparación con los primeros. (ver imagen No. 17)

La frase “un mal médico entierra sus errores, un mal abogado encarcela sus errores, empero un mal comunicador publica sus errores”, cobra beligerancia en estos tiempos en que las redes sociales se han convertido en esos medios incontrolados, utilizados como canales de expresión y considerados por otros como la banqueta, otrora plaza en donde convergían las vecinas del barrio a criticar a cuando transeúnte pasaba por frente de ellas o bien para enterarse de la vida íntima de los vecinos del barrio.

Como se citó en párrafos anteriores, el trabajo periodístico tiene consecuencias más perceptibles en la sociedad que el de otras profesiones. Cualquier información dada por un periodista puede hacer estragos en la reputación de cualquier persona o institución, provocar pánico, todo depende de la forma en que se utilice esta información, pero ésta irresponsabilidad mediática, gracias al surgimiento de las TIC, y con ellas el de las redes sociales, se traslada ahora a cualquier ciudadano, que desde su unidad móvil juega o por lo menos pretende jugar el papel de un comunicador social, hasta ahora, formado en las aulas universitarias del país, aunque los propios medios de comunicación tradicionales menosprecien la profesión.

“Es por esta razón, que como todas las profesiones, el periodista debe seguir una serie de normas para la correcta transmisión de información, entre las más importantes podemos mencionar: la difusión estricta de información fundamental, no incluyendo datos imprecisos o no contrastados que pueden atacar la dignidad de la persona; rectificar con cuidado y prontitud toda información para no caer en falsedad, respeto por el *Off The Record*”, dicta uno de los entrevistados en este trabajo, sin embargo, si en el pasado estos preceptos eran poco respetados por los periodistas y medios tradicionales, menos lo serán ahora, que las redes sociales son incontroladas y que, por lo menos en el país, nada se ha legislado al respecto,

dando así origen al surgimiento de millones de cuentas en redes sociales consideradas como “cuentas falsas”, desde donde se pueden violentar todos y cada uno de los elementos enumerados con anterioridad por el propio Juan Luis Font.

Deben pues prevalecer en las redes sociales las diversas fuentes de la deontología periodística, particularmente la fuente moral, que es el orden que debe poseer un comunicador en cuanto a la conducta permitida por la sociedad y la humanidad, la fuente humanística es la que define al humano como átomo de la sociedad, el que posee derechos, obligaciones; la fuente política, ya que el ser humano por naturaleza es un ser político, en relación a acciones en pro y contra de ciertos factores que amenacen a este como individuo o como colectivo.

Dicho lo anterior, queda claro que los preceptos enunciados aplican tanto a aquellos ciudadanos periodistas, formados en las diferentes aulas universitarias, que laboran o no en un medio de comunicación, como también a cualquier ciudadano, pues son preceptos aplicados al ser humano en general. Ello conlleva que cualquier persona desde su terminal móvil, una computadora o bien una tableta, pueden presenciar un echo, documentarlo gráficamente y publicarlo en el instante. Informar es un hecho inherente al ser humano, y hacerlo es ejercer ese periodismo en su calidad de ciudadano.

Los errores ortográficos, esa mala redacción periodística la conservan todos, incluso los que laboran para los medios tradicionales, la diferencia entre los que publican en dichos medios con los que publican en las redes sociales (que muchas veces son los mismos periodistas) radica en que, en estas salas de redacción formales se cuenta con un corrector de estilo, quien no deja publicar nada sin haber sido minuciosamente revisado y corregido. En las redes sociales no se cuenta con este tipo de filtros y muy por el contrario, quien publica es el dueño de su medio, cuenta con la inmediatez de hacerlo y, sin pensarlo dos veces, lo hace, publicando así muchas veces, sus errores, como bien lo dicta aquella frase antes aquí citada.

En cuanto a las teorías aquí fundamentadas es necesario recordar que las mismas también fundamentan el trabajo presentado en estas hojas, aquí McLuhan fue lejos en cuanto abordar tres maneras de concebir las relaciones entre técnica y sociedad. Las mismas fueron empleadas para comparar justamente esas dos partes de la sociedad que informa, la profesional o por lo menos, la que más conocimientos tiene sobre la estructura periodística, con la que ignora las mismas pero que aún así publica hechos noticiosos en las redes sociales como su medio de difusión y que en ocasiones lo hace más profundo, más exacto, más correcto y más profesional que quienes sí han tenido la oportunidad de transitar por la academia periodística.

La técnica como bien lo dice este experto, consiste en imbricar completamente los dos niveles, en presentar lo social como el reflejo de la técnica, incluso en confundir mecanismos instrumentales y humanidad. Aquí el determinismo técnico alcanza a las corrientes cibernéticas más científicas, más inocentemente atadas a la asimilación del mundo de los hombres al mundo de las máquinas, que esta quedando más que evidente, al observarse que la humanidad le apuesta a seguir en el mundo de las máquinas y la tecnología, dejando de lado lo convencional.

Finalmente aceptamos que la tecnología, las redes sociales y cuanto invento venga a surgir en los próximos años definitivamente cambiará al periodismo, la forma de hacer periodismo y a las personas que lo ejercen creando así lo que algunos expertos como Interiano (2001:70) conocen como comunicación alternativa y quien asegura que lo alternativo está determinado por el criterio económico, político y de mercado que utilice el emisor, así como el perfil específico y predeterminado del receptor.

PARTE IV
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

CAPÍTULO 5

Presentación y análisis de resultados

Una de las partes torales de este trabajo investigativo sin duda alguna lo constituyen las opiniones de expertos en la materia periodística, donde ellos han bregado en las últimas dos décadas y han sido fieles testigos del vertiginoso cambio que para el ejercicio periodístico y para el periodismo como tal, ha significado el surgimiento de las TIC.

En las siguientes páginas se describe la opinión que sobre tres interrogantes, cinco expertos en la materia aportan a la presente investigación, las mismas son plasmadas por medio de la técnica de la entrevista estructurada y redactadas de una manera tal, que se extrae su convergencia de opinión y criterio, todos coinciden en el surgimiento de un nuevo periodismo, aunque unos aun no dan por sentado que éste sea real o por lo menos, formal y de qué manera ven incluso a las redes sociales.

Los entrevistados coinciden que, efectivamente el periodismo ha evolucionado con el surgimiento de nuevas tecnologías informáticas, particularmente desde el surgimiento de la computadora, pasando por la implementación del Internet y culminando con el surgimiento de las redes sociales, las aplicaciones inteligentes y finalmente, la evolución de la telefonía móvil que de la análoga vertiginosamente cambió a la digital.

Aseguran que el periodismo se ha enriquecido mucho, no sólo por instrumentos y mecanismos para lograr captar mejor e ir más a fondo con la información, extraer información importante de bases de datos, conseguir datos relevantes de prácticamente todo el globo sentado frente a una computadora desde Retalhuleu y poder hacer todo desde ese computador en mucho menos tiempo de lo que implicaba antes.

Pese a las grandes bondades, también ha traído cambios culturales perniciosos que van en detrimento del periodismo, por ejemplo, ha hecho a las audiencias codiciosas o muy demandantes, cada vez que, más información fluye debe ser más llamativa, más atractiva, puesto que estas audiencias cada vez están menos dispuestas a prestar atención a notas profundas y largas, cada vez más sensacionalismo y menos seriedad y reflexión.

Aun con ello, el periodismo como tal, es decir, en su espíritu nato que es trasladar un hecho noticioso a determinada audiencia por determinado canal sigue ejerciéndose, es decir, el periodismo impreso sigue ejerciéndose como periodismo impreso, la radio sigue ejerciendo como periodismo radiofónico, igual la televisión, entonces lo que hay es una nueva forma de hacer periodismo, que es a través de la tecnología, entonces, talvez si se podría hablar de evolución en ese sentido, pero no está dejando atrás las prácticas periodísticas, sino que está ampliando la forma de hacer periodismo, de los instrumentos, de quienes incursionan en esta actividad.

Los cambios que ha experimentado el periodismo vienen en varias líneas según los expertos. Una de ellas, la primera es interna, se ha facilitado mucho la recolección de información, el acceso a la información, el acceso a las fuentes de información de los gobiernos y de la administración de la cosa pública, a la cual la misma tecnología permite ese acceso.

En Guatemala una puerta que se abrió en tal sentido en el año 2008 fue la promulgación de la Ley de Acceso a la Información y un segundo paso, en la administración de los gobiernos centrales lo constituyó la creación del portal del gobierno denominado www.guatecompras.gob.

En el lado externo, se ha propiciado la aparición de medios digitales, que no necesariamente son baratos si procuran hacer periodismo de profundidad o de investigación. Sí son mucho más baratos e implican mucho menos logísticas que un medio tradicional como el impreso o el televisivo, lo que ha generado la

proliferación de medios en lo digital, tanto de periodismo tradicional, es decir, que ocupa las técnicas habituales y que procura hacer periodismo de investigación pero también las otras páginas, que no necesariamente reúnen los requisitos de un medio de comunicación de calidad.

El cambio evolutivo del periodismo lo constituye también la forma de consumir la información. La tecnología siempre ha modificado al periodismo y por ende a las audiencias del mismo. Han cambiado muchas cosas, ha cambiado la industria, ha cambiado la forma de conseguir la información y ha cambiado la forma de entregar esa información a los usuarios. Partiendo de que la tecnología siempre ha cambiado al periodismo no se puede hablar entonces de nuevas tecnologías sino, tecnologías modernas, puesto que, nuevo fue el fenómeno de la imprenta en su momento o la invención del papel si se traslada más atrás en la historia y esas nuevas tecnologías de entonces, también evolucionaron y revolucionaron al periodismo.

Todos los periódicos en un computador y a tan sólo un clic

Otro de los cambios significativos es el acceso a tantos medios como países desee el internauta, nombre que sustituye al de lector o al de audiencia, pues navegará por la red de Internet y visitará el país que desee y consultará el periódico que quiera. “En Guatemala, un antecedente de ese periodismo de ayer lo simboliza el entonces hotel El Dorado, hoy conocido como Barceló, allí había una tienda donde vendían periódicos extranjeros, era la única forma en que se podía conseguir por ejemplo “El país, de España” que lo llevaban los fines de semana, “El New York times” con alguna regularidad. Hoy día si una persona quiere consultar el “China Dailying News” el periódico que se publica en China que tiene su versión digital, se puede adquirir gratis, en instantes, y eso cambia la dinámica de la profesión del periodismo también”, puntualiza Arroyave.

El periodismo de hoy entonces, fue una evolución de las TIC, pero seguirá conservando su esencia de veracidad, la misma tecnología da también la facilidad

de corroborar lo que se lee en el Internet y sobrevivirán aquellos medios que se ganen a pulso la credibilidad del visitante. En la actualidad, es mucho más fácil corroborar una historia, corroborar una fuente, asegurarse de qué tan cierto es lo que se dice.

A la interrogante, ¿Consideran ustedes que el formato periodístico pudo haberse transformado con las TIC? Los estudiosos establecieron un formato periodístico para presentar la noticia a los receptores, en su momento, denominado audiencia. El surgimiento de las TIC hizo evolucionar al periodismo y éste a su vez, a los lectores, empero, de igual manera, ese formato periodístico en el que se estipulaba la Pirámide Invertida y la respuesta paulatina a varias interrogantes, denominadas en el sistema anglosajón como las 5W´s también tuvo una alteración, así coinciden los entrevistados.

En términos generales, éste fue alterado cuando se ve que está desarrollando una cultura que quiere más entretenimiento que información y que conduce en general a que el periodista se vea a sí mismo como el responsable de una *performance* o de una situación más que como el instrumento de búsqueda de una información útil y valiosa para la sociedad.

Sí se alteró, porque en primer lugar, la forma de leer es diferente, es decir, hay un montón de factores que influyen en la lectura y la lectura influye en la forma de plantear los contenidos, es decir, cómo se van a presentar. Al principio, se trasladaba toda la información del impreso a la web, lo que perduró por muchos años, era la información principal y de forma escaneada, incluso en el formato PDF, que permitía ver en la pantalla el periódico íntegramente a como estaba el impreso.

El formato periodístico ha ido evolucionando precisamente porque el medio no es el impreso, el impreso está hecho para que la persona se siente, vea y lea el todo, en cambio en el digital, la gente va directamente a lo que quiere, no se tiene por ejemplo

distintos tamaños de titular o lo que se conoce como jerarquización de la noticia, es completamente diferente y responde a las necesidades del ojo humano.

Sin embargo, lo que han facilitado todas estas nuevas tecnologías es la posibilidad de hacerlo de una manera más rápida, permite desarrollar técnicas que eran bastante más propias de las ciencias sociales, como el análisis de redes, análisis geográficos. El nuevo formato también exige que nos especialicemos en esas áreas, quienes mantienen la esencia del periodismo clásico pero utilizan las tecnologías de la información y la comunicación, tienen muchas más posibilidades y alcances que otros, que no utilizan la tecnología y que no adaptan el formato que estas ofrecen como plantilla propia.

Una cosa que debe quedar clara es que los formatos siempre se han modificado dependiendo del medio, o plataforma en el que se publica. El periodismo se tiene que adaptar las diferentes formas de contar la historia, sobretodo lo nuevo, es decir, las plataformas móviles. La mayoría de gente busca todo el tiempo información completa, tangible, clara y cada vez con más interactividad, un ejemplo es la inclusión del video. Estas son como las tendencias multimedia. La información en teléfonos móviles, el influjo del video y el poder de las redes sociales son unas de las tendencias más fuertes ahora que sin lugar a dudas, alteran el formato tradicional.

Según Canjura, editora de *nómada*, el 80% de sus usuarios tiene Facebook, las redes sociales juegan un papel determinante en la distribución de la información como plataformas de diferente información, canales de distribución. Ese 80 por ciento de sus usuarios consultan *nómada* desde el móvil, entonces el teléfono ha venido a evolucionar la manera en la que uno consume cualquier tipo de producto, no solo información, eso también ha influido en la alteración del formato tradicional.

“Todos los avances tecnológicos que hemos ido teniendo a lo largo de estos 10 años, nos han acostumbrado a querer información ya, nosotros no podemos esperar a que cargue la página. El problema en Guatemala es no tener la infraestructura

para tener una banda ancha rápida, en general en Guatemala el Internet corre lento. En lugares como México o en los Ángeles que es en donde yo he podido estar, al comparar la velocidad de navegación es mucho más rápido que acá. Hay muchos formatos y aplicaciones que te permiten trasladar tu contenido a esas plataformas para hacer el trabajo más rápido. La manera en la que conseguimos información actualmente es completamente diferente gracias a las TIC”, asegura.

El tiempo es un factor significativo del cambio. Actualmente si se está leyendo un artículo y dura más de 10 minutos, aburre y ya no se sigue leyendo y eso es algo que siempre ha ido cambiando en el periodismo, ya que si en el *Lead* y ahora en 10 o 15 segundos no se capta a la gente, no la va a cautivar nunca.

A diferencia del formato digital, en el formato tradicional si se publica algo impreso no se sabe quién lo leyó, cuánto tiempo se quedó el lector en la página, ni como interactuó con esa información. En cambio en una plataforma con la ayuda de un celular o la computadora el “Hizo clic en determinado artículo” permite hacer un conteo o establecer cuánto tiempo se quedó consultando ese sitio o leyendo ese artículo.

Se sabe que interactuó con la información porque estuvo en lectura de ese artículo por tal cantidad de tiempo. Hay programas que permiten obtener información en tiempo real de quien está interactuando con el contenido, cuánto tiempo estuvo ahí, quien es, se puede interactuar con la información de los usuarios en tiempo real y eso es algo que con el medio impreso no se puede obtener.

Conclusión:

El formato periodístico ha variado abismalmente en dos sentidos, la capacidad de interactuar con el internauta, el proceso de la doble vía y la medición para los medios de comunicación que establece la capacidad de llegar a más lectores. La incursión de la multimedia permite al medio o al periodista escribir menos, en tanto que el

internauta puede deleitarse viendo un video o escuchando una nota, algo imposible para el medio escrito.

La rapidez, la inclusión de la multimedia y el proceso de interactividad que da vida a la doble vía en la comunicación, hacen que se vaya olvidando la Pirámide Invertida, en tanto que de aquellas 5W's vayan quedando para el reportero respetar el qué y el cuándo, mientras que el cómo, dónde y de qué manera, van quedando bajo el formato propio del video o del audio.

Por otra parte, a la interrogante sobre este formato, el que establece la Pirámide Invertida, así como con las interrogantes que se deben responder, planteada a los teóricos de la siguiente manera, ¿considera usted que también ha sido alterado por la incursión de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC? Ellos responden que en relación a la conclusión de la pregunta anterior, coinciden en que definitivamente ha variado incluso hasta el diseño de un periódico, el cual en el impreso se mide por pulgadas columnares, tal cual lo estableció el francés Jackes Kayser, quien formuló el análisis morfológico del medio y quien introdujo la disección es decir, disgregar el medio impreso por partes para luego convertirlo en un todo. Hasta hoy, es el formato de estudio que rige a los periódicos impresos y el resultado de esta investigación llevó al establecimiento del Diario Francés, y al establecimiento de la Escuela Francesa comandada por Kayser.

Definitivamente, en el nuevo formato se ha reducido todo, se hace mucho más rápido; el período de tiempo que la gente quiere prestar atención es bastante menor, aunque en términos generales por su puesto, la pirámide invertida sigue siendo un instrumento válido e indispensable, pero sí ha variado la estructura, puesto que ya no se requiere responder a todas las interrogantes, pero sí debe existir la forma tradicional del lead, el cuerpo y el cierre.

Aunque ha variado y la estructura se respeta, ésta cobra vida por medio de los enlaces o links que permite la misma tecnología, ya que los estudios e-track establecen que debe conservarse, por eso los medios electrónicos, tienen que...

(en relación a la conservación del formato tradicional) ..., pues el lector de Internet y todos los lectores en general, lo que buscan es informarse en el menor tiempo posible; esto lo consiguen en el formato de las redes sociales, pero al querer profundizar debe pinchar en el link o enlace y ahí encontrará la información desplegada, la cual debe presentarse en ese formato tradicional.

Alterarse el formato periodístico tradicional, es decir, seguirse utilizando la Pirámide Invertida, dependerá, sin embargo, en gran medida de quién ejerza el periodismo, hay quienes mantienen la esencia del periodismo clásico pero utilizan las redes sociales o las diferentes tecnologías de la información y la comunicación tendrán mucho más retos, uno de ellos es conservar siempre el esquema de los teóricos de antes. Las modernas TIC lo permiten, entonces el esquema debe conservarse para mantener la estética requerida por el periodismo y a un lector bastante cautivado.

“Plaza Pública, fue el primer medio nativo digital; este medio nunca pretende limitarse a responder las 5W’s en su lead. Claro que hay información clave que se tiene que trasladar, pero es más importante que conservemos otros valores del periodismo, más que las 5ws, como el rigor en la información, que respetemos los hechos, que la inmediatez no nos distraiga de la veracidad.

Que no por ser más rápidos seamos menos precisos, porque hay una competencia enorme, porque usted tiene cinco mil medios que están en el Internet, todos queremos estar ahí primero, pero lo más importante es que nos recordemos que tenemos que estar bien, que tenemos que llevar la información correcta en la infraestructura exacta”, puntualiza Naveda, actual Director en jefe de ese medio electrónico.

Pero en realidad, coinciden algunos analistas que ha cambiado el formato porque las 5W’s al final del día son premisas para contar una historia, y la manera en que el ser humano cuenta historias es prehistórica, eso es algo que funciona porque así está construido el ser humano. Nunca nada va a cambiar aunque salgan todas las

tecnologías del mundo, pero al final del día son creadas por seres humanos y siempre van a estar alrededor y alineadas de cómo entiende y percibe el ser humano su entorno, de esa forma la vida misma se complica menos y se hace más fácil.

Twitter una de las redes sociales más exitosas que ha servido mucho al periodismo, es también un campo de entrenamiento para sintetizar las ideas, para entender fácilmente qué es la esencia de algo. Depende mucho de la historia, el tiempo, el contexto y de lo que se quiera decir y cómo decirse en 140 caracteres, no se puede decir que en Twitter solo se va a utilizar ciertas preguntas, se dirán las que el contexto requiera de acuerdo a la situación y a quien se habla. A pesar de que la idea sea la misma, la forma de transmitirla siempre será diferente. No hay fórmula que diga qué decir en Twitter ni en qué momento, dependerá mucho de la audiencia a la que se habla.

“Uno de mis maestros me hizo en una ocasión cierta analogía, muy acertada y me gustó mucho, decía que Facebook es a la Televisión lo que Twitter es a la Radio. Es decir, se tiene más oportunidad de ver un anuncio en la televisión que escuchar un anuncio en la radio, porque el anuncio en la radio es circunstancial, ya que quien produce el anuncio de radio no puede predecir cuánto tiempo estarás escuchándolo. En Twitter pasa lo mismo, ya que no se puede predecir cuántas personas van a ver tu tweet, puede que 15 personas lo vean a cierta hora pero si lo publicas dos horas después pueda que lo vean 50 personas.

En Twitter debemos preguntarnos primero cuál es el mensaje que se quiere transmitir, a quien y por qué; ya planteado esto se nos hará más fácil saber qué escribir para atraer a nuestra audiencia. Lo que más funciona en Twitter es ser conciso y transparente y eso definitivamente altera un determinado formato, aquí cabe la capacidad de síntesis y de creatividad del periodista”, puntualiza Lucía Canjura, Editora del diario digital nómada.

Conclusión:

El formato periodístico tradicional establecido en la Pirámide Invertida que establece el Titular, el Lead, el cuerpo y el cierre de una noticia se conservará por el vínculo establecido por las TIC, el cual conduce a la nota informativa desplegada, aquí también se conservarán los géneros propios, pues el espacio no tiene límite. Sin embargo, lo anterior más que de las nuevas tecnologías, dependerá en gran manera de quién redacta y a quién se escribe, es decir, en ese sentido, tanto el periodista como la audiencia o el receptor, ahora internauta, juegan un papel determinante.

En relación al aporte y frente a las ventajas o desventajas de la incursión del periodismo en la red, ¿cuáles podrían señalar ustedes?, los expertos opinan: Vislumbrar un futuro sombrío para el periodismo impreso no sólo por el surgimiento de elementos como la computadora, el Internet, las redes sociales, la telefonía móvil digital, las aplicaciones inteligentes y cuanta herramientas más vayan surgiendo en lo inmediato, además de las exigencias de las sociedades ambientalistas en un intento por frenar el cambio climático, implica entonces voltear la mirada hacia esos factores del cambio e ir estableciendo las ventajas y desventajas que implicará a los medios tradicionales, adoptar finalmente estos nuevos canales tecnológicos de difusión masiva.

“Las ventajas tienen que ver con la forma o los diferentes lenguajes por medio de los cuales podemos ofrecer una misma información, lenguajes que se complementan y que se enriquecen entre sí, la oferta, la oferta digamos de lo que usted le está dando a su lector. Por ejemplo, yo anoche leí un obituario sobre Nancy Reagan, ella acababa de morir, entonces, había una gran historia de unas cinco o cuatro mil palabras que la leí completa, pero se hizo tan buena o tan agradable de leerla con cuatro *slideshow*s de fotografías de diferentes épocas suyas, un video en el que la mostraba bailando y presentándose con el expresidente Reagan (Ronald), un pequeño audio suyo junto a uno de los muchachos cuando lanzó una campaña contra las drogas, la verdad es que, una persona pudo haber visto solo

uno de esos elementos y haber cobrado bastante idea de lo que se estaba tratando de transmitir”. Asegura Font.

Para Arroyave, así como todos los medios, la tecnología tiene sus pro y sus contra, “con el periodismo digital, tenemos que recordar que el público tiene que tener una computadora o un aparato receptor y estos tienen que tener conexión a Internet y esa es una gran desventaja. ¿Por qué?, porque en este país, sólo en las áreas urbanas se consigue ese requisito, ya ahí estamos limitados, pero bueno...

En cuanto a ventajas, es que se amplía el público, porque aquí en Guatemala pues sólo en las áreas urbanas, pero a nivel del mundo, guatemaltecos radicados en cualquier parte y que tengan acceso a Internet pues se pueden volver público, entonces, se amplían los públicos y esa es una ventaja abismal que no ofrecen los periódicos impresos, digamos pues que una desventaja es la cuestión de la conexión y una ventaja es que se agrandan los públicos”, prosigue.

El periodismo visto desde una empresa comercial también tuvo que evolucionar, “por ejemplo, las plataformas virtuales también ofrecen la posibilidad de realizar publicidad, pero al mismo tiempo permiten inmediatamente hacer un conteo del número de visitas que recibe una página, cosa que antes no existía, es decir, ahora se tiene un dato real de cuántas personas consultan un periódico, aunque eso no necesariamente signifique que el periódico se está leyendo o está consiguiendo su objetivo primordial que es informar e influir en el espectador”, asegura Naveda.

Según Fernández, la revolución digital sí ha sido una fuerza irruptora en la industria de los medios de comunicación, al punto que, el modelo de negocio que sostenía a las empresas periodísticas, corre peligro.

“Póngase que usted ha visto declinar a las empresas periodísticas en el mundo industrializado más desarrollado. En Estados Unidos y Europa las empresas periodísticas han declinado, han perdido valor, han perdido ingresos tanto por

suscripciones como por publicidad, la mayoría de ellas han tratado de adaptarse a la época digital y reconvertirse para seguir proveyendo información. Pero los modelos digitales están lejos de ser rentables todavía y eso ya es una preocupación”, acota.

“Hay una crisis grande a nivel de la industria y estamos buscando los modelos de negocio que nos hagan sostenibles. Aun así yo creo que se acabó la época de los grandes medios, como de los grandes negocios. Estas organizaciones van a poder ser rentables y sobrevivir, pero todo lo mítico de los grandes imperios de información que viene del modelo industrial, eso no lo vamos a ver ya”, asevera Fernández.

Canjura por su parte ve como ventajas la rapidez en la que se puede consumir la información. Lo versátil y lo dinámico del medio digital, “definitivamente hay muchas ventajas, para la humanidad incluso, en la medida en la que se vayan consumiendo menos periódicos impresos sobrevivirán más árboles porque se ahorrará el consumo enorme de papel”, profundiza.

Conclusión:

Los profesionales en la materia coinciden en ver como ventaja la inmediatez, esa que ofrecen las redes sociales a nivel incluso mundial, dejando atrás aquí a la radio, que reinó por décadas en ese concepto, ven ventajas en la expansión de las audiencias, en la eliminación de fronteras, situación que hoy día sigue siendo asignatura pendiente para el periodismo tradicional.

Ventajas las hay, incluso para la sociedad mundial, para el medio ambiente, para el ahorro de recursos del planeta, ahora sólo falta que el formato sea aceptado de una vez por todas por quienes ejercen el periodismo, preparar a los nuevos periodistas en la tecnología digital, modernizar incluso los pensa a nivel de estudios universitarios y empezar a ver al periodismo digital como algo que ya está acá y que

hay que dejarlo entrar para dar paso a la evolución tecnológica que la nueva sociedad de la información demanda.

5.1. Reflexiones finales del capítulo

El rastreo de prensa fue uno de los objetivos específicos trazados para la presente investigación, en él se puede ir estableciendo la importancia que ha significado el surgimiento de las TIC para el periodismo, en donde se ha ido con el tiempo afianzando cada vez con más énfasis, al grado mismo de que, los periodistas *on line* se han convertido en ciudadanos que crean su propio medio de difusión, como los ciudadanos se han ido convirtiendo en periodistas empíricos que trasladan un hecho a la audiencia que los sigue por cualesquiera de las dos redes sociales más populares hasta hoy día.

Facebook y Twitter son hoy considerados como canales de transmisión de noticias, su facilidad de utilización, su gratuidad y su popularidad, permiten que a ellos acceda cualquier ciudadano, pues a ello se suma la popularidad misma del Internet y los bajos costos con los que hoy día se obtiene su acceso.

Los reporteros *on line* utilizan las redes para trasladar los hechos desde el momento mismo en el que se están sucediendo, publicando no sólo el mismo de forma textual sino también acompañándolo de fotografías, videos, entrevistas al quién mismo de la noticia e incluso con infografías, lo que ha influido enormemente en reducir la brecha temporal que se interponía entre el momento del hecho y el de su publicación, con una distancia incluso hasta de 24 horas.

Si bien se ha reducido dicha brecha, también es de reconocer que se han obviado reglas básicas de publicación, como lo es la ortografía, la sintaxis, la síntesis, la profundidad y el conocimiento mismo de lo que se habla en muchas ocasiones, lo anterior ha quedado evidenciado en publicaciones hechas por reporteros *on line* en

redes sociales utilizando cuentas oficiales de medios que, en el formato tradicional cuentan con una amplia trayectoria y credibilidad.

La opinión de periodistas es otra de las alteraciones que ha sufrido el periodismo por la incursión de estas nuevas TIC. Hoy día los periodistas practican el sarcasmo cuando publican un hecho, lo revisten de noticioso pero no dejan de lado su opinión, lo que violenta enormemente al periodismo, el cual ya se ve afectado por el surgimiento o la incursión de los ahora auto denominados periodistas ciudadanos.

Sin embargo, los mismos periodistas se han puesto en vilo ante la sociedad, la cual crea sus propios medios periodísticos en el que realizan denuncias contra los propios directivos de los medios tradicionales, evidencian lo que estos medios esconden producto de sus compromisos comerciales y crean o fomentan opinión pública en relación al periodismo mismo.

El periodismo pues, a lo largo de esta investigación muestra una evolución constante y una transformación profunda, además de un degenerare enorme, producto mismo de la falta de profesionalismo por parte de los periodistas que, de ser tradicionales, adoptaron la actividad *on line* de forma empírica, puesto que hasta el momento no existen instituciones que los preparen en esta nueva exigencia del periodismo como tal.

Si bien es cierto que se han facilitado los medios para transmitir los hechos noticiosos, también lo es que hay cierta irresponsabilidad en su uso, misma que recae no sólo en el emisor del hecho, un tanto por su empirismo, como lo es el caso de los ciudadanos con ignorancia de las nuevas herramientas por parte de quienes sí tienen algún conocimiento del periodismo pero que no lo han adaptado a las nuevas exigencias. Esta irresponsabilidad recae también en gran parte en los editores de los medios, quienes no se han percatado o aceptado que tienen que instalar filtros de publicación en las redes sociales, como los había en los medios tradicionales conocidos como redactores de estilo. No instalar esos filtros,

significará el socavamiento a la credibilidad de los medios *on line*, esto a la postre bien podría trasladarse a los medios impresos tradicionales y con ello, dejar de lado la confianza de la audiencia en los medios como empresas periodísticas.

Capítulo 6 Propuesta

6.1 Descripción de la propuesta

Luego de haber realizado el respectivo análisis documental y haber establecido los cambios que ha experimentado la actividad periodística por el surgimiento de tecnologías modernas a raíz de la popularización del Internet como herramienta fundamental del cambio, además de haber establecido el criterio y opinión de quienes con su trayectoria se han convertido en autoridad para hablar del tema, dar sus puntos particulares de vista e incluso llegar a proponer mecanismos que fortalezcan y enriquezcan al periodismo, se presentan a continuación tres propuestas que van desde la adaptación de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información a las necesidades de la audiencia, hasta la transformación, actualización e implementación del pensum de estudios, propuesta que abarca incluso, la incursión de cursos de periodismo como materia de estudios que formen al ciudadano desde niveles inferiores a la educación superior con el fin de ir profesionalizando desde estos espacios educativos a todo tipo de estudiantes, dando paso a la profesionalización y facilitación de lo que se está dando en llamar periodismo ciudadano.

6.1.2. Estructura de síntesis.

La estructura de síntesis que aquí se propone, se desprende de la estructura que establece la red social Twitter que no permite la publicación de mensajes que contengan más allá de 140 caracteres. La estructura establecida por esta red social que, a criterio de los entrevistados es la que, por su naturaleza misma de ser, es la que mejor se presta para presentar el periodismo y a la cual incursionan millones de usuarios, quienes se conectan en tiempo real.

Durante años, el periodismo impreso basó su estructura en la Pirámide Invertida y en la respuesta durante el desarrollo de interrogantes que, traducidas del idioma

inglés en donde se los conoció como las 5W's, al español significaron el Qué, el Quién, el Cómo, el Dónde y el Porqué de ese hecho noticioso que se trasladaba al lector.

Ese hecho noticioso presentado en la estructura que permitían los periódicos impresos era el adecuado para narrar de forma ordenada y sistemática los pormenores de ese hecho y que, dependiendo de la importancia del mismo, la trascendencia o impacto que generaba o de la estructura del medio y de las políticas de éste, el mismo se trasladaría en cualesquiera de las estructuras que se establecieron para ello, conocidas después como Géneros Periodísticos.

Trasladar pues ese hecho noticioso en la estructura que mejor se adaptara, en el espacio que la línea editorial del medio destinara y en la forma muy particular de redactarlo, eran cuestiones que quedaban relegadas al periodista, al medio y por qué no decirlo, a la importancia y trascendencia del hecho mismo. Se trataba el hecho, pensando en que el lector tomaría el diario y le dedicaría el tiempo que éste quisiera y en gran parte por la invitación que la importancia del hecho y la forma de presentarse por parte del reportero le hicieran.

Estos dos últimos elementos citados en el párrafo anterior siguen vigentes aún con la estructura que presentan las redes sociales, lo que se permite a través de la creación del vínculo, el cual invita al internauta a pulsarlo de seguir en la intención con la lectura de aquella entrada que se presentó en los 140 caracteres.

Lo que varió aquí, fue lo que en su momento se conoció como hojear el periódico, acción que se relegaba a pasar página por página una vez se agotaba la lectura de una de ellas. En las redes sociales implica "hacer clic" en el *link* para que la misma traslade al lector al desarrollo pormenorizado del tema, en donde seguirá prevaleciendo la estructura tradicional, es decir, la Pirámide Invertida.

Varió pues con esta nueva tecnología y en esta nueva propuesta, el hecho de que el lector pase página a que haga clic o pulse el botón para profundizar en la lectura del hecho. Sin embargo, mientras la estructura de la Pirámide Invertida en el periódico impreso se encuentra presentada fijamente, en la red social queda a discreción del periodista gráfico si la desarrolla o no, en el caso de que decida no desarrollarla, deja solamente la entrada que la red social le permite hacer por su estructura. De ser así, el internauta o seguidor, nombre que le da la red social twitter, se queda posiblemente con deseos de conocer más acerca del hecho enunciado en 140 caracteres.

La estructura de síntesis propone dar como respuesta únicamente a dos de las cinco interrogantes, siendo éstas, el Qué y el Quién en un principio, aunque esto quedará a criterio del periodista digital y de la importancia del hecho, pues el quién posiblemente varíe en tanto el objeto así lo determine, entonces, ésta interrogante puede ser sustituida por el cómo.

6.1.3. Periodismo Ciudadano.

El periodismo ciudadano es una nueva corriente de pensamiento que cobra vida por la versatilidad, la gratuidad, el acceso a la información y la facilidad de adquisición de la telefonía móvil o telefonía celular.

El periodismo ciudadano es aquel hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características importantes son: formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y, promover la participación ciudadana.

Si bien para algunos autores, el periodismo ciudadano no es nada novedoso, son muchos que fijan el inicio del movimiento a comienzos de los años noventa en Estados Unidos y de allí pronto se extendió a América Latina y Europa. Para otros,

se trata de un concepto nuevo, que está en evolución y que se está difundiendo cada vez más con la llegada de Internet y, en particular, de herramientas como los web blogs; calcula que en 2004 ya existían unos 11 millones de blogs en todo el mundo.

Las herramientas del periodismo han cambiado (cámaras digitales, teléfonos móviles), etc. A medida que su uso se generaliza, la población que hasta ese momento sólo era un usuario pasivo de los medios, comienza a jugar un papel cada vez más importante, más dinámico en la recogida y transmisión de información. Chasqui (2005:90)

En cuanto a las redes sociales como nuevos medios o nuevos canales para realizar el periodismo y la versatilidad que estas presentan a la ciudadanía, se da pues el surgimiento de una nueva forma de realizar periodismo, en donde cualquier persona desde su lugar de origen, conectado a las redes sociales por medio de sus teléfonos celulares y que esté presenciando un hecho noticioso, puede en ese momento realizar una publicación por medio de cualquiera de las redes sociales a su alcance e incluso, publicar un video en You Tube sin necesidad de que comente el hecho. El hecho pues, hablará por sí sólo pero, su emisor se estaría convirtiendo en ese momento en un periodista ciudadano.

El periodismo ciudadano sin embargo, cobrará vida en el momento en el que los seguidores de éste emisor, empiecen a compartir su publicación con sus seguidores propios, formando así la audiencia requerida para socializar ese hecho, los internautas aquí son quienes al final, están creando periodismo ciudadano y quien inicialmente público el hecho es ese emisor convertido, ahora sí, en un periodista, empírico al fin, pero periodista de todas maneras.

Este periodismo ciudadano, que, si se vuelve al principio en donde se dijo qué es periodismo, que no es más que trasladar un hecho noticioso por medio de cuales quiera canales se encuentren disponibles al emisor y a una audiencia determinada,

por medio de cualquier estructura determinada en cualquiera de los géneros periodísticos, entonces pues, cualquier persona que publica ese hecho, está realizando ya periodismo.

Con el periodismo ciudadano se están quedando rezagadas muchas otras cuestiones que hasta hace algunos años eran propias de quienes estudiaban la carrera de periodista en las aulas universitarias, una de ellas, es ese periodismo especializado, el cual había dejado atrás ya al periodismo tradicional. Hoy día, la audiencia o los internautas no exigen una forma determinada de enterarse de los hechos, basta con hacerlo por medio de cualquier red social, sin importar muchas veces si el hecho es verídico o no.

Otra de las corrientes que se da al surgir el periodismo ciudadano, es que cobra vida lo que no lo hacía antes, particularmente en lo que a los medios tradicionales se refiere, como lo es la doble vía de la comunicación, la cual en el pasado se quedaba relegada puramente al efecto de los medios, sin que el emisor respondiera de forma inmediata y en tiempo real al medio que transmitía el hecho, como sí lo hace hoy día, surgiendo con esto además, la opinión pública en los medios de comunicación social.

Este periodismo ciudadano es en alguna manera fomentado por los propios medios de comunicación tradicional quienes dieron también un salto a las redes sociales y desde ahí publican hechos noticiosos, los cuales quedan incluso a consulta de los internautas para que expresen lo que opinan con respecto al mismo y, generando así ese proceso de la doble vía en la comunicación.

Para el caso de Prensa Libre, que es también pionero en crear una sección en sus páginas para que los lectores se pronunciaran o denunciaran alguna situación, la cual denominó “voces de los lectores”, la acción de respuesta en el caso de las redes sociales es inmediata, no requiere de filtro alguno para expresarse y aplica a todos los medios existentes, no importando si es del agrado o no de la línea editorial.

El fomento de un periodismo ciudadano debe iniciar con la profesionalización de los ciudadanos desde los salones de clase de los niveles inferiores al universitario, en tanto que, lo que se busca es el fomento de cuestiones como la ética, la veracidad y la responsabilidad social.

6.1.4. Incursión del periodismo profesional en el nivel educativo.

En la actualidad, la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala cuenta con tres carreras técnicas, siendo éstas Periodista Profesional, Publicista Profesional y Locutor Profesional, las tres comparten un común denominador, todas contemplan en sus planes de estudios los cursos Géneros Periodísticos I y II, aun cuando los estudiantes de las carreras de Publicista Profesional y Locutor Profesional no se preparan para ser o ejercer el periodismo profesional.

Lo anteriormente expuesto, es la clara puerta abierta a que de igual manera, se inicie a formar en el periodismo a los estudiantes de niveles como el básico y el diversificado, de donde mucho de este periodismo cobra vigencia en tanto que, son esos estudiantes quienes tienen en su mayoría acceso a la tecnología y con esta al Internet y desde luego a las redes sociales, son quienes además, trasladan artesanalmente un hecho noticioso a su audiencia, que como bien lo asegura el maestro Sergio Morataya en una disertación acerca del tema, se transforman en gente que influye en otra gente.

La Universidad de San Carlos de Guatemala, por su papel histórico frente a la sociedad guatemalteca es quien debiera llevar dicha propuesta al Gobierno de la República, para que éste, por medio de la Cartera de Educación dé paso a la implementación de, por lo menos, cursos de periodismo, tanto general como periodismo especializado se contemple en dichos niveles educativos.

Con lo anterior se daría entonces paso a fomentar un periodismo responsable, con ética y veracidad, dando forma a una nueva corriente en surgimiento del periodismo como lo es el ciudadano, imparable en la medida que las TIC se vayan profundizando y arraigando cada día más en nuestra sociedad y con lo que se estaría formando a la sociedad para general responsabilidad de acreditación de lo que se publica en las redes sociales.

6.2. Reflexiones Finales.

Cuando por el determinismo tecnológico se observa cómo los ciudadanos de a poco han ido incursionando en el periodismo que, como se cita en párrafos anteriores, es esa actividad de trasladar un hecho noticioso, se entiende que la diferencia entre los ciudadanos comunes y los ciudadanos formados en las aulas universitarias es el conocimiento de que para tal efecto, existe una estructura fundamental, así como para el ser humano existe una estructura ósea, se va aceptando también esa nueva corriente conocida como periodismo ciudadano.

Esto obliga a que esta actividad también vaya siendo reconocida por la academia, que debe ir implementando su estudio ya no esperando hasta que el ciudadano llegue a las aulas universitarias, sino, desde las aulas incluso de ciclos escolares como la primaria, la secundaria o bien el diversificado, aquí, ya en carreras específicas que lo formen en principios como lo marca la propia deontología periodística, es decir, con principios no sólo académicos, sino éticos y morales.

Aceptar que las TIC han rebasado a las sociedades formadas por los medios ortodoxos y tradicionales, es también ir visionando la evolución del periodismo el cual ha sido severamente alterado en cuanto a su difusión, creando así la posibilidad de que la escuela que regía al mismo se vaya quedando olvidada, rebasada o muchas veces ignorada, alterando significativamente una actividad noble, humana e histórica como lo es el periodismo.

Las redes sociales, en manos de los ciudadanos han puesto en vilo situaciones como la ética, la responsabilidad, la moral y la estética, principios que, por lo menos el periodismo sí respetó durante décadas o, por lo menos, se le vigiló a que los respetara desde la legislación misma.

Hoy día, todos esos elementos, vulnerados por la irresponsabilidad que significan las redes sociales en manos inescrupulosas también pone en vilo al periodismo mismo, en donde cualquiera informa de un hecho, pero no cualquiera se hace responsable de firmarlo, reafirmarlo y sostenerlo, como sí lo hacían los medios conocidos hasta hoy como tradicionales.

La única forma de ir normando y retomando la ética periodística posiblemente, es llevar su formalidad académica a las aulas universitarias del pre grado, formando así desde sus inicios a los ciudadanos en esta noble labor que, hasta hace unos años estaba relegada a unos cuantos ciudadanos.

Con lo anterior no solo se pondría al día una actividad innata al ser humano, como lo es el de informar de lo que acontece a su alrededor, conocida esa actividad como, periodismo, que es notificar o publicar los hechos de manera periódica, pero también se estaría poniendo a éste a la vanguardia de las exigencias impuestas por las TIC y con ellas, las redes sociales.

El periodismo sobrevivirá siempre, lo que se hace necesario es actualizarlo, enseñar su estructura y sus principios y valores, lo que recae en todas las autoridades tanto gubernamentales como académicas y por qué no decirlo, también en las propias autoridades universitarias del país.

PARTE V
REFERENCIAS Y ANEXOS

Referencias

1. Aceituno Castro, Glendi. Caracterización de internet como canal, medio o herramienta de comunicación/información, 2011. E.C.C. USAC .
2. Asa Briggs y Peter Burke. De Gutenberg al Internet. España: Santillana Ediciones Generales, S. L. (2002)
3. Avendaño, Ismael. 2004. Manual de Periodismo. Guatemala
4. BARRIOS O. JORGE M. (2004). Desarrollo, Evolución y Estado actual del periodismo digital en Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos, Guatemala.
5. Anderson, Benedict. Comunidades Imaginadas. Fondo de Cultura Económica, México 1,993.
6. Berganza, Gustavo. El impopular periodismo. Revista Contra Poder. 2017. Página 3.
7. Berlo, David K. Crítica de la Información de Masas. Citado por Florence Toussaint 1975. Pág. 32.
8. Berlo, David K. Crítica de la Información de Masas. Citado por Florence Toussaint 1975.
9. Berlo, David K. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. México: Editorial El Ateneo. (1988).
10. Bernard Berelson. Theory and Method. 1954. Pág 488-522
11. Bernard Berelson. Theory and Method. ANALISIS E IDEOLOGIA DE LOS MEDIOS. 1954. Pág 488-522
12. Biggs Asa y Burke, Petter (2006:425) De Guttenberg a Internet, una historia social de los medios de comunicación. Madrid, España. Alfaguara.

13. Bonvin Faura, Marcos Andrés. 2007. Tesis Doctoral La prensa Digital: Lenguaje y Características. Universidad de Granada, España.
14. Cabero, J. *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. Granada: Grupo Editorial Universitario. (1998).
15. Carlos Fernando Collado y Gordon L. Dahnke en su libro "La Comunicación Humana, Ciencia Social", (1,986)
16. Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Alianza editorial. Primera edición. Madrid, 2009.
17. Celaya, Javier. 2011. *La empresa en la web 2.0*. Editorial de Centro Libros PAPF, S.L.U. España.
18. Chasqui. *Revista latinoamericana de comunicación*. Quito, Ecuador. 2005.
19. Contreras Chinchilla, Karen Vanessa. *Servicios de valor agregado y su nivel de aplicaciones versiones digitales (prensa, radio y TV)*. Guatemala, Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación 2,011.
20. Contreras Corzantes, Josue. *El periodista como usuario de la red Internet*. Escuela de Ciencias de la Comunicación/USAC 2015
21. Cruz, Claudia. 2,010. *Twitter. Diálogo en 140 caracteres*. El Periódico Guatemala.
22. DÍAZ J. & SALAVERRÍA R. *Manual de redacción Ciberperiodística*. Barcelona, España: Ariel, S.A. (2003)
23. Edo, Concepción. *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Primera Edición. Alfaomega Grupo Editor, S. A. de C.V. México. Febrero, 2009.
24. EDO, CONCHA. (2009). *Periodismo Informativo e Interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V., México.
25. Felicié Soto, Ada Myriam. *Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital*. Ediciones alfagrama. Primera edición. Argentina, 2006.

26. Fernández Canelo, Borja. 2,010. Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en internet. España, Editorial Club Universitario.
27. Fernández, Guido. Agonía a la hora del cierre, el minuto de silencio que puede hacer cambiar al periodismo. Editorial trillas. Primera edición. México, 1994.
28. Fisher y Dahnke, Gordon L. Investigación y Comunicación (1978)
29. FOGEL, JEAN-FRANÇOIS & PATIÑO, BRUNO. La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital. Madrid, España: Punto de Lectura, S. L. (2007)
30. Franco, Guillermo. 2,007. Cómo escribir para la Web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción on line. Texas, Austin. Estados Unidos. Knight Foundation.
31. Gamboa, Ingrid. 1993. Una conversación acerca de currículo. Guatemala, colección programa Educa.
32. García Vicente, Oscar Aníbal. 2011. Experiencias periodísticas en un medio escrito. E.C.C. USAC.
33. Gómez, Luis Aníbal. Opinión pública y medios de difusión. Productora de publicaciones. Ecuador, 1982.
34. GómezH , H, Reynaldo Claudio. 2002. *El Sentido del Periodismo*. Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
35. González Alonso, Carlos. *Principios básicos de la comunicación* Editorial Trillas. (1989).
36. González Llaca, Edmundo. La opinión pública: bases preliminares para el estudio de la propaganda política. UNAM, México, 1977.
37. Greenberg, Bradley. S. Los Medios de Comunicación Masiva, Capítulo 5. La Comunicación Humana; Ciencia Social. 1968. Pág. 146.
38. Greenberg, Bradley. S. Los Medios de Comunicación Masiva, Capítulo 5. La Comunicación Humana; Ciencia Social. 1968. Pág. 146.

39. Habermas, Jürgen & Gilli, Gustavo. 2002. Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Gentileza de Natalio Stecconi. Barcelona.
40. Interiano, C. (1994). *ABC del periodismo* (Vol. Primera Edición). Guatemala: Asociación para el desarrollo de las comunicaciones sociales ADCS.
41. Interiano, Carlos. 2001. Cultura y comunicación de masas en Guatemala. Guatemala: Editorial Estudiantil Fenix.
42. Joyanes Aguilar, Luis. Facultad de Informática. Universidad Pontificia de Salamanca. CIBERSOCIEDAD. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital.
43. Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. Elementos del Periodismo. Editorial: Prisa, Madrid, España (2012)
44. Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. 1,986. Editorial Grijalbo. S.A. de C.V. México.
45. Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. México. Grijalbo. (1986).
46. Losada Vasquez, Angel y Esteve Ramirez, Francisco. El Periodismo de Fuente, una Ampliación del Campo Conceptual del Ejercicio Periodístico. Edición: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Salamanca, España.(2003)
47. Maigret, Eric. Sociología de la comunicación y los medios. Bogotá: Fondo de Cultura Económica. 2005.
48. Maletzke, Gerhard. Psicología de la Comunicación Social. Ecuador. (1992).
49. Marroquín Franco, María José. Facebook ADS, formas de hacer publicidad. 2,012. Usac, Guatemala.
50. Martínez Fernández, Valentín Alejandro. 2008. Las nuevas tecnologías de la información en la definición de estrategias de comunicación ante la situación de crisis. Revista, Académica Hologramática. No.9 V2. Madrid, España.

51. MARTÍNEZ SÁNCHEZ, Francisco. "Investigación y nuevas tecnologías de la comunicación en la enseñanza: el futuro inmediato" en Píxel-Bit. Revista de medios y educación, núm. 2, Sevilla: Secretariado de Recursos Audiovisuales. (1994)
52. McQuail, Dennis. 2000: Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, España: Paidós.
53. Mejía Cruz, Oti Elizabeth. Uso de las redes sociales como medio comercial. Guatemala, Usac 2012.
54. Méndez Barrios, N. B. (2014). *Los códigos QR (Quick Response Barcode): Herramienta de información en Prensa Libre*. Guatemala: Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
55. Mendoza Pérez, Jesús Leticia. Perspectivas teóricas sobre la opinión pública: Habermas y Noelle- Neumann. Universidad de Colima. México 2011.
56. MONROY H. CÉSAR A. (2010). Propuesta para el funcionamiento del periódico digital institucional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos, Guatemala.
57. Monzón Arribas, Cándido. 1985. Orígenes y primeras teorías sobre la opinión pública: El liberalismo y el Marxismo. Revista de Estudios Políticos. No. 44.
58. Morataya García, Sergio. Twitter News. Manual de periodismo digital para periodistas guatemaltecos. Primera Edición 2012. Centro de Estudios de Comunicología, CEC, E.CC USAC.
59. Morataya, Sergio. MSc. Caso Rosenberg, medios y redes sociales. Primera Edición, 2011. Editorial Maya Grafic. Guatemala
60. Moreno López, Carolina. Facebook y Twitter: Uso en la campaña política en las elecciones generales Guatemala, 2011. 2011, Usac, Guatemala.
61. Negroponte Nicholas. El mundo Digital 1995. Barcelona, España

62. Ochoa España, Marco Julio. 2003. Tesis de Grado. TIEMPOS DEL MUNDO Y SU INCURSIÓN EN EL MERCADO DE LA INFORMACIÓN. Universidad de San Carlos de Guatemala.
63. Ola González, Ana Lucía: Twitter como fuente de información en la sección de farándula de un diario impreso. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación 2012.
64. Orihuela, José Luis. 2002. Internet: nuevos paradigmas de la comunicación. Revista Latinoamericana de Comunicación. Chasqui (77): 2-5 obtenido el 15 de julio del 2010 en <http://www.chasqui.comunica.org/77/orihuela77.htm>
65. Pantoja Chávez, Antonio. 2011. Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. Revista Tajuelo No.12.
66. Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas. Editorial Trillas, (1983)
67. Paoli, J. Antonio. Comunicación e información. Perspectivas teóricas. 3ra. Edición. México. Editorial Trillas UAM 1983
68. Peña de Oliveira, Felipe. Teoría del Periodismo. Edición: Comunicación Social, Sevilla, España. (2009)
69. Reig Hernández, Dolors. 2012. Socionomía. Editorial. de Centro Libros PAPP, S.L.U. España.
70. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna, Tenerife, España noviembre de 1998, ejemplar No. 11.
71. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI Abril/Junio 1998 No. 26
72. Revista Opción, año 2000 No. 15 páginas 34-48 Marialejandra Montiel Escuela de Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Del Zulia, apartado 526, Maracaibo, Venezuela.
73. Rivadeneira Prada, Raúl. La opinión pública; análisis, estructura y métodos para su estudio. México, Editorial Trillas 1995 (reimpreso 2007)

74. Rodríguez Ávila, Abel. Iniciación a la internet. Concepto, funcionamiento, servicios y aplicaciones de Internet. Primera Edición. España: ideas propias. 2007:p.104
75. Rodríguez Fajardo, Philips. 2005. Pág. 7
76. Rodríguez, Maria Luisa. Historia del Nuevo periodismo. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI Abril/Junio1998 No. 26
77. Rojas Orduña, Octavio Isaac, 2007. Web 2.0 Madrid, España: ESIC Editorial. 326 p.
78. Romero, Lourdes. La Realidad Construida en el Periodismo: Reflexiones Teóricas. Edición Miguel Angel Porrúa, Mexico. (2006)
79. SÁENZ, YAQUELIN. (2011). El periodista digital en los medios Prensa Libre, El Periódico, Siglo XXI, Diario La Hora: Perfiles y Retos. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos, Guatemala.
80. SALAVERRÍA, RAMÓN. Redacción Periodística en internet. Pamplona, España: Eunsa. (2005)
81. Schramm, Wilbur, pág. 7 y Fernández Collado, Carlos 1986. La comunicación humana, Ciencia Social.
82. Schramn, Wilbur 1986: Pág. 3
83. Scolari, Carlos. 2008 Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa.
84. Serra, José María. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna, Tenerife, España noviembre de 1998, ejemplar No. 11.
85. Serrano, Martín Manuel. Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad. Madrid. (2007)
86. Tumbull y Baird. (1995),
87. Vásquez Orozco, Narcy. Estudio Hemerografico del periodismo ciudadano. ECC/USAC. 2009.

88. Vela, David. La Imprenta en la Colonia. Guatemala: MINEDUC, José de Pineda Ibarra. (1960).
89. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. Comunicación; Semiología del Mensaje Oculto. Eco Ediciones. Séptima Edición, 2008.
90. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. Comunicación; Semiología del Mensaje Oculto. Eco Ediciones. Séptima Edición, 2008.
91. Vilches, Lorenzo. Teoría de la Imagen Periodística. Edición: Paidós. Barcelona, España. (1987)

Sitios consultados en Internet

1. www.iesfranciscoasorey.com. Recuperado: 11/06/2015
2. <http://es.slideshare.net/vozinsesamista/periodismo-de-ayer-y-hoy-municipal>. Recuperado: 22/06/2015.
3. www.clasesdeperiodismo.com/wp-content/uploads/2013/04/NYT.jpg. Recuperado: 22/06/2015.
5. www.facebook.com/lzabal-informativo-384057008379506/. Recuperado: 22/05/2015
6. www.delawarenationalguard.com/upar/images/invertedp.gif. Recuperado: 23/06/2013
7. @EmisorasUnidas. Recuperado: 22/05/2014
8. @avides_vgt y @jeniloimd. Recuperado: 24/02/2014
9. www.facebook.com/ComcienciaGuatemala/. Recuperado: 22/05/2016
10. www.facebook.com/PrensaLibre/. Recuperado: 20/08/2016
11. @guatevision_tv. Recuperado: 15/05/2016
12. www.facebook.com/PrensaLibre/. Recuperado: 20/05/2016
13. www.uhu.es/cine.educacion/periodico/12infografiaperiodico.htm. Recuperado: 24/06/2015
14. @noamchomsky_es. Recuperado: 20/02/2012

15. www.microservicios.com/archivo/Internet/el-verdadero-origen-de-Internet.Html. Recuperado: 18/06/2015
16. <http://radioredam.mx/grc/redam.nsf/vwALL/XPAO-7X7P3D>
Recuperado: 19/06/2015
17. <http://interactivosuft.wordpress.com/2007/04/18/la-interactividad/>
Recuperado:03/04/2015
18. @RadioPuntoGT. Recuperado: 22/03/2016
19. @marvincitopaiz. Recuperado: 22/03/2016
20. www.LaTecla.Cu. Revista La Tecla. Recuperado 20/03/2013
21. www.yachay.com. Recuperado: 20/02/2014
22. <http://www.maestros.delaweb.com/editorial/periodigital>.
Recuperado: 25/06/2015
23. www.cobertura digital.com. Recuperado: 25/06/2015
24. @telediario_GT, @Guatevisión_TV, @MynorLorenzo_TD
Recuperado 10/09/2016
25. <http://journalism2020.net/>. Recuperado: 10/04/2013
26. www.facebook.com/periodistas.enguatemala.3/. Recuperado: 12/02/2016
27. @soy502. Recuperado: 27/04/2016
28. www.saladeprensa.org/art89.htm. Recuperado: 18/02/2013
29. <http://buscon.rae.es/drae>. Recuperado: 22/07/2014
30. <http://aracellymeridawordpress.com>. Recuperado: 12/05/2014
31. www.facebook.com/brendachacon/. Recuperado: 05/05/2016
32. www.233grados.com/blog/2008/08/requisitos-para-html. Recuperado:
25/06/2016
33. @EmisorasUnidas. Recuperado: 22/05/2016
34. @TelediarioGT. Recuperado: 05/03/2016
35. www.facebook.com/pages/Diario-a-Hora119411981578403. Recuperado:
11/05/2016
36. www.facebook.com/PrensaLibre/. Recuperado: 20/09/2015
37. www.youtube.com/watch?v=XuFH0CgOpcl. Recuperado: 15/03/1516
38. www.facebook.com/24horas/. Recuperado: 20/02/2016

39. www.cad.com.mx/historia-de-google.htm. Recuperado: 23/06/2015
40. www.misrespuestas.com/que-es-yahoo.html. Recuperado: 23/06/2015
41. www.face:book.com. Recuperado: 20/05/2014
42. www.twitter.com. Recuperado: 20/05/2014
43. www.facebook.com/publinews/. Recuperado: 23/03/2016
44. www.omicrono.com. Recuperado: 10/06/2014
45. www.qrcode.com. Recuperado: 09/03/2016
46. www.ocu.org. Recuperado: 13/03/2016
47. www.qrcode-pro.com. Recuperado: 18/03/2014
48. www.importancia.org/opinion-publica-2php. Recuperado: 13/03/2015
49. www.puromarketing.com/16/16192/sociales-medios-tradicionales-conveniencia-supervivencia.html. Recuperado: 17/03/2015
50. <http://storify.com/andresamo/la-influencia-de-las-redes-sociales-y-la-evolucion>. Recuperado: 13/03/2015
51. <http://eduardoarea.blogspot.com/2011/03/-web30-redes-sociales-empresa.html>. Recuperado: 19/03/2015
52. http://2.bp.blogspot.com/QPtgs_64zEk/UzyD1NZ1syl/AAAAAAAAAVY/bAQ0gzWS9GI/s1600/internet.png. Recuperado el 01/03/2015
53. Fuente: <http://curso.ihmc.us/rid=1JVWS6QD4-281NZ63-10J9/Evolucionweb.cmap?rid=1JVWS6QD4-281NZ63-10J9&partName=htmljpeg>. Recuperado: 10/04/2014
54. www.definiciónabc.com/social-pública.php Recuperado el 28/02/2014
55. Fuente: www.digitalvmagazine.com/wp-content/uploads. Fecha de recuperado: 10/06/2013
56. María Teresa Mercado Sáez H Universidad Cardenal Herrera-CEU (España) Hmmercado@uch.ceu.esH, 2015
57. Reynaldo Claudio Gómez H Universidad Nacional de La Plata (Argentina) Hcgomez@perio.unlp.edu.arH, 2015
58. HOctavio Islas Tecnológico de Monterrey (México) Hoctavio.islas@itesm.mx 2015
59. Pablo E. Rodríguez Universidad de Buenos Aires (Argentina) Hmanolo1416@yahoo.comH 2015.