



Ciberperiodismo: hacia un modelo de producción de contenidos en el ciberespacio

Jenny Fariás de Estany y Carmen María Prieto***

Resumen

El ciberperiodismo continúa en constante redefinición a partir del uso de las TIC. En Venezuela, desde hace más de 10 años se ha venido desarrollando con características diversas. El lanzamiento del cibermedio de provincia Panorama Digital en el año 2000, y los años subsiguientes han servido para sistematizar la experiencia periodística en aspectos que involucran el modelo de diseño, los procesos de producción, los flujos de trabajo, la relación impreso-cibermedio, el sistema editorial, la capacidad tecnológica, la relación con los usuarios y el perfil del equipo. El objetivo de este artículo es proponer, a través de estos elementos sistematizados, un modelo de producción de contenidos para cibermedios acorde a las condiciones tecnológicas y laborales en los que éstos se desarrollan.

Palabras clave: Ciberperiodismo, flujos de trabajo, procesos de producción, relación impreso-cibermedio.

Recibido: 10/02/08 • Aceptado: 07/07/08

* Docente de la Universidad del Zulia y de la Universidad Bolivariana de Venezuela.
Correo electrónico: fariasjenny@cantv.net.

** Docente de la Universidad Rafael Belloso Chacín.
Correo electrónico: carmenmaria72@gmail.com

Cyberjournalism: Toward a Model for Content Production in Cyberspace

Abstract

Cyber-journalism continues to be constantly redefined based on the use of ITCs. For more than 10 years, Venezuela has been developing cyber-journalism with diverse characteristics. Launching of the provincial cyber-medium Digital Panorama in the year 2000 and subsequent years have served to systematize the journalistic experience in aspects that involve the design model, production processes, work flows, the print- cybermedia relationship, the editorial system, technological capacity, the relation with users and the team profile. The objective of this article is to propose, through these systematized elements, a content production model for cyber-media that agrees with the technological and labor-related conditions in which they develop.

Key words: Cyber-journalism, work flows, production processes, print-cybermedia relation.

Introducción

Uno de los campos que ha experimentado con mayor énfasis la revolución de las TIC, dentro de esta era posmoderna que vivimos, está relacionado con la creación y difusión de la información. La comunicación -una de las expresiones de mayor auge en la Sociedad de la Información y del Conocimiento- no ha escapado de esa influencia verificada en novedosas formas de interacción donde las TIC y, en especial, Internet motorizan dentro de los cibermedios cambios en las labores propias del periodismo, tales como la búsqueda, procesamiento y publicación de la información. Las rutinas periodísticas cada día redimensionan sus quehaceres. Lo que hace unos meses se resolvía con unos cuantos procedimientos, luego se simplifica en menos tareas, en ese lógico afán de optimizar los tiempos y simplificar procesos.

En este sentido, entendiendo que en el ciberespacio subyace lo comunicacional y por ende lo social y cultural, las nuevas formas de la comunicación observadas en los diversos formatos que ha generado la macrored, la influencia que ésta ha tenido en los medios de comunicación

tradicionales y el surgimiento de incontables fuentes de información y su uso, han producido replantear el nuevo perfil del periodista que, heredando su rol tradicional, le adiciona las herramientas y los conceptos que las tecnologías le proporciona.

El presente artículo tiene como objetivo proponer un modelo de producción de contenidos para los cibermedios a partir de procesos sistematizados que durante ocho años se han experimentado en el departamento web que lleva a cabo la puesta en alta de un medio de comunicación cibernético (Panorama Digital) proveniente de la plataforma impresa. Los aspectos estudiados son: las características del cibermedio desde una empresa de comunicación de provincia, los procesos de producción del contenido desde una sala de redacción impresa que sirve de insumo al cibermedio, los flujos de trabajo del equipo multidisciplinario (periodistas, diseñadores, técnicos), los perfiles de los profesionales que laboran en el cibermedio, el modelo de diseño aplicado, la capacidad tecnológica y el uso del sistema editorial que permite administrar la producción, edición y publicación de los contenidos.

A través de la sistematización de estos elementos se logró establecer en el caso específico del cibermedio estudiado:

- El desarrollo de la naturaleza de los cibermedios a partir de la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, características hasta ahora poco consolidadas que definen su tipo de diseño.
- El aprovechamiento del sistema editorial como tecnología que administra los procesos de las versiones impresas y digitales.
- Los procesos en las labores periodísticas de la producción de contenido para el cibermedio que define los flujos de trabajo.
- La capacidad, aprendizaje y asimilación tecnológica de los periodistas que laboran en el diario.
- La conformación de un perfil del ciberperiodista.

Los primeros años: aprender haciendo

El periodista que inicia su labor en un medio de comunicación en el ciberespacio debe enfrentarse y adaptarse a las exigencias tecnológicas que éste le presenta, pues la formación curricular en esta área es de novel aplicación y desarrollo en las universidades venezolanas (Henríquez, 2006).

Cuando el Diario Panorama (Maracaibo, Venezuela) decidió lanzar el periódico en la red en el año 2000; el planteamiento estableció la supremacía del medio impreso; la reproducción de la información publicada en el papel debía ser hecha igualmente en la pantalla. Más que aprovechar la naturaleza del cibermedio con el uso de todos los recursos que hasta el momento existían, importó mayormente la presencia de la empresa a nivel de imagen en internet.

El equipo de trabajo que inició el proyecto tuvo que lanzarse al nacimiento de un medio incorporado en una sala apéndice a la redacción y con él, a la reflexión del oficio: copiar, pegar y aprender a trajinar en esa especie de “era de las tormentas” como lo ha definido Bastenier (2001).

La transición no ha terminado. De hecho, el procedimiento para incorporar contenidos en el cibermedio que no sean necesariamente los mismos que se publican en el impreso se sigue replanteando; principalmente porque los medios impresos que han sido llevados a su difusión digital según esta perspectiva tradicional no ven en este escenario una oportunidad de negocio.

Un equipo compuesto por tres periodistas, un diseñador y dos técnicos se encargaba de trasladar casi con exactitud la edición de papel a la pantalla y darle de alta cada noche luego que la edición impresa salía a la calle. Contenidos e imágenes eran colocados casi sin ningún tipo de edición y/o adaptación en la plataforma digital con un diseño de *homepage* que simulaba los módulos rectangulares de las primeras páginas impresas. El cibermedio se inició con las características que Cabrera (2000) denomina el modelo adaptado.

El cibermedio sólo poseía algunos elementos diferentes a la versión en papel tales como el diseño de cabecera e hipertextos del menú principal para diferenciar las fuentes informativas (política, economía, deportes, sucesos) y la información institucional (historia del diario impreso, datos de la región, entre otros).

Este planteamiento se mantuvo desde las primeras pruebas piloto en 1999 hasta mediados del año 2003 cuando el cibermedio cumplía tres años de presencia formal. A partir de esta primera etapa se iniciaron los intentos por ir evolucionando hacia al tercer modelo de diseño de los periódicos en Internet denominado propiamente el modelo digital. En esta segunda etapa, que describe este modelo digital, el cibermedio inicia sus actualizaciones

con la periodicidad, ya no del diario impreso, sino de avances noticiosos varias veces al día e incluso según fuesen ocurriendo durante la jornada. Igualmente, se inició la etapa de inclusión de fotografías animadas, publicidad en flash, clips de audio, portadas impresas, servicios (clasificados, cartelera de cine, obituarios, horóscopo, otras ediciones, tarifas, solicitud de empleo, clima, etc.) que daban cuenta de las potencialidades de la multimedialidad e hipertextualidad en el cibermedio.

En el caso de la interactividad se mostraba a través de las encuestas y correo al editor web y a los diferentes periodistas y empleados que conformaban el staff del diario impreso. Mantenía en esta etapa la información institucional (nuestra región, Panorama huella y vigencia) que desde su lanzamiento formó parte del cibermedio. Uno de los cambios que paulatinamente se inició desde la primera etapa y que acompaña a esta segunda es el cambio en el diseño de *homepage* y páginas internas, que se alejó del diseño periodístico impreso.

Igualmente, la reedición de títulos, antetítulos y sumarios y en menor medida de los textos provenientes de la edición impresa. En este sentido, aún no se logra entender que las informaciones que van a ser publicadas en Internet deben poseer otro abordaje, pues se trata de la noticia local remitida a un medio global cuyas características, incluso redaccionales, son diferentes.

En la actualidad aún prevalece este modelo entre lo adaptado y digital. Los medios interactivos, en general, y los periódicos digitales, en particular, están virando sus rutinas productivas, para adaptarse a las modificaciones graduales en la forma de producir noticias y también de consumirlas. No hay certezas de que el camino elegido sea el correcto, pero en el caso de este cibermedio, elaborado en una provincia venezolana, aún le falta madurar. Por lo menos los primeros pasos ya se han dado.

En cuanto a la interactividad, en este cibermedio no va más allá de las encuestas y esporádicas convocatorias de opinión al usuario sobre un tema en particular. La cultura del cibernauta es la que impone la receptividad con este medio de comunicación, cuestión que se evidencia en los frecuentes correos electrónicos -200 diarios aproximadamente- que administra el editor desde su buzón.

La hipertextualidad por su parte no excede de las dos pantallas a partir del nodo inicial. Un solo reportero por guardia -que incluye al edi-

tor-gerente del contenido- difícilmente puede desarrollar vastos proyectos multimedia que muy bien podrían soportarse en este cibermedio, pero que sin embargo no cuenta con el apoyo y el conocimiento del staff empresarial para su ejecución, quedando un mínimo de personal dedicado exclusivamente a labores de actualización.

Los intentos de multimedialidad no han pasado de una experiencia en el que intervinieron por invitación del departamento digital algunos miembros de la sala de redacción. El trabajo de recopilación de los temas, la selección de los programas, la investigación, el trabajo de campo, el apoyo gráfico, el diseño del guión multimedia, significó un mes de continuo trabajo, pero bien valió el esfuerzo para iniciar el camino hacia la apuesta multimedia que aún está por consolidarse (Prieto y Farías, 2007).

El sistema editorial y la capacidad tecnológica

Los entornos o sistemas editoriales son asumidos en términos generales como tecnologías aplicadas a procesos de edición, es decir, tecnologías que cubren todas y cada una de las tareas, etapas y procesos del flujo de trabajo de un entorno editorial: desde la confección de páginas, hasta la gestión integrada del sistema redaccional y del archivo de imágenes, pasando por las tecnologías que garantizan la armonización del color en todas las etapas o que permiten automatizar, con suma facilidad, los procesos repetitivos y las tareas más sofisticadas (Mogollón y Prieto, 2006).

Diferentes usuarios -periodistas- pueden modificar la misma página, al mismo tiempo, fomentando una comunicación más estrecha. En otras palabras, se trata de pensar en la redacción como un centro de contenidos.

El contenido digitalizado permite optimizar los recursos de los entornos editoriales, reduciendo así costos operativos y de producción, optimizando los tiempos de cierre y permitiendo la creación simultánea de las ediciones electrónicas sin necesidad de acudir a sistemas externos.

Básicamente, los sistemas editoriales están compuestos por editores de textos, editores de imágenes, editores de paginación y diseño, administradores de información y sistemas de archivo.

Constituyen en definitiva la respuesta que las TIC le dieron a las salas de redacción a través de varias aplicaciones que administran las

distintas funciones y desempeños que se llevan a cabo en las salas de redacción.

Es necesario que el periodista conozca no sólo los elementos tecnológicos que implican el concepto “Tecnologías de la Información y la Comunicación”, sino el sentido que su uso tiene.

Las distintas concepciones de la innovación exaltan la importancia de alcanzar la capacidad tecnológica en los actores de las empresas periodísticas, es decir, periodistas capaces de manejar herramientas tecnológicas, optimizando los procesos, aportando calidad a los resultados y aportando cambios sustanciales en la generación de los contenidos.

Cuando una organización importa tecnología para implementarla en sus procesos de producción pero neutraliza la asimilación de esa tecnología, adquiere capacidad de producción, más no capacidad tecnológica.

La incorporación del sistema editorial a la producción del cibermedio en Venezuela es un ejemplo específico de adquisición de capacidad de producción. La obtención de esta tecnología ha servido para acelerar y automatizar los procesos, pero nunca para su asimilación. Ni siquiera el crecimiento de los contenidos a difundir ha conllevado a la generación de una tecnología propia, mucho menos a una independencia absoluta.

Hace falta la comprensión cabal de dicha tecnología que permita además de su utilización, la realización de actividades como su reproducción, adaptación y mejoramiento; la extensión de su aplicación a nuevas áreas; su aplicación cabal a terceros y desarrollos propios a partir de la capacidad tecnológica.

Los nuevos productos incorporados al cibermedio se procesan en forma paralela a la producción automática que se hace desde el sistema editorial y no se ha experimentado una capacidad de adaptación que logre abarcar todos los aspectos de la estructura del cibermedio en sus contenidos.

El perfil del equipo multidisciplinario del cibermedio

Los periodistas de los medios tradicionales comenzaron, paulatinamente, a vincularse con Internet por dos razones fundamentales. La primera responde a las versiones digitales que surgen de estos medios -como es el caso de www.panodi.com y la segunda, al valor que se le otorga a las TIC en el aspecto empresarial y económico.

El trabajo diario del comunicador se enfrenta ahora a mayores posibilidades de desarrollo con el uso de esta poderosa herramienta que impone nuevas vías en la obtención, procesamiento (edición) y publicación de información utilizando los mismos beneficios que la red ofrece.

En ocasiones, el desconocimiento de los servicios de Internet y la impericia de los periodistas acerca de la práctica tecnológica, descrita a través del uso del computador, poco contribuyen a optimizar los procesos.

El trabajo del periodista se replantea en el sentido de utilizar internet para alimentar sus propuestas informativas, para interactuar con sus lectores y para ampliar la difusión de sus mensajes.

Ya sea el periodista de un medio tradicional como el impreso, la radio o la televisión, o para aquel que trabaja en un medio digital, las labores se han expandido hacia el obtener una información más plural, más afianzada en datos investigados concienzudamente y más rica en cuanto a los recursos textuales, gráficos, audiovisuales. Aunado a esto, el periodista que utiliza Internet como plataforma de publicación se encuentra con las herramientas para procesar estos datos en bruto y colocarlos en una plataforma de red que permitirá ver el resultado en segundos.

Los profesionales que hacen crecer el medio deben poseer competencias en el aspecto comunicacional propias de su profesión, pero deben además tener competencias tecnológicas y gerenciales que les permitan desarrollarse en los nuevos multimedios informativos con rapidez y eficiencia y planificar con visión de organización las actividades que aseguren su desarrollo económico. El periodista que labora en un medio digital o aspire a ello apunta hacia la conformación de un perfil profesional de la comunicación de forma integral.

Lo primero a tener en cuenta es que la esencia del periodismo sigue siendo la misma. Si las rutinas del oficio periodístico sufrieron evidentes cambios con la llegada de las nuevas tecnologías, los principios continúan vigentes: un profesional con competencias comunicacionales, éticamente responsable, comprometido con sus lectores, sensible a sus necesidades, comprometido con la presentación de contenidos lo más completos, profundos y veraces posibles, es decir, ser portavoces de una realidad desde sus distintas aristas, fomentando el sentido crítico, para formar opiniones. Teniendo claro este punto de partida, priva entonces la necesidad de definir el

perfil, no sólo del periodista inmerso en una sala de contenidos digitales, sino del equipo de trabajo.

Tres tipos de competencias destacan en el perfil del ciberperiodista:

Competencias personales:

Proactivo: Con disposición en la resolución de situaciones comunicacionales planteadas en el desempeño de su labor diaria así como en las funciones gerenciales y tecnológicas.

Asertivo: Toma de decisiones que concuerden con la política editorial y el sentido social de la profesión apegadas a la normativa y ética.

Inclinaciones e intereses: Disposición a desarrollarse en este nuevo medio e implementar iniciativas para el crecimiento del periódico digital.

Competencias comunicativas: Visión y criterio periodístico para jerarquizar contenidos. Formación lingüística-discursiva para la efectiva revisión y edición de material periodístico con miras a su adaptación al medio digital. Redacción periodística aplicable a los servicios informativos y de valor agregado contenidos en el cibermedio.

Competencias tecnológicas: Entendimiento de los fundamentos del ambiente multimedia en general y de la plataforma web en específico así como el resto de los servicios de internet. Asumirse como un cibernauta (usuario) con especial esmero en la búsqueda asertiva y responsable. Haber superado la fase de transición, experimentación y exploración. Conocimiento en los aspectos tecnológicos del hardware utilizado para su labor y adaptación en la ejecución del software.

Este último punto está relacionado al manejo de las herramientas multimedia (*software* de imagen, sonido, diseño). Pero todo esto no basta si el ciberperiodista no interactúa dentro de un equipo que logre estar en armonía con su trabajo y en definitiva con el producto.

Hacia un modelo de producción de contenidos en cibermedios

La puesta en pantalla de un cibermedio conlleva la integración de una serie de factores asociados al equipo de trabajo que lo hace posible, al procesamiento de los contenidos, al soporte tecnológico propio de la naturaleza de este medio de comunicación, sin el cual sería imposible

abordar el ciberperiodismo dentro de su concepción, estructura, funciones y aplicabilidad.

Plantear un modelo sistemático de producción de contenidos implica analizar el papel que ejercen los actores involucrados dentro del proceso, quienes deben concebir, operar y difundir el cibermedio. Distribuir tareas de forma aislada, bajo el único criterio de la función o el tecnicismo profesional, no tiene sentido en un cibermedio, y el fin último - el contenido - corre el riesgo de quedar mutilado y sin posibilidades de crecimiento.

Esta integración de roles en los miembros de un cibermedio responde a una realidad en el contexto venezolano, en el que los medios digitales están formados por equipos que no superan las diez personas, cifra que se vuelve más compleja cuando a la dinámica de un medio de comunicación se le imponen las actualizaciones permanentes ejecutadas por equipos que deben estar alertas por lo menos dieciocho horas al día.

Una organización horizontal-multidisciplinaria

La organización de un cibermedio debe operar bajo dos principios básicos: la horizontalidad y la multidisciplinaridad. Una gerencia horizontal donde los actores del proceso de producción sean capaces de interactuar en la toma de decisiones, en la concepción del contenido y en las fórmulas para operar los procesos, garantiza el compromiso y el manejo integral del producto.

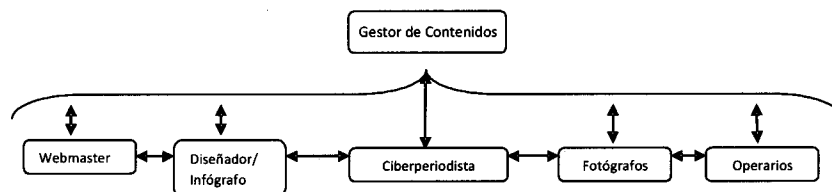
Un equipo multidisciplinario en un cibermedio equivale en primer lugar a profesionales del periodismo, pero también a especialistas en informática, telecomunicaciones, sistemas y diseño gráfico. De forma tal que cada uno de estos miembros tendrá un desempeño e interacción de acuerdo a la naturaleza de la organización. El Gráfico 1 muestra el nivel de ubicación de un equipo capaz de crear y consolidar procesos de comunicación multimedia, hipertextual e interactiva.

Con base en esta estructura horizontal propuesta, pasemos a describir cada uno de sus roles.

Ciberperiodista: es un periodista que trabaje en un cibermedio es un gestor de contenidos, razón por la cual debe:

- Planificar, organizar y estructurar los contenidos informativos propios del cibermedio para el cual labora. Los mismos han de

Gráfico 1
Estructura de funcionamiento del cibermedio



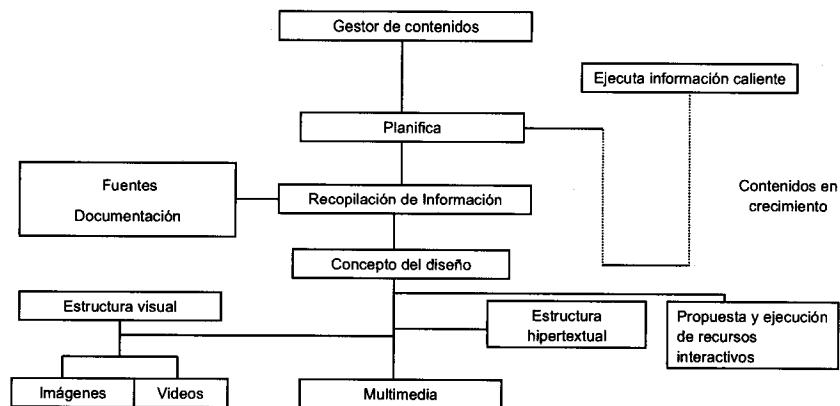
Fuente: Elaboración propia.

ser creación propia, que marquen la diferencia con otros cibermedios.

- Investigar, empleando las técnicas tradicionales en la búsqueda de información como personas y documentación, pero también la búsqueda en el ciberespacio (estadísticas, base de datos, foros, chat, etc.) promoviendo en los usuarios la navegación para la profundización de los contenidos.
- Redactar los contenidos tomando en cuenta el destinatario, ya no basta con pensar únicamente en nuestro entorno local, se trata de un medio de comunicación de infinita difusión.
- Presentar la información contemplando siempre la naturaleza del entorno virtual: hipertexto, audio, video e interactividad.
- Estar atento al acontecer local, nacional e internacional, es decir, a todo evento susceptible de índole noticioso, que pueda derivar en la planificación de un contenido mucho más amplio y diverso en internet.
- Proponer y discutir con los demás miembros del equipo el diseño de la interfaz en cuanto a elementos gráficos y estructura tomando en cuenta la interrelación de textos, imágenes, audio, así como todas las posibilidades de interacción que se generen con los usuarios.
- Crear formas de almacenamiento de la información y acceso a los archivos.
- Responder oportuna y dinámicamente a las necesidades informativas, es decir, recolectar, procesar y poner en alta la información desde el mismo lugar donde se gesta la noticia.

El Gráfico 2 ilustra la aplicación de estas funciones tomando en cuenta el tipo de contenidos, las herramientas y los recursos que harán de emplearse para definirle trabajo a difundir.

Gráfico 2
Proceso de producción del contenido



Fuente: Elaboración propia.

Webmaster: aunque no ha habido consenso en la definición de este rol ni precisión en sus funciones, un webmaster es quien se ocupa de la plataforma tecnológica y vela porque los soportes técnicos dentro del medio garanticen tanto la optimización en el proceso como la efectividad en la visualización de la página por parte del usuario.

Si bien, en cualquier otro producto digital un webmaster es el líder del proyecto, el gerente sobre quien descansa todo el peso de las decisiones, en un cibermedio la presencia del webmaster guarda relación con la administración del medio de comunicación. No quiere decir que un ciberperiodista no pueda fungir como webmaster, pero la formación académica implica un especialista en sistemas, telecomunicaciones e informática, dispuesto a intercambiar conocimientos y rutinas con profesionales del periodismo y el diseño gráfico. Entre sus funciones destacan:

- Administrar la plataforma tecnológica, evaluando los espacios para el almacenamiento del contenido del cibermedio y proyectarlos a futuro.

- Administrar las fases de producción en cuanto a audio y video.
- Vincular los componentes tanto del Sistema Editorial como del Sistema de Desarrollo Multimedia.
- Facilitar los caminos de propuesta editorial, de forma tal que por muy compleja y cargada que sea la misma se desarrolle en función del usuario.
- Evaluar constantemente los costos tecnológicos del cibermedio.
- Asesorar técnicamente a todo el equipo.
- Proponer soluciones de distribución del cibermedio.
- Manejar base de datos y mapas de navegación.
- Proveer al cibermedio de seguridad informática.

Y en definitiva, estar pendiente de las innovaciones, equipos, soportes, lenguajes, programas que servirán para el avance, optimización y calidad de los procesos en el cibermedio. El webmaster propone, planifica, toma decisiones y resuelve. Y posee una alta capacidad para interactuar con los demás integrantes del medio extendiendo conocimientos, experiencias y acciones.

Diseñador Gráfico: diseñar para un cibermedio requiere el dominio de la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen animada y fija y video. El diseño de los contenidos en un cibermedio abarca además de su expresión visual, su funcional estructura. La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos aumenta la eficiencia del cibermedio.

En la formación del equipo de un cibermedio se agrega un integrante que antes era exclusividad del medio impreso. Se trata del infógrafo digital, quien ha venido a reforzar el carácter visual ajustado a la naturaleza de la plataforma virtual. En palabras de Salaverría “la infografía en internet ha pasado de ser una mera traslación de gráficos estáticos a ser un género específico que aprovecha a fondo las posibilidades de integración textual, icónica y sonora de la Web” (Salaverría, 2004: 43).

La rutina de los diseñadores gráficos ha venido replanteándose en función de esta realidad, pues se trata ahora de abordar periodísticamente los acontecimientos para generar comunicación mediante presentaciones o géneros informativos novedosos y más visuales que los tradicionales.

Aunque un infógrafo tiene como antecedente su ejercicio como diseñador, no necesariamente un diseñador gráfico es un infógrafo digital. No obstante, el modelo que se presenta pretende integrar ambas disciplinas en función de lo importante del aprovechamiento de las potencialidades y la integración de las funciones de los integrantes.

Se distinguen en este sentido las funciones que competen a un diseñador-infógrafo:

- Organiza la interfaz del cibermedio.
- Diseña y produce imágenes en 2D y 3D.
- Crea una estructura de interfaz basada en el contenido del proyecto.
- Decide los medios apropiados para la presentación.
- Planifica la presentación visual del contenido.

Su perfil está orientado a poseer sólidos conocimientos en comunicación visual, en teoría del color, en edición y digitalización de las imágenes, diagramación de pantallas, diseño de interfaces multimedia, edición de películas y videos, análisis de la estructura visual del contenido, y estar muy alerta a las nuevas herramientas de diseño digital que le impriman a los contenidos dinamismo, optimización, calidad y eficiencia de acceso.

Operarios: también pueden llamarse asistentes de producción y son los encargados de las rutinas, de los procesos automáticos en un cibermedio. Si bien la automatización en muchos cibermedios está centrada en los sistemas editoriales, son los operarios quienes velan porque dichos mecanismos lleguen exitosamente al final del proceso, es decir, a la puesta en alta. Sus rutinas se relacionan con:

- La actualización de información ya elaborada. No todos los contenidos que se difunden en un cibermedio son procesados directamente en este escenario. En el caso de medios convencionales, los periodistas no llegan hasta la plataforma digital, razón por la cual, se necesita de las rutinas de los operarios para disponerlas en el ciberespacio ajustadas a las plantillas elaboradas para tal fin, y con una estructura preconcebida.
- El entrenamiento permanente para el manejo de programas.
- La gestión de software y hardware.

- La atención a las modificaciones necesarias para apoyar con la dinámica del tiempo el cibermedio.
- El dar formato a los textos del sistema para que el sistema de publicación web pueda procesarlos y generar los HTML.
- La asistencia en la selección de los recursos gráficos que se añadirán a los contenidos y que serán procesados por el sistema de publicación web.
- La asistencia técnica en los errores de funcionamiento y programación que puedan surgir con el código utilizado en el cibermedio.
- La transmisión y verificación de la edición del día en línea.
- La administración del espacio físico definido en el servidor para el hospedaje del sitio.

Para cumplir con sus funciones, el operario requiere la práctica y actualización de conocimientos en el área de tecnologías web, garantizando un nivel acorde con los tiempos y avances tecnológicos.

Fotógrafo: al igual que el infógrafo, el fotógrafo debe centrarse en explotar a través de los géneros periodísticos gráficos como la fotonoticia, fotoreportaje, fotomancheta, fotohistoria en fusión con las características tecnológicas del cibermedio, la imagen fotográfica con criterio periodístico, a la vez que ofrece insumos al infógrafo y diseñador para la realización de su trabajo. Sus labores se concentran en:

- Pensar fotográficamente en hecho noticioso.
- Proponer de acuerdo a las informaciones que se vayan generando, el abordaje fotográfico en los diversos géneros periodísticos gráficos a desarrollar.
- Fotografiar las propuestas discutidas y aquellas que surjan de la rapidez noticiosa.
- Estar en disposición de compartir con el infógrafo/diseñador proyectos que involucren la imagen fotográfica (infografías, cabeceras, reportajes multimedia, etc.).

Consolidando la naturaleza del cibermedio

Indiscutiblemente las tres características básicas del lenguaje ciberperiodístico están relacionadas con: la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad.

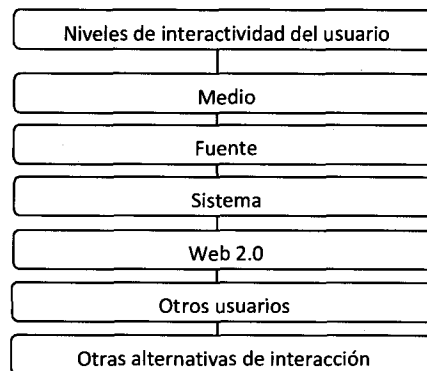
Más que ahondar en la conceptualización de cada una de ellas, nos interesa a los fines de este artículo, los desarrollos que puedan tener dentro del contexto venezolano. El acelerado ritmo que la industria virtual le ha inyectado a estas tres características las ha incluso redimensionado, lo importante es entonces explotarlas, manejarlas y aplicarlas potenciando para ello una capacidad de respuesta.

Mucho se ha hablado de cómo los medios digitales han de tener contenidos hipertextuales profundos, analíticos, pero además interactivos y con proyectos multimediales, pero con equipos limitados de trabajo, difícilmente este deber ser puede llegar a su efectiva aplicación.

De forma tal que esta propuesta se centra en aprovechar esta lógica condición del cibermedio en términos de uso y contexto.

Interactividad: es la posibilidad que se le ofrece al usuario de intercambiar comunicación con cada uno de los miembros del equipo que participa en la producción de contenidos o con el sistema: buscadores, buzón de mensajes, foros, chat, encuestas, sondeos de opinión; blogs, wikis, RSS, podcasting, por mencionar sólo algunas que pudieran ser enriquecidas y/o sustituidas en los años venideros con el avance tecnológico.

Gráfico 3
Carácter interactivo del cibermedio



Fuente: Elaboración propia.

Una de las mayores riquezas que ofrece el carácter interactivo en un cibermedio es la participación que le otorga al usuario, sin que esto implique que la controle absolutamente. Del lado del cibermedio se asume la fortaleza de concederle al informado las múltiples vertientes en el desarrollo de los contenidos.

Hipertextualidad: el relato ciberperiodístico concentra su mayor fuerza en la medida que va afinando la estructura informativa a partir de la cadena de nodos. Muchos estudiosos del campo insisten en la necesidad de incorporarle a los textos noticiosos esta característica; no obstante, tras pocos años de evolución en los cibermedios, varias investigaciones (Oblak, 2005; Salaverría, 2005; Van der Wurff, 2005) llevadas en España han registrado un precario aprovechamiento de esta posibilidad expresiva.

La experiencia ha demostrado que no todas las informaciones al momento de lanzarlas al ciberespacio son susceptibles de adicionarles una variedad de contenidos enlazados. Se requiere saber diferenciar cuándo una información está lista para ofrecerle al usuario la libertad de recorrerla profundizando así su conocimiento.

A la rutina del quehacer periodístico: recopilación, documentación, procesamiento, diseño, contrastación, habría que agregarle la planificación como factor clave en este engranaje. Si bien una noticia le impone velocidad a la difusión, esto limita a su vez una inmediata transmisión de contenido hipertextual. Pero el mismo, puede irse enriqueciendo en la medida que el equipo del cibermedio ejecute su planificación. De manera que diferenciamos noticias con posibilidades de expansión hipertextual, y contenidos que desde su inicio ya son planificados aprovechando valiosas herramientas virtuales.

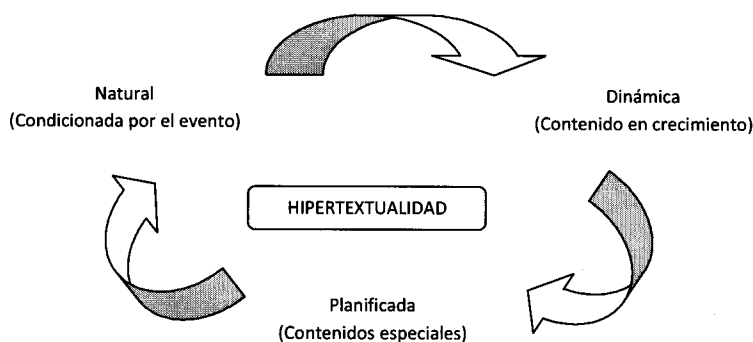
En este sentido se distinguen tres niveles de Hipertextualidad.

Hipertextualidad Natural: la cual responde a la naturaleza del evento noticioso, se toman los elementos inmediatos que se tengan a la mano. Muy frecuentemente, lo que en el mundo del periodismo se conoce como noticias de última hora, que requieren informar al público de forma inmediata, limitan las posibilidades de expansión del contenido. Es importante entonces trabajar de forma conjunta con reporteros de la sala de redacción, y acudir a los documentos de archivo si están relacionadas con el suceso. La intranet de la organización, integrada con el sistema editorial, es fundamental para salirle al paso al conjunto de enlaces que se le ofrecen al usuario.

Hipertextualidad dinámica, es decir, contenidos que van creciendo en la medida que se integran todos los componentes permitiendo ganar profundidad al texto y tejer a voluntad un árbol de informaciones por la cual puede el lector transitar según su propio criterio. Desde este momento la planificación, la organización, saber qué tipos de recursos se necesitan y la continuidad abre el camino a estructuras más completas.

Y, por último, en la **Hipertextualidad Planificada** convergen los niveles anteriores. Se puede dar bien porque el contenido ha ido creciendo a partir de un hecho noticioso, o porque “en frío” se ha realizado toda una planificación de los contenidos. Este nivel de hipertextualidad puede incluir reportajes multimedia, infografías digitales, y cualquier género periodístico que además ofrezca interacción con los destinatarios, es decir, un documento completo donde converjan las tres características propias de un cibermedio.

Gráfico 4
Niveles de hipertextualidad



Fuente: Elaboración propia.

Multimedialidad: la conjugación de texto, imagen, sonido y video en un cibermedio amerita un serio compromiso a la hora de plantearlo en el relato ciberperiodístico. Es importante estudiar muy bien los elementos de la propuesta multimedia, pues el mismo término -con el prefijo “multi”- asusta a muchos ciberperiodistas que deben imprimirle a sus rutinas de trabajo una ardua elaboración cuando de contenidos multimedia

se trata. En la concepción de un proyecto multimedia es cuando más se exige la participación de todos los integrantes del equipo.

El desarrollo de trabajos multimedia amerita cinco pasos fundamentales:

1. **Concepción del proyecto:** Se redacta la propuesta en función de: Contenidos, fuentes, enlaces, soportes técnicos, distribución de las tareas, inversión, etapas del diseño, cronograma de actividades (agenda de trabajo), capacidad de almacenamiento, continuidad de expansión, tiempo, espacio y recursos interactivos que estarán presentes.
2. Una vez esquematizado el trabajo se pasa a la etapa siguiente que es la obtención de la información, imágenes, gráficos, videos. Además del trabajo de reportería: fuentes, documentación, entrevistas, consultas, cada miembro va exponiendo sus avances en torno al proyecto.
3. Con 50% de los recursos textuales, gráficos y audiovisuales disponibles se procede al diseño, como si se tratara de una nueva página, respetando las constantes de identidad de la organización. Esto no impide que el relato multimedia tenga personalidad propia.
4. Se define la intervención de agentes externos como voces en off, música, entrevistados, enlaces a otras páginas que enriquecerán el contenido. Paralelamente el webmaster habrá evaluado los soportes para facilitarle el acceso a los usuarios.
5. Con 100% del plan inicial se procede a la puesta en alta, dejando espacios abiertos para la incorporación de nuevos elementos. Los periodos de prueba en esta parte son necesarios para corregir errores. Aún cuando es difícil dejar a un lado las presiones que el tiempo le impone a las rutinas periodísticas, en este tipo de publicaciones no admite improvisaciones.

Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, marcan la diferencia en el estilo de las rutinas, en la obtención, procesamiento y difusión de la información, pues a estas tres características se suma el principio de la planificación, vital para un producto que desee.

Sistemas Editoriales y Sistemas de Producción de Contenidos

La investigación llevada por Prieto y Mogollón (2006) reveló que los sistemas editoriales en los periódicos venezolanos no abarcaban las fases de producción en los cibermedios provenientes de la plataforma impresa. Hasta ese momento se distinguían cinco tipos de funciones en una sala de redacción: edición de textos, edición de imágenes, edición de paginación y diseño, administración de información, y sistemas de archivo.

Tres años más tarde, la ingerencia del sistema editorial ha quedado para la inclusión automática de los contenidos en el medio digital, sin tomar en cuenta todo el trabajo creativo que se gesta de forma independiente.

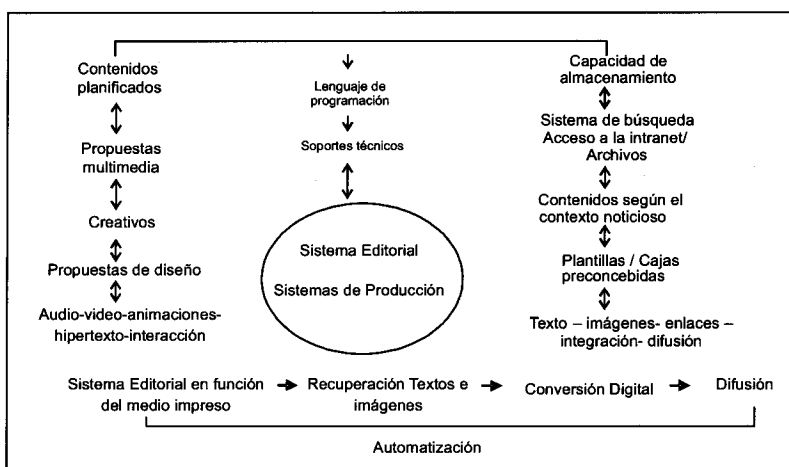
En efecto, es el Sistema Editorial la plataforma donde convergen los distintos recursos tecnológicos para la obtención, procesamiento, manipulación, diseño y divulgación de los trabajos editoriales. Desde una perspectiva virtual deben incluir respuestas de confección interactiva, hipertextual y multimedia. Es decir, no debe quedar por fuera todo el trabajo que se gesta en salas de edición virtual, y que en los sistemas editoriales constituye un excelente soporte para procesar efectivamente el producto informativo.

Un sistema editorial debe configurar su respuesta de acción a los cibermedios tomando en cuenta cinco aspectos básicos:

- Obtención de la información: a través de la intranet se debe tener acceso a toda la documentación almacenada dentro del archivo. Esto incluye textos, imágenes, audios, videos, infografías, etc. El rápido acceso facilita llegar a informaciones ya elaboradas que sirvan de contexto y soporte a las que se elaboren en el momento.
- Procesamiento de contenidos contemplando las características naturales del cibermedio: hipertexto, interactividad, multimedialidad. Un sistema editorial debe trabajar lenguajes de programación que le den cabida a estos tres elementos. A través de cajas o plantillas preestablecidas, se va armando el producto, dando libertad a los diseñadores en sus propuestas pero a su vez facilitándoles el camino para la posible incorporación de acciones que le imprimirán dinamismo a la página.

- Interrelación con otros actores, productos y espacios dentro de la empresa periodística. Mientras el sistema editorial responda a las necesidades propias de este tipo de publicaciones, habrá mucho más apertura para que los periodistas piensen sus contenidos en función del cibermedio.
- Atender a las necesidades de crecimiento de los contenidos del cibermedio.
- Difusión: esta debe estar centrada no sólo en la que se procesa dentro del medio digital, sino desde fuera. Cuando el reportero está en la calle, debe tener apertura hacia los canales que le darán difusión inmediata a la noticia, no solo en la página digital del periódico, sino poder llegar a los móviles de los usuarios.

Gráfico 5
Sistema de producción para el cibermedio



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 5 ilustra los distintos caminos por donde transita el contenido hasta su configuración final.

Flujos de trabajo

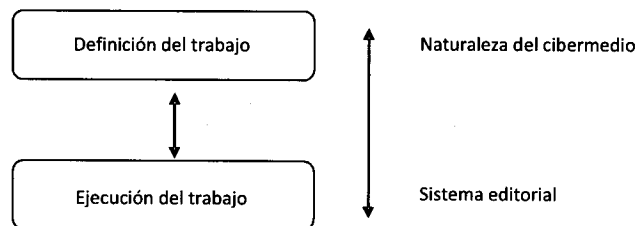
Está claro que el centro de operaciones, el corazón de un cibermedio, es su plataforma editorial. En ella se concentran los procesos, las

búsquedas, los soportes, los intercambios, las interrelaciones, es decir, todo lo que implique un trabajo cuyo fin último es la divulgación. Esto no quiere decir que sean procesos automáticos, y que todo descansa en el sistema. No hay que olvidar que la creatividad es una condición inherente a los proyectos editoriales.

El modelo de flujo de trabajo que se presenta está relacionado con dos áreas funcionales, una que tiene que ver con la definición del trabajo - actividad, actor, datos y aplicaciones- y la otra con la ejecución del mismo. Más para entender y asumir el rol dentro del esquema de trabajo, que para operar en estricta dependencia. Interesa la ejecución en un entorno eficiente con distribución de funciones, y la hemos dejado para el final pues era preciso tener claro tanto las funciones como el proceso del sistema editorial.

El Gráfico 6 muestra las dos áreas por las que se modelan los flujos de trabajo para el cibermedio.

Gráfico 6
Modelo de flujos de trabajo en el cibermedio



Fuente: Elaboración propia.

Cuando en una organización editorial se han definido las funciones y tareas, el flujo de trabajo desencadena la cadena de producción en el medio. En este modelo se expone el flujo de trabajo para los ciberperiodistas, para los diseñadores -infógrafos y fotógrafos- y para el grupo de técnicos -webmaster y operarios o asistentes técnicos-.

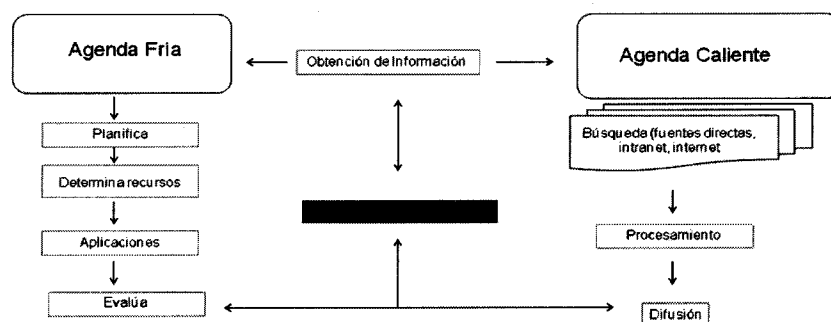
El ciberperiodista se enfrenta en sus rutinas con información que debe procesar de forma acelerada, atendiendo a la naturaleza del evento noticioso, y con contenidos elaborados, es decir, producciones que im-

plican toda una planificación del trabajo. El Gráfico 7 muestra cómo es este flujo de trabajo para los periodistas en el cibermedio.

Este modelo está formado por el proceso como entidad fundamental y por las funciones del ejecutor asociadas a tal proceso. En el sistema editorial convergen ambas decisiones.

Por su parte, al ilustrar el flujo de trabajo de un diseñador en el Gráfico 8 se aprecia que al igual que en el caso del ciberperiodista, se dan estados transversales, lo que se traduce en diferentes fases de producción, pero además de articulación con los demás miembros del equipos.

Gráfico 7
Flujo de trabajo del ciberperiodista



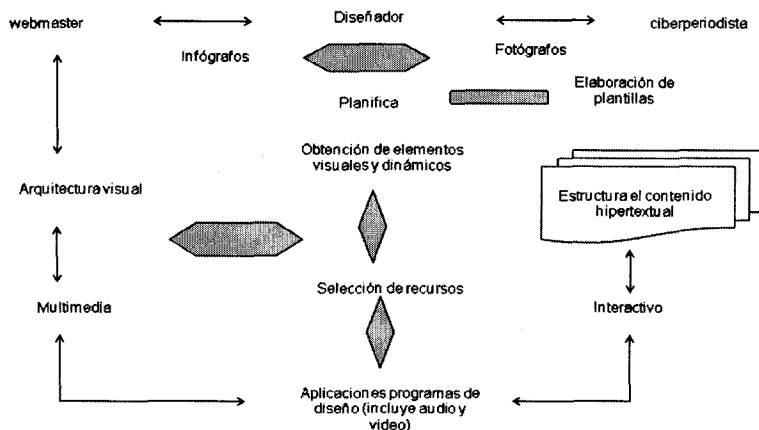
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al webmaster (los operarios o asistentes técnicos lo acompañan en cualquiera de las fases) sus tareas no son lineales, ni en cuanto al procesamiento del producto ni en la interrelación con los miembros del cibermedio, razón por la cual en el Gráfico 9 la secuencia puede comenzar por cualquiera de los protocolos establecidos.

Consideraciones finales

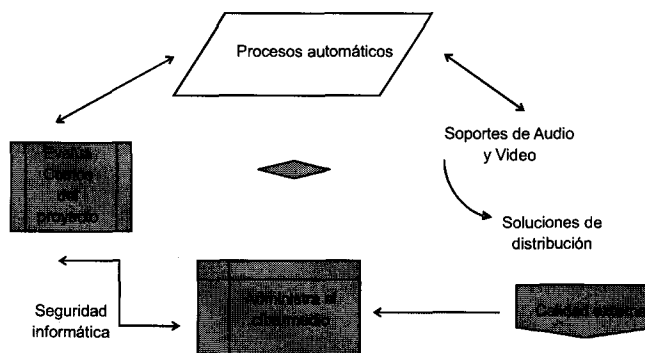
La influencia que la macrored ha tenido en los cibermedios ha llevado indiscutiblemente a redimensionar además del rol del periodista, las formas de ejecución de los contenidos. Si bien existe consenso en

Gráfico 8
Flujo de trabajo del diseñador



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9
Flujo de trabajo del webmaster



Fuente: Elaboración propia.

cuanto a las características que deben prevalecer en un medio digital en cuanto a hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, las mismas difieren entre uno y otro de acuerdo a cómo sean asumidos sus procesos.

No cabe duda que el contenido ideal debe estar sujeto a los aspectos mencionados, pero se impone atender a la realidad de la estructura inter-

racterísticas naturales del cibermedio: hipertexto, interactividad, multi-medialidad; interrelación con otros actores, productos y espacios dentro de la empresa periodística; atender a las necesidades de crecimiento de los contenidos del cibermedio y la difusión, la cual debe estar centrada no sólo en la que se procesa dentro del medio digital, sino desde fuera.

Por otra parte el modelo de flujo de trabajo que se presenta está relacionado con dos áreas funcionales, una que tiene que ver con la definición del trabajo -actividad, actor, datos y aplicaciones- y la otra con la ejecución del mismo.

El flujo de trabajo precisa la cadena de producción en el medio una vez se han definido las funciones y tareas en una organización editorial. En este modelo se expone el flujo de trabajo para los ciberperiodistas, para los diseñadores -infógrafos y fotógrafos- y para el grupo de técnicos -webmaster y operarios o asistentes técnicos-.

La empresa periodística debe tomar en cuenta la importancia y el alcance de los sistemas editoriales en tanto brindan la oportunidad de proveerle al ciberperiodista la apuesta de los contenidos de forma integral. Además, no sólo tendrán el conocimiento y control de esta tecnología, sino, capacidad para enfrentar este proceso continuo de cambios lo que traduciría aumento de la eficiencia y una mejor adaptación de la producción en la generación de la noticia y todas las implicaciones que conlleva la experimentación de nuevas opciones.

En tal sentido, se debe asumir el firme propósito de intervenir el aprendizaje de esta herramienta pero a escalas de integración completa por parte del ciberperiodista. Es necesario que la planificación del aprendizaje tecnológico esté acompañado por un equipo multidisciplinario de forma tal que pueda llegarse a una comprensión cabal de la plataforma digital que da paso a la compleja producción del cibermedio.

Referencias

- Bastienier, Miguel Angel (2001). **El blanco Móvil**. Curso de periodismo, Madrid, Grupo Santillana Ediciones.
- Cabrera, María (2000). **Retos en el diseño de periódicos en internet**, *Revista Latina*, Año 3, Segunda Época, No. 25, pp 1-6, en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/149malaga.html> (Consulta: 2008, marzo 15).

na de los cibermedios para entender y hacer posible que dicha plataforma sea capaz de sustentar una producción digital acorde, primero, a la naturaleza del ciberespacio, y segundo, a los recursos con los cuales se cuenta al momento de hacer posible la puesta en pantalla de los contenidos.

Una vez estudiadas las características del cibermedio, pasando por los procesos de producción del contenido, los flujos de trabajo del equipo multidisciplinario (periodistas, diseñadores, técnicos), los perfiles de los profesionales que desde diferentes disciplinas laboran en el cibermedio, el modelo de diseño aplicado, la capacidad tecnológica y el uso del sistema editorial que permite administrar la producción, edición y publicación de los contenidos, se presentó un modelo que abarca cada una de las fases de producción.

Se propone el desarrollo de los cibermedios a partir de una interactividad que implique el intercambio de comunicación con: cada uno de los miembros del equipo que participa en la producción de contenidos, con otras alternativas de discusión difundidas por el cibermedio (informaciones, reportajes, reportajes multimedia); con el sistema: buscadores, buzón de mensajes, foros, chat, encuestas, sondeos de opinión; y, con las que en la actualidad ofrece la web 2.0 que pueden ser incorporadas al medio digital.

En segundo lugar se ofrece una modelo que contemple la hipertextualidad dentro de los contenidos vista desde tres perspectivas: Una hipertextualidad natural, la cual responde a la naturaleza del evento noticioso; una Hipertextualidad dinámica, es decir, contenidos que van creciendo en la medida que se integran todos los componentes permitiendo ganar profundidad al texto y tejer a voluntad un árbol de informaciones por la cual puede el lector transitar según su propio criterio; y una Hipertextualidad planificada donde convergen los niveles anteriores.

Igualmente la planificación es factor determinante en la multimedialidad y se inicia en la propuesta de contenidos, sigue con la obtención de la información, el diseño, hasta llegar a la inclusión de agentes externos como voces en off, música, entrevistados, enlaces a otras páginas que enriquecerán el contenido.

En cuanto al sistema editorial se debe configurar su respuesta de acción a los cibermedios destacando cinco aspectos básicos: Obtención de la información (intranet); procesamiento de contenidos contemplando las ca-

- Henríquez, Patricia (2006). “**Formación universitaria en Periodismo Digital**”. En M. Rojano (Ed.) **Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006** (pp. 197-214), Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- Mogollón, Hazel y Prieto, Carmen (2006). Las TIC en la generación de contenidos periodísticos en Venezuela. En **Revista Latina de Comunicación Social** 61, II época, de enero-diciembre 2006, La Laguna (Tenerife), disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200616MogollonyPrieto.pdf> (Consulta: 2008, febrero 02)
- Prieto García, Carmen M. y Farías de Estany, Jenny (2007). www.panodi.com: procesos de producción de un cibermedio local. En **Revista Hologramática**. Facultad de Ciencias Sociales UNLZ Año IV, Número 6, V1, pp.153-176. ISSN 1668-5024, disponible en <http://www.ciencia-red.com.ar/ra/doc.php?n=570> (Consulta: 2008, abril 28)
- Salaverría, Ramón (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo, Chasqui, 86, junio 2004, disponible en www.chasqui.comunica.org/content/view/102/72 (Consulta: 2008, marzo 12).
- Salaverría, R. (2005). An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11, *Gazette*, 67(1), pp. 69-86.
- Oblak, Tanja (2005). The Lack of Interactivity and Hypertextuality in Online Media, *Gazette*, 67(1), pp. 87-106.
- Van Der Wurff, R. (2005). **Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions**. En *Gazette*, 67(1), pp. 107-120.