



# **UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.**



---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“ESTUDIO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA PRENSA ESCRITA  
POR EL SURGIMIENTO DE LA PRENSA DIGITAL”**

**TESIS PROFESIONAL**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

**LORENA ISABEL PEREYRA MACEDONIO**

ASESOR DE TESIS:

**LIC. ÓSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA**

**Coatzacoalcos, Veracruz**

**2012.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Con especial agradecimiento a todos los que contribuyeron intelectualmente a mi formación académica y supieron guiarme hasta llegar a la recta final, a quienes me brindaron su confianza y me abrieron las puertas de los celosos medios de comunicación, permitiéndome así combinar la teoría con la verdadera práctica periodística.

Y sobre todo mi respeto a aquellos seres que durante casi cinco años sacrificaron mil cosas por proveerme de lo necesario, que me acompañaron en mis logros, me dieron bases para distinguir qué camino me convenía tomar, me enseñaron a no temerle a nada, sino a poder enfrentar retos, me dieron ánimos y me enseñaron que no hay fracasos sólo lecciones de vida.

Mi infinita gratitud a mi familia y sobre todo a mis padres porque apostaron a ciegas todo lo que tenían... y hasta lo que no, con la única ilusión de saberme *Licenciada* y desearme un futuro lleno de prosperidad.

## **Índice**

Estudio del desplazamiento de la Prensa Escrita por el surgimiento de la Prensa Digital

Introducción

I. Prensa Escrita

1.1 ¿Qué es el Periodismo?

1.2 Planteamientos de la Prensa Escrita

1.3 Rol del Periodista en el medio impreso

1.3.1 Oportunidades del Periodista tradicional

1.4 Periódicos, Revistas y Sociedad

II. La Prensa y su incursión en Internet

2.1 La Revolución del Internet

2.2 Contexto de la Prensa Escrita ante la era tecnológica

2.3 La Prensa y el desafío de Internet

III. Prensa Digital

3.1 ¿Qué es la Prensa Digital?

3.2 Rol del Periodismo en la era Digital

3.2.1 Retos para el Periodista Digital

3.2.2 Oportunidades del Periodista Digital

3.3 La Prensa Digital ante la sociedad moderna

IV. Análisis de la aparición de la Prensa Digital y sí ésta desplazará a la Prensa Escrita

4.1 Prensa Escrita vs Prensa Digital

4.1.1 Ventajas

4.1.2 El papel del lector

4.1.3 Desventajas

Conclusión

Bibliografía

## Introducción

En el capítulo **I. La Prensa Escrita**, se presenta el concepto de Prensa Escrita, como el instrumento mediante el cual la información se obtiene, procesa y finalmente, mediante signos gráficos y su impresión en papel, se comunica. Así mismo se incluye su planteamiento, origen, evolución, y su presentación como periódico y revista. Explicando de cada uno de estos, qué son, cómo son, su periodicidad y contenido.

Se definirá al periodismo como una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar [información](#) relativa a la actualidad, presentando sus modalidades: Periodismo Informativo e Interpretativo o de Opinión. Así como sus diversos géneros:

+Noticia o Nota Informativa

+Entrevista

+Reportaje

+Columna

+Editorial

El rol del periodista también se plantea en éste capítulo, cómo tanto él y el medio impreso han evolucionado a la par de la sociedad; en la manera de pensar, buscar la información y el para qué utilizarla. Se muestran los principios de la Prensa Escrita con el periodista, qué se espera de él ahora, así como las ventajas y desventajas que ha traído consigo dicha evolución.

Además se encontrarán cuáles son las oportunidades del periodista tradicional, es decir, el profesionalista que lleva mucho tiempo en el medio impreso y se guía por las técnicas aprendidas desde hace muchos años, las cuales son diversas y algunas se contraponen a las actuales.

Concluyendo con mostrar la estrecha relación que existente entre periódicos, revistas y sociedad.

En el capítulo **II. La Prensa y su incursión en Internet**, se plantea la llegada de nuevas tecnologías, su mezcla con la información y comunicación, logrando un consumo masivo.

La Revolución de Internet, desde su sorpresiva y casi desapercibida llegada, hasta que la sociedad es dependiente de ella. Su unión con la Prensa y el desafío de ésta ante su incursión en Internet, debido a que la cantidad de personas que optan por el Internet como medio para informarse crece velozmente.

En el capítulo **III. El Periodismo digital**, también llamado 'ciberperiodismo', se define a éste concepto como un término nuevo y usado para describir la tendencia que el periodismo tiene a desarrollarse en Internet.

Así mismo se presentan los retos que el periodista digital tiene ante las expectativas y necesidades de la sociedad, al igual que las características con las que debe cumplir para adaptarse a la era digital.

Además se muestra el reto que el periodismo enfrenta ante Internet, ya que no todos son beneficios, si es cierto que se puede encontrar lo que se desee en segundos, también es cierto que tiene su lado fatigoso, si se quiere tener un buen trabajo hay que darse a la tarea de averiguar de dónde viene o de dónde sale la información.

Por lo cual se explica el por qué la Prensa Digital ante la sociedad moderna tiene la misión de aumentar el número de lectores utilizando primero la página web de periódicos ya establecidos y conocidos por ser impresos.

El capítulo **IV. Análisis de la aparición de la Prensa Digital y sí ésta desplazará a la Prensa Impresa**, confronta los beneficios y desventajas de la Prensa Digital y la Prensa Impresa, analizando también el Lenguaje de ambas y la manera en que modifican el mismo lenguaje.

## I. Prensa Escrita

La vida cotidiana está rodeada de diversos medios de comunicación, diario vemos, leemos y escuchamos alguno de estos; definirlos ha sido una tarea complicada, incluso para los especialistas, debido a la gran cantidad de conceptos que involucran.

No obstante se puede decir que la Prensa Escrita es el instrumento mediante el cual la información se obtiene, procesa y finalmente, mediante signos gráficos y su impresión en papel, se comunica.

*“La Prensa Escrita es el medio periodístico por excelencia y tiene dos formas de presentación: como diario y como revista. En ambos casos, la constancia en los tiempos de aparición –cada día semana, cada mes- contribuye a su acreditación pública”<sup>1</sup>*

Mismos que desde hace varios años se han mantenido en el gusto del público, tratando a su vez de modificar sus características para adaptarse a los requerimientos de la sociedad moderna.

Debido a la gran aceptación de la Prensa Impresa múltiples empresas han decidido invertir y apostar su futuro dentro de esta área, dando como resultado que en la actualidad existan variadas revistas y periódicos, cada uno con un estilo y forma diferente, pero todos compartiendo el objetivo de informar.

---

<sup>1</sup> Marín, Carlos. Manual de periodismo. México D.F, 2007. Ed. Best Seller. Pág.21

## 1.1 ¿Qué es el Periodismo?

El periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar [información](#) relativa a la actualidad, puede ser de carácter informativo, interpretativo o de opinión. La información es difundida por [medios](#) o soportes técnicos, lo que da lugar al Periodismo Gráfico, [Prensa Escrita](#), [Periodismo Radiofónico](#), [Audiovisual](#) (mediante [televisión](#) y el [cine](#)) y el [Periodismo Digital](#) o Multimedia.

El periodismo es el oficio o profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Se define como oficio o profesión porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchas empresas, en las universidades ya existe la carrera de Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social o Ciencias y Técnicas de Comunicación, en donde, además de impartirse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

Aunque el objetivo del periodismo, como anteriormente se mencionó, es el de relatar lo que ocurre en la sociedad y su entorno, hay varias formas de hacerlo, es decir, existen diversas clases de periodismo, dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos clases existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo investigativo.

El periodismo informativo, como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento. La tarea más importante que debe de cumplir es lograr que lo que se narra sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público, pues de lo contrario, el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería.

El periodismo investigativo, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica tener en cuenta no sólo al



presente, sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular; su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, pistas, personajes y testimonios.



Ésta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia. Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista, mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema, tome conciencia acerca de él.

Por otra parte, el periodismo tiene diversos géneros como son:

Noticia o nota informativa:

Genero fundamental del periodismo, es el que nutre a todos los demás, y cuyo propósito único es dar a conocer hechos de interés colectivo. Es el género menos subjetivo de todos, ya que no se dan opiniones, es decir, se informa del hecho ocurrido y nada más.

En la noticia el periodista no debe dar su apreciación sobre los hechos, no se califica lo que se informa y mucho menos se emite algún juicio sobre si las cosas son justas o injustas, convenientes o no. El profesional se debe concretar a relatar los acontecimientos y dejar que sea el receptor quien elija que postura asumir y a que conclusión llegar.

Entrevista:

*“Se llama así a la conversación con propósitos de difusión, la cual es sostenida entre un periodista y uno o varios entrevistados, quienes deberán ser expertos en algún tema o ser protagonistas de algún acontecimiento trascendente. De éstos últimos se recopilan noticias, datos, opiniones, comentarios, juicios e interpretaciones de interés social y se obtienen de sus respuestas”.<sup>2</sup>*

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista, es un intercambio de información que se efectúa cara a cara, por lo cual es entrevistador debe poseer habilidades de análisis para conjuntar lo que dice con las expresiones de su rostro y cuerpo.

Muchas veces el entrevistado dice cosas y su cuerpo expresa otras, mediante gestos, miradas, ruboraciones, etc. de las cuales el periodista debe estar alerta para replantear la pregunta y lograr obtener datos que representen una noticia.

Crónica:

Es la narración temporal de un acontecimiento, generalmente se realiza en el orden en que éste ocurrió, a menudo es hecho por testigos presenciales o

---

<sup>2</sup> Marín, Carlos. Op Cit. Pág. 1

contemporáneos, ya sea en primera o en tercera persona. Es la historia detallada de un país, región, localidad, época, de un hombre o acontecimiento en general.

“Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista, más que retratar la realidad, este género recrea la atmosfera en que se produce determinado hecho y cómo se desarrolló”.<sup>3</sup> Logrando así que quien la lea pueda tener la impresión de haber presenciado los hechos. La belleza de la crónica radica en la subjetividad que le otorga quien lo escribe.

Reportaje:

“Es lo más vasto de los géneros periodísticos, en éste se pueden incluir todos los demás géneros. Es un género periodístico muy completo ya que contiene noticias, entrevistas o crónicas, así mismo puede incluir el ensayo o un cuento”.<sup>4</sup>

El reportaje investiga, describe, informa, entretiene y documenta, se caracteriza por ampliar, complementar y profundizar la noticia, con la finalidad de explicar un problema, plantear una hipótesis o contar un suceso.

La información que contiene debe ser veraz y no admite desmentidos, muestra la realidad para mover, sacudir, convencer al lector y en mejor de los casos se realiza para que la realidad mostrada se modifique. Suelen aparecer en los diarios, pero debido a la extensión que suelen alcanzar su mejor medio de expresión son las revistas, ya sean semanales, quincenales o mensuales.

Actualmente los reportajes televisivos y radiofónicos suelen ser más comunes en algunos canales y estaciones, pero su ámbito natural es el de los medios impresos.

Columna:

---

<sup>3</sup> Ibidem

<sup>4</sup> Vid Supra

La columna es un espacio fijo y periódico en un medio. Generalmente está a cargo de un periodista, pero también puede ser escrita por un especialista, por ejemplo, un médico o un deportista. Normalmente una columna tiene el objetivo de mostrar puntos de vista ante una noticia. Se divide en dos:

Columna de autor:

*“Es un espacio generalmente identificado con el nombre del periodista o un seudónimo, están basadas en la idea de crear cierta complicidad entre el autor y el lector dada la familiaridad y frecuencia con que aparecen sus comentarios, además de que suelen incluir un correo electrónico para que el lector envíe sus comentarios”.*<sup>5</sup>

Columna de tema:

*“En este caso la columna no está a cargo de un solo autor, sino de varios que vierten su opinión sobre un mismo tema. El tema puede ser cualquiera pero fijo, el deporte, las noticias internacionales o un suplemento de salud o cocina, la clave está en que este espacio tenga una identidad propia y sea reconocida, para ello suele aparecer siempre en el mismo espacio de la revista o periódico”.*<sup>6</sup>

En general la columna debe tratar de manera breve pero sustancial uno o varios temas de interés y tiene como característica principal aparecer con una fisionomía, presentación tipográfica constante y un nombre invariable.

Artículo:

Es género subjetivo clásico; el periodista expone sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes del momento (artículo editorial), así como

---

<sup>5</sup> Marín, Carlos. Op Cit. Pág.1

<sup>6</sup> Vid Supra

temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata (artículo de fondo). Es un texto que presenta la postura personal del periodista frente a un acontecimiento o un problema actual o de interés general. Mediante estos textos se pretende muchas veces influir en la opinión de los lectores.

Editorial:

Es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana, quincena y mes si se trata de las revistas. La elaboración de este género requiere de periodistas especializados, quienes deben tener un amplio dominio del tema que abordan, así como de la redacción, con el fin de que el tema que abordan contenga juicios y conclusiones sólidas, coherentes para que puedan imponerse ante el criterio del lector.

El editorial se puede diferenciar de los demás géneros periodísticos debido a que no aparece firmado, si no que sus conceptos son responsabilidad de la institución, ya sea revista o periódico, quienes por este medio argumentan sus convicciones ideológicas.

El periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión, hay diversos géneros inmiscuidos, los cuales se distribuyen por múltiples medios de comunicación, por ser un área muy amplia y noble para desenvolverse como profesionistas, diversas instituciones educativas se están especializando en ello, pero es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodista no basta con estudiar, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia a veces puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y por qué medio hacerlo.

## **1.2 Planteamientos de la Prensa Escrita**

La Prensa Escrita es un [sistema](#) tecnificado de la comunicación humana, que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos, procedentes de una o varias



[fuentes](#), para transmitirlos mediante un canal, ya sea periódico o revista.



Periódicos y revistas, forman parte de la prensa escrita.

*“Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye, y plantea soluciones, influye así en el público lector, es decir, informa y orienta cultural e ideológicamente. El medio de mayor antigüedad es el periódico como consecuencia del invento de la imprenta, este suceso revolucionó la comunicación mundialmente.”<sup>7</sup>*

La evolución del medio escrito tiene sus orígenes después de la cultura oral del ser humano. En esta etapa oral, el hombre evolucionó en sus relaciones sociales, el lenguaje, la cultura y la [comunicación](#), lo cual dependía en gran medida en la capacidad de recordar y contar historias que se perpetuaban con el paso de las generaciones, hasta que el hombre crea la escritura y los medios que lo soportarían, así aparece la cultura de la escritura y la imprenta, método de intercomunicación humana que se realiza por medio de signos gráficos.

La prensa escrita es el conjunto de publicaciones impresas en papel que tienen como objetivo informar y entretener a la sociedad. Dentro de la prensa escrita podemos encontrar desde publicaciones diarias dedicadas a la información de actualidad como Periódicos y publicaciones más espaciadas entre emisión y emisión, ya sea quincenal, mensual o anual, como es el caso de algunas Revistas.

---

<sup>7</sup> Rivedeira Prada, Raúl. Gran enciclopedia de periodismo.2007. Ed. Aniversario. Pág. 284.

Periódico:

Un periódico es un medio de comunicación impreso que permite informar a los lectores, con claridad y veracidad, lo que sucede a su alrededor. A diferencia de otros medios, el periódico puede abarcar más temas.

Un periódico debe contener información según el público al que va dirigido, en la mayoría de los casos los periódicos de una misma región suelen contener las mismas noticias, la diferencia radica en el estilo de redacción y las imágenes, es decir, hay publicaciones que se conducen cuidando las palabras empleadas, de manera que nadie se sienta agredido, cuidan la ortografía y las fotografías, estas de tal modo que no sean grotescas para la sociedad o bien no dañen la imagen de alguien, aun más si se trata de menores de edad o violaciones.

Existen otras publicaciones que se venden por ser amarillistas, contienen titulares con doble sentido, chuscos y hasta pueden resultar ofensivos para quienes forman parte de la noticia, estos por lo general venden por las imágenes que otros diarios no se atreven a publicar, por lo cual basan su ventas en el morbo de la población.

El periódico contiene diversas secciones para darle orden a la publicación, es usual que se establezcan con el mismo nombre y una presentación gráfica similar. A veces, las secciones se definen por temas, por ejemplo: deportes, cultura, política, economía, sociales, etc.; otras, se definen por el tratamiento de la información: entrevista, noticias breves, crónicas, columnas, etc. Es común que un mismo periódico tenga ambos tipos de secciones.

Revista:

“La palabra revista en inglés (magazine) es de origen árabe y significa almacén, esto debido a que es un conjunto de diversos elementos, pero unidos por un fin y características comunes”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fogues, Chris. Diseño de revista. México D.F, 2000. Ed. Mac Graw-Hill-Interamericana. Pág. 7

Es el medio impreso que tiene un acabado especial, generalmente empastado o engrapado, el material en que se imprime es de mayor calidad, resistencia y durabilidad que el del periódico. Es una combinación de varios temas como horóscopos, espectáculos y test. Aunque algunas suelen ser especializadas: de cocina, medicina, arte, deportes, tecnología etc.

La temática de las revistas depende del público al que se dirija: infantil, juvenil o público adulto, así mismo al género, hay revistas para hombres y mujeres.

En general este medio de publicación impreso, requiere de mayor dedicación, tiempo e imaginación para crear grandes diseños que llamen la atención, ya que por el tiempo que existe entre publicación y publicación, al salir al mercado compiten entre decenas y su principal arma para atraer al consumidor es la portada.

A pesar de lo importante que es el colorido y presentación de la revista, a diferencia del periódico requiere de menos personal para su elaboración.

Formatos:

Dependiendo del tamaño de la publicación de la prensa escrita, existen principalmente cuatro formatos de impresión:

- Formato sábana (broadsheet): Se trata de un periódico de tamaño 60 x 30 centímetros, aproximadamente. Ha sido el más empleado por los periódicos más prestigiosos del mundo, aunque muchos lo han cambiado últimamente por el tabloide o el berliner.
- Formato tabloide: Tiene un tamaño de 38 x 30 centímetros.
- Formato berliner: Sus medidas son aproximadamente de 47 x 30 centímetros.
- Formato arrevistado: Es el tamaño más pequeño; empleado, habitualmente, por publicaciones semanales o mensuales



### **1.3 Rol del Periodista en el medio impreso**

El rol del periodista en el medio impreso a evolucionado como todos los medios y todo lo que rodea a la sociedad, incluso como ser humano y profesionalista se ha evolucionado, en la manera de pensar, buscar la información y el para qué utilizarla. En los inicios de la prensa escrita las tareas del periodista no eran tan complicadas, como el medio estaba surgiendo todo resultaba novedoso para la población.

Así mismo requería de más tiempo para buscar su información y en la mayoría de los casos ésta llegaba a sus manos por la novedad del medio, en

cuyas páginas deseaban aparecer miembros de la clase rica, en especial se ocupaba con información política, cosa que no ha cambiado mucho.

La desventaja con la que contaba es que su publicación era muy tardada y no tenía gran alcance, ya que no se contaba con las grandes maquinas que hoy en día se tienen y con las cuales, se imprimen miles de periódicos y revistas diarios. Las cosas han cambiado desde la forma en plasmar la información, iniciamos con pluma y papel, seguimos con la maquina mecánica, después la maquina eléctrica y actualmente las computadoras.

Las salas de redacción no eran como ahora, llenas de personal, personal que se divide el trabajo, hay reporteros, fotógrafos, editores, correctores de estilo, jefes de información, jefes de redacción, personas encargadas de la impresión, circulación del medio impreso, de publicidad y de ventas. Haciendo con esto del Medio Escrito un medio de calidad.

En la cuestión del personal las cosas parecen seguir cambiando, pues en sus inicios el Periodismo Impreso involucraba poco personal, después se jerarquizó el trabajo, los periodistas se especializaron en un área en particular y con esto más personas tenían empleo, ahora la situación parece ir en reversa, con el implemento de la tecnología se requiere menos personal y mayor conocimiento general de la labor periodística.

La obligación del periodista en teoría es trabajar por la verdad, buscar las fuentes de información y aproximarse a ella, pero al hacerlo se debe saber dejar atrás sus prejuicios, y apreciaciones personales, para que la información sea de carácter imparcial, refleje la realidad, más no la situación de quien escribe.

Su objetivo diario debe ser informar a la comunidad de los hechos que merecen ser convertidos en noticias, dar a conocer acontecimientos de interés público, pero antes de realizarlo es importante que se tome un tiempo para valorar y jerarquizar los datos que ha obtenido, analizando la manera en que los datos que obtuvo se presenten de tal forma que causen un impacto en la sociedad, ya que muchas veces el periodista logra obtener importantes datos, pero al no saber redactarla o presentarla, no trasciende.

El periodista en su afán de informarle al mundo lo que acontece a veces puede cometer errores como es el precipitarse y sacar a la luz pública datos

que carecen de validez, por lo cual es necesario averiguar muy bien lo que se publicará y no dejarse llevar por rumores, ya que de lo contrario se puede caer en problemas como demandas por difamar a alguien. Además, el periodista al no verificar que su información tenga veracidad, no solo daña su reputación si no que afecta la imagen del periódico o revista para la cual trabaje.

Muchas personas tienen un periódico o revista de su preferencia, y si lo tienen es porque se ven identificados con las notas, artículos o columnas que en éstos se publican, e incluso llegan a sentirse estrechamente relacionados con quien redacta, llegando a conocer perfectamente su estilo y enfoque de redacción, por lo anterior recae la importancia de que el periodista debe estar seguro de lo que se dará a conocer, ya que el consumidor no es tonto y de sentirse engañado automáticamente pierde la confianza en su medio impreso de preferencia y con ello las ganas de invertir su dinero en un medio que carece de veracidad.

En su trabajo diario el periodista debiera cuidar no convertir en risa lo que es causa de dolor para otros, ni tristeza lo que es motivo de alegría, así como no magnificar los hechos.

El principal trabajo periodístico recae en saber amar lo que se hace, ya que por todos es bien sabido que esta es una profesión que no deja grandes ganancias económicas, a pesar de ello requiere de sacrificar mucho tiempo ya que en este trabajo no hay días festivos, no hay pretextos, diario hay que salir a buscar la información, los periódicos deben estar todas las mañanas en los estantillos y las revistas deben salir con la periodicidad establecida.

El reto del periodista impreso no consiste solo en salir, recopilar, organizar y publicar información, sino que además se debe saber escribir con claridad, ser concisos, tener buena ortografía y gramática, y sobre todo pensar como se presentará la información, ya que las revistas y periódicos acompañan a la gente, en el trabajo, en su casa, oficina escuela, etc., dándole la oportunidad de analizar los errores que se han impreso, y que como medios de comunicación no se pueden permitir.

Por otro lado es un reto vender, lo cual se puede lograr con buenas imágenes y títulos que llamen la atención, no basta consolidar un gran periódico o revista, el mayor reto es hacer que la gente lea cada página de estos.

El periodista impreso generalmente sirve a una institución local o regional, por lo cual debe poseer una cultura general de los acontecimientos y de la sociedad en que vive, y sobre todo de la empresa donde labora, ya que resulta penoso que una persona con la revista o periódico en mano de la empresa de la que se es parte, sepa más cosas de las que el periodista conoce.

El periodista impreso debe querer lo que hace, debe poder caminar por las calles viendo a cientos de personas con el medio en que se redacta en las manos y no agachar la cabeza, ya que está seguro de lo que ahí escribió.

El periodista que forma parte de la Prensa Escrita tiene que luchar siempre por obtener notas con carácter de exclusividad, o ingeniarse la manera de tener datos extras, datos que los demás medios no tengan, lo anterior debido a que la prensa escrita cuenta con la ventaja de ser tangible y por lo cual acompañar al lector a sus diferentes destinos, pero a la vez tiene la desventaja ante ellos de no poseer tanta inmediatez, como es el caso de la televisión o la radio.

Por lo anterior recae la importancia de que la Prensa Escrita debe presentar datos que no hayan sido publicados el día anterior, crear de lo ya visto una nueva noticia, crear polémica, dar pie a nuevos temas e incluso hilar noticias, deducir que hay algo oculto y proponerse aclararlo por medio de la investigación.

### 1.3.1 Oportunidades del Periodista tradicional

Las oportunidades con las que cuenta un periodista tradicional, entendiéndose por ello al profesionalista que lleva varios años en el medio impreso y se guía por las técnicas aprendidas desde hace varios años, son diversas y se contraponen, por un lado hablando de información tiene mayores posibilidades de obtener una nota que el nuevo periodista, por muy preparado que esté.

Los medios de comunicación, son un campo muy celoso y hasta exclusivo, donde pocos logran acceder a un medio de renombre, y aun logrando acceder, cuesta mucho trabajo y dedicación consolidarse como un periodista serio.

Al tener años de experiencia, el periodista tradicional tiene mayor visión de lo que puede ser noticia y a dónde acudir en busca de ella. Si bien estamos en la era de la tecnología, se defenderá con sus contactos hechos a los largo de los años, y sobre todo sabrá sobrellevar la tensión que una sala de redacción puede ocasionar.

*“Solo quien ha trabajado en la redacción de un periódico puede valorar la situación, tensa y hasta dramática, con que se produce a diario un periódico, en la que lo normal es que nunca se disponga de tiempo suficiente y nunca se cuente con el espacio o número de páginas necesarios.”<sup>9</sup>*

Una de las principales oportunidades que pudiera tener el periodista tradicional o consolidado es que son las personas idóneas dentro de la sala de redacción del periódico o revista para ser el feje de redacción, tal vez no sea la persona que posee la mayor cantidad de conocimientos de tecnología, por el contrario puede estar peleado con ella, pero sí tiene una gran capacidad para resolver los problemas que en la redacción se pudieran presentar y afectar la impresión.

---

<sup>9</sup> Gäde, Reinhard. Diseño de periódicos, sistemas y métodos. Barcelona 2002. Ed. Gustavo Gili, S.A. Pág.7

Además tiene una gran visión de lo que debe considerarse noticia, sobre como jerarquizar la información y la imagen que se quiere proyectar para vender, sin olvidar que cuenta con los conocimientos de cuál es el estilo de su empresa, qué puede publicar y qué no, para evitar problemas futuros.

Otra de las características de los periodistas tradicionales es que en su mayoría cuentan con una gran memoria, pueden trabajar con la simple ayuda de una libreta y lápiz, sin necesidad de cargar cámaras de video, grabadoras reporteras, audífonos, etc. Suelen saber explotar al máximo los recursos humanos más que los tecnológicos.

Con la práctica en teoría debieron haber desarrollado una excelente ortografía y redacción, por lo que con facilidad pueden mutar de área, de reportero a corrector de estilo, o viceversa al poseer conocimientos generales.

El haber pasado varios años en el medio impreso seguramente se habrá aprendido el proceso que se requiere para una publicación, por lo cual es más fácil adaptarse a una nueva área y conservar el empleo por más tiempo.

Al ser parte de un medio impreso tiene mayores posibilidades de obtener ganancias, ya que su trabajo requiere de más tiempo, dedicación y esfuerzo, por lo cual el sueldo que amerita es mayor, al menos en teoría así debería ser.

El periodista puede trabajar en diversas áreas, no solo dentro del periódico, si no que tiene la oportunidad de trabajar para la comunidad que le rodea, además al estar en contacto directo con ésta, podrá saber cuáles son sus requerimientos y adaptarse a ellos. No se puede quedar estancado viendo como todo avanza a la velocidad de la luz, no debe dejarse desplazar por la sociedad moderna, por el contrario debe luchar por la conservación del medio donde ha laborado por años.

Sin duda alguna la principal oportunidad que te da un medio impreso es la estrecha relación que existe con la sociedad, al desenvolverse en el medio de comunicación se crearán grandes relaciones, que sin duda alguna en algún momento de la vida serán de gran ayuda.

## **1.4 Periódicos, Revistas y Sociedad**

*“Existen cientos de revistas, tanto en versión impresa como electrónica. Y las que sólo existen en formato impreso han adoptado algunos elementos digitales de los nuevos medios para modernizar su estilo. En realidad, si el mercado de revistas impresas ha desaparecido para cuando esto salga publicado, buena parte de la obra -no toda- dejará de tener sentido, pero no creo que eso pase. Las revistas ya han hecho su sitio en la cultura popular y cuentan con la fidelidad de sus lectores. Es posible que tengan que seguir adaptándose para mantener su originalidad y su valía, pero esto es lo que redactores, diseñadores de revistas han estado haciendo en los últimos 150 años”.*<sup>10</sup>

Definitivamente como menciona la cita anterior las revistas y periódicos han creado una estrecha relación con la sociedad, creando un público que reconoce y le es fiel a su medio impreso de preferencia, pero esto no fuera posible si los medios impresos no se hubieran dado a la tarea de evolucionar casi a la par de los requerimientos sociales.



La prensa escrita tiene estrecha relación con los seres humanos, pequeños y grandes se divierten e informan.

La prensa escrita es el resultado de un gran esfuerzo, jerarquías y colaboración no solo de manera interna a la institución donde se labora, si no al exterior, al saberse relacionar de manera cordial, teniendo de esta forma las puertas abiertas de muchos lugares, llegando al punto donde no hay que ir tras la información, si no que es la sociedad quien te avisa de ella.

---

<sup>10</sup> Foges, Chris. Op cit. Pág.8

Un ejemplo claro de esto son las secciones sociales en periódicos y revistas, que al tener una buena presentación, diseño y ser un medio reconocido, la propia ciudadanía es quien satura las líneas telefónicas de la redacción, con la finalidad de dar su ubicación o dar a conocer la fecha de su magno evento.

La relación de “amistad” entre quien busca la información y a quien le interesa darla a conocer, puede ser un arma de doble filo, ya que es aquí donde quien es parte de un medio de comunicación busca su beneficio propio, recurriendo a los famosos “chayotes”, que no es más que aceptar dinero extra a lo que otorga la empresa donde se labora como parte del salario, a cambio de emitir cierta información.

Actualmente esto es más común al tratar de manipular la información de carácter político. Otra de las maneras de desvirtuar la profesión y abusar del nombre de un medio de comunicación, es al tratar de tener acceso a centros de diversión sin pagar u obtener intercambios de información por productos en diferentes comercios.

Lo cierto es que como en todo trabajo o situación, hay cosas buenas y cosas malas, y la prensa escrita no podía ser la excepción, pero a pesar de tener ciertas deficiencias se ha consolidado en el gusto del público, muestra de ellos son personas comprando su periódico preferido en el estancillo de la esquina, así como jóvenes y adultos buscando su revista favorita en centros comerciales.

No se puede someter a discusión el estrecho vínculo que se ha creado por años entre periódicos, revistas y sociedad, ya que los medios de comunicación dependen de cierto sector de la sociedad para obtener fuentes de información, y esa es su fuente de ingresos económicos, del mismo modo que la sociedad requiere de los medios de comunicación para saber lo que ocurre en su comunidad o en el otro lado del mundo, así como para entretenerse en su ratos libres o aprender algo interesante al leer las páginas de la prensa escrita.

Lo que tampoco se puede negar es que estamos ante una era de cambios, cambios realmente importantes en los medios impresos, que son influenciados por el avance imparable de la tecnología.



*“Se puede decir que ya empezamos a tener datos para poder pensar que en la segunda mitad del siglo XX, debido en buena parte a la aparición y extensión del uso de ordenadores, ha habido unos cambios similares en profundidad a los que tuvieron lugar en Gran Bretaña a finales del siglo XVIII. Además, todo el proceso ha recibido desde 1990, sobre todo como consecuencia de las posibilidades de interconexión que ha promovido Internet, un nuevo impulso o aceleración”<sup>11</sup>*

Aparentemente no muchos son conscientes de ésta evolución, probablemente por los constantes cambios que vivimos, se ha vuelto parte de la cotidianidad el avance de la tecnología por eso no analizamos el impacto que tiene, es común que hoy sale un celular al mercado, lo adquieres y mañana sale un nuevo modelo, con características más sofisticadas y en el que acabas de invertir quedó atrás.

Los avances promovidos por el internet suelen abrir grandes puertas y romper fronteras, dan acceso a la sociedad de conocer casi cualquier cosa, por medio del internet todo es posible, desde comunicarte con un familiar lejano, hasta estafas cibernéticas, al mismo tiempo que obligan a la prensa escrita a implementar nuevas técnicas, que conserven a sus lectores.

*“Actualmente se ve de forma clara que la dirección adoptada por las nuevas formas de producción y realizaciones sociales que se desarrollan en paralelo tienen que ver con el manejo de la información y el término << sociedad de la información empieza a usarse con firmeza>>”<sup>12</sup>*

Lo anterior termina por confirmar que revistas y periódicos son indispensables en la vida diaria de la sociedad, pero que esta misma sociedad cambia el rumbo de la producción que el periodista tradicional conocía como la palma de su mano, poniéndolo ante un gran reto.

---

<sup>11</sup> Lucas Marín, Antonio. La nueva sociedad de la información, una perspectiva desde Silicon Valley. Madrid 2000. Ed. Trotta, S.A. Págs. 36,37.

<sup>12</sup> Idem

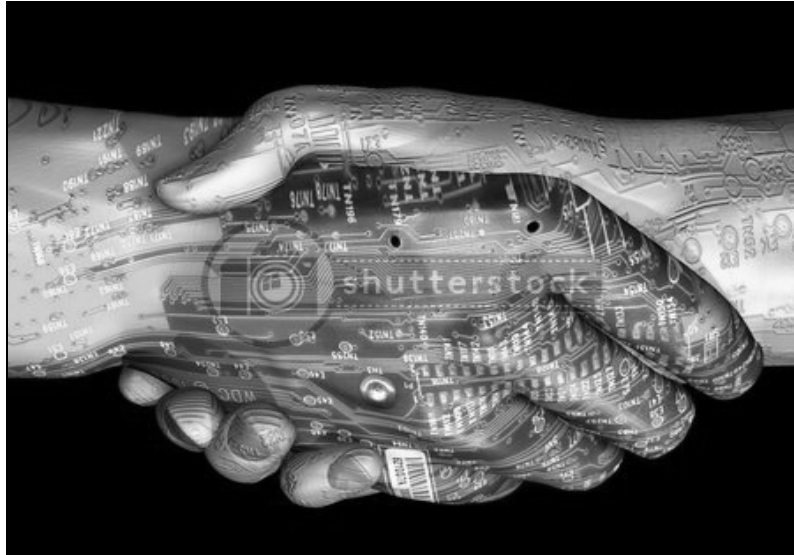
## **II. La Prensa y su incursión en Internet**

Al llegar las nuevas tecnologías de información y de comunicación al consumo masivo, el problema no es únicamente la formación de teorías que expliquen dichos fenómenos; el desafío se encuentra en el alcance de las mismas. La inminente expansión de la información electrónica crea un estado de alerta, se vienen tiempos de grandes cambios en el mundo periodístico, donde los especialistas en la materia se deben preparar de la mejor manera posible para que el mundo electrónico no los deje relegados.

### **2.1 La Revolución del Internet**

Internet es el medio de comunicación que evoluciona más rápido, en pocos años pasó de ser un misterio a ser el sitio donde la sociedad se entera primero de todo, donde se encuentra con amigos, se escucha música, juega, se pueden ver videos... en fin, donde se puede hacer en un solo lugar, prácticamente lo mismo que con el resto de medios de comunicación juntos.

Internet lleva existiendo más de 10 años, y en este tiempo ha llegado a convertirse en algo indispensable para muchísimas personas, por lo cual resulta evidente para todos la tremenda revolución que ha causado en nuestra sociedad la aparición de este fenómeno.



El Internet se ha vuelto parte importante para la sociedad.

Gracias a él se vive en lo que muchos expertos han decidido llamar "sociedad de la información". No solo en la manera de obtener información hemos evolucionado, también en costos, ya que en un principio los precios de Internet eran muy elevados, por el contrario hoy resultan muy accesibles, tanto que las compañías ofrecen paquetes de internet, telefonía y televisión, por tarifas con las que antes solo lograbas tener uno de estos servicios.

Con estos beneficios y facilidades cada vez más son los que se unen a la era de la información cibernética, ya que además de su accesibilidad económica se puede tener todo en un mismo lugar y sin tener que salir del hogar; periódicos en línea, programas de radio y de televisión, juegos, publicidad, videollamadas, en fin... un mundo de información con solo dar un clic.

La velocidad a la que evoluciona la tecnología es impresionante, logrando crear como siempre la confrontación con lo desconocido, una atmosfera de alerta, una crisis en la que no se puede explicar el entorno y cómo enfrentarlo.

*“En verdad, nuestra crisis comienza al surgir un mundo que no ha podido ser explicado y comprendido desde el siglo XIX o incluso el XVIII. Hegel, Marx y Engels, así como muchos autores más, marcaron nuestro pensamiento pero no lograron prever en*

*sus estudios el nivel de avance tecnológico ni tantos otros cambios que han predominado en nuestros tiempos.”<sup>13</sup>*

Uno de los rasgos que mejor caracteriza el surgimiento de las nuevas tecnologías de información se refiere a la automatización de los procesos productivos. Se dice, por un lado, que gracias a esta forma de producción el obrero ya no tendrá que hacer las tareas tan repetitivas y embrutecedoras de un proceso de fabricación, en su lugar se colocarían robots y computadoras. Una nota del diario Excélsior decía: “La General Motors logró una red de robots en un proceso de fabricación. Éste es el principio – señalaron los ejecutivos de la G.M. y proveedores de cibernética – de la fabrica del futuro”<sup>14</sup>

*“Sin dejar de preguntarnos hasta qué punto esto puede generalizarse, se constata que la automatización tiende a sustituir a la fuerza de trabajo y que mediante ella el obrero pierde su mayor poder negociador: la huelga. Este final del siglo XX afirma que la revolución se hará ahora mediante la información; por tal razón, se habla de una nueva era: La era de la información. Se dice también que el valor del capital ya no radicará en la fuerza de trabajo, si no en el saber, es decir un saber codificable (Daniel Bell). De esta manera, surge la idea de un mundo donde gracias a la información termina la lucha de clases. Si el obrero desaparece o es una minoría en las fábricas, en su lugar surge una llamada sociedad de servicios, sociedad que no vende su fuerza manual sino la intelectual. Habrá dentro de esta nueva clase trabajadora, rasgos que le sean propios, pero no cambiará lo esencial, la estructura, ya que el núcleo de propietarios de los medios de producción sólo introducirá nuevas herramientas de trabajo para incrementar la rentabilidad del capital. Entonces no puede*

---

<sup>13</sup> Gómez Mont, Carmen, Et al. Nuevas Teorías Tecnologías de Comunicación. 2° Reimp 2003. Ed. México 2003. Ed. Trillas. Pág. 8.

<sup>14</sup> Excélsior. “Logró la General Motors una red de robots: interconecto equipos diferentes”. 25 de agosto de 1987.

*hablarse de una nueva sociedad o nueva era; se trata de una nueva industria (Douglas y Guback).”<sup>15</sup>*

Retomando este punto no solo se da la confusión de estar frente a nuevas tecnologías y ver la velocidad con que cambian, sino también de saber si verdaderamente estamos viviendo una “revolución”, pues si bien es cierto las revoluciones se caracterizan por un cambio radical y total, y en este caso solo se está viviendo una “evolución” en cómo obtener y publicar información, de cómo comercializarla , pero no se cambia de manera total, los dueños siguen siendo los mismos, quienes inteligentemente buscan renovar sus medios de comunicación para no dejar de percibir ganancias, desechan lo que ya no sirve e introducen nuevas tecnologías al costo que sea, recortes o cambios de personal, el objetivo como en todo negocio es no tener pérdidas y seguir en el mercado, en este caso de la venta de información.

Los medios e instrumentos de trabajo han cambiado, los profesionistas en medios de comunicación requieren de nuevos conocimientos, eso no se puede negar, como tampoco se puede negar que sigue existiendo un grupo muy pequeño que controla las tecnologías y que el mercado internacional de compradores es de igual forma un sector muy específico.

*“Hamelick señala que una revolución se da cuando cambian las estructuras de propiedad o las relaciones de fuerza de nuestra sociedad. Sin embargo, con las nuevas tecnologías “se refuerzan las formas existentes de control y desigualdad”. De aquí es donde se van a derivar nuevos problemas y no de los supuestos desafíos que podrían ocasionar estructuras y valores radicalmente diferentes”.<sup>16</sup>*

Lo que se experimenta hoy en día no es más que la continuación de un proceso histórico como lo es la “Revolución Industrial”, ya que en ella se cambiaron las herramientas de trabajo, la forma de vida de las personas y el panorama de la sociedad, las fabricas ya no lucían igual y poco a poco las

---

<sup>15</sup> Ibidem pág 9

<sup>16</sup> Ibidem pág. 9.

ciudades tampoco, los cambios fueron significativos pero no se afectaron las estructuras de propiedad o las relaciones de fuerza en la sociedad.

Lo mismo pasa actualmente, para mostrar ejemplos cercanos, en la ciudad de Coatzacoalcos existe Diario del Istmo y en Veracruz Imagen del Golfo, ambos periódicos han existido desde hace varias décadas, teniendo que evolucionar al ritmo de ellas, viviendo cambios en la maquinaria y la tecnología, pero los dueños siguen siendo las mismas personas, simplemente tuvieron que acoplarse a las necesidades de la sociedad, y si se está viviendo una era tecnológica es necesario entrar en ella.

Se renovaron los sistemas de redacción y producción, los periódicos se presentan de forma impresa y de manera electrónica, dando con esto la oportunidad de abarcar un mayor número de lectores.

Por lo cual el concepto de la Revolución Industrial es aplicable a la etapa de informatización, sin duda alguna se están y seguirán dando cambios vitales en las herramientas de la sociedad, se crea la necesidad de usar computadoras, teléfonos móviles y las empresas se vuelven robotizadas y/o electrónicas, todo con el fin de facilitar y agilizar los trabajos.

Con todo esto obviamente cambia el estilo de vida se tiene mayor tiempo, surge el ocio, vienen cosas importantes que son el resultado de cambios impulsados en el pasado, que parecen ser imparables y a los que hay irse adaptando si no se quiere quedar relegado.

La aparición del Internet ha facilitado muchas cosas y representa una amenaza para otras, sin duda alguna hablar del Internet es un tema interminable, tanto con las posibilidades de acceso que te da, es multifacético y servicial, no hay cosa que no puedas encontrar con teclear y hacer clic, si son verdades o falsedades, ese es otro tema, la cosa es que todo se puede encontrar aquí.

Por tales motivos Internet se confronta para muchos entre ser una oportunidad o una amenaza, Internet ha transformado las formas clásicas de trabajar en las redacciones de los diarios, ha modificado la relación consolidada durante décadas entre lectores y editores y ha abierto un periodo de incertidumbre en las empresas de comunicación. La red de redes ha obligado a

buscar nuevas fórmulas para rentabilizar los contenidos y ha puesto en cuestión aspectos tan sensibles como la credibilidad de las fuentes.

Lo cierto es que la Revolución del Internet trae cambios, que como en todos los casos tendrá ventajas y desventajas, como muestra se ha visto que si bien es cierto los cambios no se dan en los dueños de las empresas, pues siguen siendo los mismos, es cierto también que el seguir siéndolo requiere de que hayan evolucionado, por ello se han visto caer y por el contrario llegar al auge a diversas empresas.

Masivas ventas y beneficios que se convirtieron en grandes pérdidas, y viceversa. En definitiva es un juego de negocios para ver quien aguanta los vientos del cambio.

La época de cambio más intensa ya se dio, ahora vivimos la de la evolución, donde sin tomarlo tan en cuenta estamos dependiendo cada vez más de la tecnología, ya es parte de nuestra vida diaria, un claro ejemplo se está viendo en La Banca Electrónica, donde hace un par de años resultaba exótico tener un sistema de servicio bancario a través de la Web, ahora resulta tan imprescindible que ninguno de los grandes del sector financiero comete el error de no comunicar que dispone de estos servicios.

Como otro ejemplo basta analizar cómo el correo electrónico forma parte de nuestros procesos de negocio a tal nivel, que ya no resulta competitivo disponer de él, es más, no tenerlo resulta una desventaja. Nadie en estos momentos piensa que por darle un correo electrónico a un cliente, este teniendo una clara ventaja ante sus competidores. Lo normal es que el cliente ya dé por sentado que se dispone de él, y muestre su descontento si no es así.

Y no solo en los negocios, no hay lugar al que se ingrese, escuela, trabajo, etc., donde no se te pida el correo electrónico, las tareas se mandan vía internet, artículos de diversión, chismes, sin duda el e-mail es algo básico, si no tienes uno casi eres un fenómeno.

Siguiendo el ejemplo de los bancos, no es descabellado suponer que en breve la banca no promocionará sus sistemas de consulta por Internet, ya que

el cliente habitual, supondrá que ya lo tiene, básicamente será común, tal como lo es que el banco cuente con cajeros automáticos, todos lo tienen y si no es así, no metería su dinero ahí, pues no le brinda los recursos que facilitan sus movimientos financieros.

En un futuro cercano este tipo de relaciones se convertirán en algo tan habitual como ahora resulta tener una máquina de fax o una fotocopidora, la misma sociedad propiciará que esta situación sea casi una ley.

Por todo ello, se necesita mantener los ojos bien abiertos, estar alerta de lo que se vive y aprender de todo un poco, ya que las oportunidades que Internet va a ofrecer no se materializarán sólo para los más arriesgados, más bien, estarán disponibles para todos, pero al requerir de pocas manos, tal vez sólo serán los primeros los que gocen de ventajas durante un tiempo, ya que nada es para siempre y siempre llegará algo nuevo y el proceso de cambio y evolución inicia otra vez.



## 2.2 Contexto de la Prensa Escrita ante la era tecnológica

Ante el surgimiento de Internet el entorno ha sufrido cambios y la Prensa Escrita no ha sido la excepción.

*“La historia de la composición del texto ha pasado por cinco fases que son: manual, mecánica, fotomecánica, electrónica y con láser. Cada una de ellas ha tenido una etapa de vigencia cada vez más corta conforme avanza la tecnología. Mientras que durante casi 400 años la composición no conoció otro sistema más que el manual, la linotipia duró sólo 70 años como método único de producir texto para imprenta, y la fotocomposición no llevaba 30, cuando ya el láser se abría paso. La velocidad con que se suceden los inventos, sólo se ve frenada por las posibilidades de la industria para adoptarlos. Las limitaciones son casi todas de tipo económico”.*<sup>17</sup>

Con los avances tecnológicos la producción periodística y la prensa escrita ha variado notablemente, el uso de la computadora vino a revolucionar la redacción y composición, ya que han evolucionado los procesos de impresión, dando como consecuencia la reducción en los tiempos de impresión, en las horas que trabaja el obrero, así como el número de éstos, de igual manera se ha agilizado la labor de los redactores.

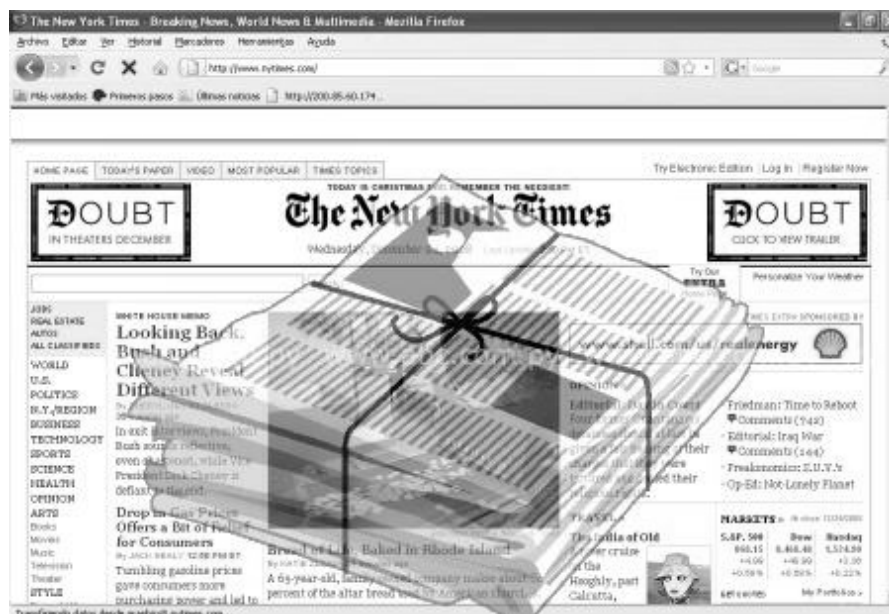
La prensa escrita ante la era tecnológica funge como guía o base de lo “nuevo”, ya que el desarrollo de la tecnología sólo permite crear formas novedosas de lo ya establecido; por ejemplo las revistas ya existían en papel, con la tecnología estas revistas se presentan de manera virtual, pero con la misma estructura, por cual no es totalmente nuevo, solo le añade un toque con lo cual se vuelve novedoso, continúan teniendo el mismo contenido y en la mayoría de los casos siguen siendo los mismos periodistas del medio impreso, quienes aportan la información para el medio virtual.

---

<sup>17</sup> Toussaint Alcaraz, Florence; Ana, Menéndez Marcín. Prensa y nueva tecnología. México D.F 1989. Ed Trillas. Pág. 15.

La prensa escrita e impresa se encuentra en un momento en donde pareciera estar en desventaja ante la tecnología, ya que el desarrollo de la informática a traído consigo la creación de nuevas tecnologías de comunicación que al parecer acaparan la atención de todos, tecnologías como son el video texto, el teletexto, la transmisión vía satélite, entre otros.

Pero como en todos los casos la prensa está aplicando la ley de supervivencia, en donde tiene que adaptarse y evolucionar si se quiere sobrevivir y seguir compitiendo en el mercado de la información, por lo cual lejos de oponerse a lo vanguardista han tenido que combinarse medios de comunicación convencionales con recientes tecnologías, permitiendo otras modalidades de recepción y transmisión.



Para sobrevivir, el medio impreso ha tenido que evolucionar.

Lo bueno de la tecnología para la prensa:

Los reporteros han dejado de confiar en la memoria y dejar pasar datos por tardar en escribir, ahora acuden a las entrevistas con grabadora reportera, micrófono y hasta cámara en mano. La información ya no es solo local en las salas de redacción de un periódico, ahora es internacional ya que el e-mail es indispensable y por medio de él se pasa cualquier tipo de información en tan solo segundos.

Los escritos llámense revistas, periódicos, boletines, folletos, etc. Tienen la oportunidad de ser de mejor calidad, se pueden corregir errores de “dedo”, ortografía, gramática, se tiene la oportunidad de arreglar las fotografías,

hacerlas más claras, quitar o poner personas, adelgazarlas, engordarlas, se puede hacer casi cualquier cosa con programas especializados.

El tiempo de producción es más corto y de mayor calidad, del mismo modo todas estas innovaciones han cumplido el objetivo de bajar los costos de producción.

El mundo virtual genera que cualquiera que tiene acceso a él pueda convertirse en informador, generándose de esta manera la posibilidad de acceder a la prensa gratuita; además de ofrecer las mismas noticias que las de la prensa en papel, estos incluyen en muchas de las ocasiones videos, lo que le ofrece al consumidor de noticias un medio más completo y hace que los prefieran.

Existen ediciones pagadas y gratis, cualquiera de las dos modalidades son muy requeridas.

*“Tanto así es el “boom” de la información que en España las noticias han logrado superar el acceso a las páginas pornográficas, lo cual marca una tendencia si vemos que estas eran el gran problema de las oficinas.*

*Los diarios gratuitos más visitados son 20 Minutos (España) y Metro (Francia).*

*El primero recibe 2 millones de visitantes a diario pero tan solo 103.000 son usuarios, al tiempo que el segundo es visitado por 1.592.000 lectores y cuenta tan solo con 31.000 usuarios suscriptos”<sup>18</sup>*

La tecnología ha dado ventajas a la prensa pero también desventajas como podrían ser:

La reducción de personal en las salas de las redacción, ya que al haber mayor tecnología se aumenta la producción pero con menos inversión en mano de obra.

---

<sup>18</sup> <http://www.mediosdecomunicacion.org/internet/la-prensa-en-internet.php>

Las ventas en las publicaciones diarias impresas bajan, esto debido al acceso a la prensa digital gratuita.

Al haber mayor tecnología, se acostumbra la sociedad a lo fácil y ya digerido, se pierden capacidades de búsqueda, reflexión y lectura, y así se pueden citar múltiples ejemplos de las ventajas y desventajas de la introducción de la tecnología.

El contexto de la prensa escrita ante la era tecnológica en resumen es estar ante una etapa de grandes retos, donde se enfrenta a diversos factores, como son el crecimiento exponencial de la cantidad de información disponible y que el conocimiento se convertirá, como ya está sucediendo, en el recurso más importante de la economía global de la información.

Por otro lado es bueno analizar que no solo se avecinan cambios en la prensa escrita y general en los medios por la introducción de la tecnología, sino que junto a ello, se espera un cambio trascendente en la sociedad.

*“Estudios sociales advierten del peligro de una nueva división del mundo entre info-ricos e info-pobres. Los primeros serán la elite que sabe buscar, usar y difundir la información.*

*La gran mayoría de info-pobres, aunque puedan disponer de mucha información, serán incapaces de usarla. Es decir, serán analfabetos en el uso de los medios”.*<sup>19</sup>

### **2.3 La Prensa y el desafío de Internet**

Ante la incursión del Internet y el sin número de avances tecnológicos, los medios de comunicación y en especial la prensa se encuentran ante una etapa

---

<sup>19</sup> [http://www.google.com.mx/search?hl=es&rlz=1W1SKPB\\_es&q=prensaescrita+frente+al+internet&mea=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=](http://www.google.com.mx/search?hl=es&rlz=1W1SKPB_es&q=prensaescrita+frente+al+internet&mea=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=)

de grandes desafíos, esto debido a que la cantidad de personas que optan por Internet como medio elegido para informarse por sobre otros más habituales como la televisión y los diarios, crece en forma constante.

Cada vez es más alto el número de personas que optan por Internet como medio más usado por sobre otras alternativas más tradicionales como la televisión, las revistas, periódicos, etc. La popularidad de los recursos aportados por el ciberespacio en comparación con otras alternativas comunicacionales y los nuevos desafíos del periodismo multimedia está en aumento y son causa de desafíos para los ya consolidados medios.

Algunos de estos desafíos podrían verse representados en:

- Capacitar a los periodistas para el manejo de la edición electrónica en las salas de redacción.
- Buscar la forma de aumentar la cuota de mercado publicitario ante la aparición de innovadores medios de comunicación.
- Enfrentarse al desafío de los nuevos medios que logran abarcar el mercado global.
- Aprovechar las nuevas tecnologías y adaptarlas a las estructuras empresariales y productivas.
- Las publicaciones diarias e impresas ven sus ventas afectadas ante la posibilidad de acceder a la misma información de forma gratuita en la Red.

La prensa escrita es un sector donde el impacto de la red se está notando sensiblemente, por mencionar algunos casos

*“En diciembre de 2006 ya veíamos cómo el periódico más antiguo del mundo, el Post Och Inrikes Tidningard (de Suecia), dejaba de publicar para limitarse a Internet, ahora lo hace El Capital Times, un periódico con 90 años de historia.*

*La World Association of Newspaper ya trató el tema de la influencia de Internet el verano pasado en su 60º edición – celebrada en Sudáfrica – y todos*

*estuvieron de acuerdo al señalar que los diarios deben tener su versión online si desean sobrevivir.*

*La función de la prensa es informar, y para ello la red se ha convertido en el mejor vehículo: la información se actualiza y permite conocer las noticias al momento. Una ventaja que la prensa tradicional no tiene”<sup>20</sup>*

Un ejemplo cercano son Liberal del Sur, Diario del Istmo e Imagen del Golfo, cuyos periódicos tienen años de ser presentados en la versión impresa y ante los cambios han tenido que crear su versión en línea para poder satisfacer las necesidades del consumidor. Tal vez actualmente las versiones electrónicas no reditúan económicamente tanto como la versión impresa, pero el tenerla es indispensable para seguir vigente, ya que retomando un ejemplo citado con anterioridad, tenerlo se está volviendo tan común como que los bancos tengan cajeros automáticos o como tener e mail, no tenerlo es sinónimo de haberse quedado rezagados.

Es notable que la prensa tradicional debe tomar iniciativas y tratar de llevar la delantera, de lo contrario otros lo harán aunque no tengan los años de trayectoria o el reconocimiento de la sociedad sino simplemente por estar innovando, y el problema podría radicar en que estas compañías no necesariamente seguirán pautas éticas a la hora de divulgar información.

Con el accesible e infinito mundo de Internet, son muchas las empresas y grupos que se dedican a propagar material informativo. El reto es hallar medios digitales para que la prensa escrita y otros medios de comunicación tradicionales usen esta tecnología para servir a sus comunidades.

Uno de los problemas más visibles de los periódicos donde existen los dos medios, el impreso y el digital, es el de las dificultades de convivencia entre unos y otros.

---

<sup>20</sup> Anónimo. La era de la información. Madrid, 1998. Ed Castell, m.

La incursión del internet como medio de comunicación dentro de otro medio de comunicación tradicional es una de las revoluciones más drásticas y sorprendentes en las empresas periodísticas, sobre todo en empresas con años de consolidación, Diario del Istmo tiene más de 30 años de haberse formado, mismo tiempo que tienen algunas personas laborando para la empresa, y quienes han visto la evolución de las herramientas de trabajo y se han tenido que acoplar a los cambios para conservar el empleo.

*“Cuando llegó la nueva tecnología al diario era bien difícil, nos pusieron programas especiales para redactar las notas, sentía que no iba a poder, pero aquí sigo.*

*Las muchachas lloraban en el escritorio porque no entendían y finalmente decidieron irse, pero yo comprobé que a la edad que sea se puede aprender si se tienen ganas”, dijo “Doña Marce”, editora de sociales en Diario del Istmo, desde hace 30 años.*

Al igual que este ejemplo está el de la Agencia Imagen del Golfo en cuya corresponsalía de Coatzacoalcos en versión electrónica se cuenta con escaso personal, personas van y vienen y pocos se quedan, jóvenes acuden a querer realizar sus prácticas profesionales, duran días o semanas y no regresan, los medios electrónicos requieren de mucha paciencia, de buena memoria para recordar contraseñas, claves, rutas, enlaces, velocidad para realizar el trabajo que un medio impreso realiza en todo un día y madrugada en un par de horas, se esperan las noticias al instante, no al día siguiente.

Por otro lado se requiere de mucha tolerancia para poder equilibrar al medio Digital con el Impreso, ya que los reporteros o periodistas del medio impreso aún no comprenden la importancia del medio electrónico, lo minimizan sin analizar que es un plus que requiere el medio impreso para seguir vigente.

Y una de las primeras cosas que deben hacer para sobrevivir es aceptar la irrupción de internet, aprender su uso, captar toda su potencialidad y tender puentes entre uno y otro medio para llegar a la complementación. El periódico impreso puede ganar calidad y profundidad con la ayuda de internet.

Para no entrar en tanto conflicto entre Prensa Escrita y Prensa Digital, los periodistas deberían pensar que no existe la oposición Periodistas de medios Digitales frente a periodistas de Prensa Escrita. Lo único que existe es periodismo bueno y periodismo malo. Y ese periodismo bueno o malo se hizo en el pasado desde las teclas de una vieja máquina de escribir y se hará en el futuro desde la más poderosa computadora de última generación y enorme capacidad de memoria.

Verdaderamente eso es lo que debería preocupar, realizar un periodismo de calidad, aprovechar los recursos que se tienen al alcance, no entrar en alerta y quedarse sentado a ver como todo avanza mientras seguimos sentados en una silla.

Entonces, con la mentalidad de que no existen Periodistas Digitales y Periodistas de Prensa Escrita, solo Periodistas, se puede asumir que frente a las nuevas tecnologías, los Periodistas no deben ser distintos en esencia, en la manera de asumir ética y profesionalmente el oficio, sino que, sea cual sea el medio a través del cual se emite la información o noticia, no se deben cambiar los fundamentos del buen periodismo.

### **III. Prensa Digital**

#### **3.1 ¿Qué es la Prensa Digital?**

El Periodismo digital, también llamado ‘ciberperiodismo’, es un término nuevo para describir la tendencia del [periodismo](#) donde se tiene como espacio principal de desarrollo al [Internet](#).

“Según palabras de Ramón Salaverría, reconocido especialista de la facultad de Comunicación, de la Universidad de Navarra, define al Periodismo digital como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo\\_digital](http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital)



Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con 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 medio de comunicación social del [siglo XXI](#).

En la actualidad es posible sintonizar emisoras, ver canales de televisión, películas, [música](#), leer periódicos y demás en Internet. En consecuencia, se habla de [radio digital](#), [televisión digital](#) y [prensa digital](#) para referirse a los medios que se emiten por el llamado [ciberespacio](#). Para muchos este creciente fenómeno pone en peligro la existencia de los medios de comunicación convencionales, sin embargo, si recordamos estos mismos pensamientos y reacciones se presentaban cuando se desarrollaban nuevos medios de comunicación.

Es decir la [fotografía](#) amenazaba con desaparecer la pintura y la televisión al cine, etc. “El [27 de agosto](#) de [2007](#) uno de los creadores del Internet, [Vint Cerf](#), dijo en el Festival Internacional de Televisión de [Edimburgo](#) que estaban contados los días de la televisión actual, porque el 85% de todo el material de [video](#) que se ve es pregrabado y está siendo puesto todo en el Internet”.<sup>22</sup>

Pero como podemos ver 5 años después su teoría ha sido fallida, pues este fenómeno no terminó con la televisión, pero sí ha creado una nueva versión del [periodista](#): el digital, es decir, aquel que elabora la [información](#) básicamente a través del Internet y, en consecuencia, una creciente audiencia digital.

---

<sup>22</sup> Ibidem

### **3.2 Rol del Periodismo en la era Digital**

El periodismo se hace [digital](#) en el momento en que este comienza a ganarse un espacio en el ciberespacio. Este fenómeno ha sido paulatino y no ha sido pacífico debido a los conceptos rígidos de ciertos medios sobre lo que es un medio tradicional. Si un [periódico](#) es entendido como una edición en papel impreso y distribuido en las calles de las ciudades por centenares de vendedores, la idea de un periódico digital, es decir, cuya edición se ve a través de una red de Internet, no es tan sencilla de aceptar, bueno no para todos, ya que hay otros que ven la otra cara de la moneda, es decir, un periódico en papel es pagado directamente, ejemplar por ejemplar y, en el Internet, la mayoría de las personas pueden ingresar a leerlo sin tener que pagar.

El periodismo digital tiene la capacidad de inmediatez y actualidad, porque es lo que se espera de él, es el rol con el que le toca cumplir, a diferencia de un periódico tradicional donde para dar a conocer un acontecimiento de gran importancia y ser publicado tiene que esperar hasta el día siguiente. En cambio, los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte.

La [sala de redacción](#) de los medios tradicionales queda también superada de alguna manera por los medios digitales, ya que ésta se puede instalar casi en cualquier parte donde haya una computadora.

Este medio de comunicación presenta nuevas facetas que cambian la vida de los individuos del planeta y los han obligado a dejar poco a poco del lado actividades tan rutinarias como la televisión, lectura de periódicos, compra y venta de música, entre otras. La audiencia encontró en la red de redes abundante información que los lleva a ver en Internet una potente alternativa de consumo.

En resumen el rol del periodismo digital se está enfocando a brindarle todo lo que el individuo requiere en una sola maquina, el ciudadano da por hecho que cualquier cosa la podrá obtener con sólo dar un clic, desde cualquier clase de productos que requiera comprar, hasta información de acontecimientos que tienen lugar en cualquier parte del mundo.

### **3.2.1 Retos para el Periodista Digital**

“El principal reto de los periodistas en ésta era digital es atraer nuevos lectores sin perder los que ya se tienen”.<sup>23</sup>

Casi siempre es bueno renovarse y aun más cuando las circunstancias y tiempos lo exigen, pero en éste periodo de evolución es donde los medios tradicionales corren el riesgo de perder al público que los ha mantenido en el mercado.

Por lo cual la tarea de vincularse con el periodismo digital no es sólo la transición, si no lograr hacerlo de tal forma que se le brinde al lector los beneficios a los que está acostumbrado, pero ofreciéndole un plus, el cual deberá ser irrechazable, manteniendo así la clientela y captando la atención de muchos lectores más.

La problemática no solo es encontrar estrategias, si no contar con los recursos necesarios para adquirir la tecnología adecuada y eficiente, misma que logre relacionarse de manera vital con el periodista a la hora de integrar todos los recursos editoriales.

El reto más grande sin duda se ve representado en lograr un cambio profundo en la mentalidad editorial, ya que al estar el periodismo impreso vigente al mismo tiempo que el periodismo digital, se debe conseguir el entendimiento de que un medio depende del otro, que son un complemento y evitar que se mantengan en constante confrontación, misma que impida su repunte.

---

<sup>23</sup> Anónimo. Revista HORA DE CIERRE. Enero/Marzo 2009. Año 16.N° 75. Editorial Tendencias Tecnología.Pág.14

### **Prioridades y objetivos**

---

*Entre las principales prioridades de los procesos y tendencias más citadas por los editores on line están:*

- 1. Atraer nuevos lectores, sin perder los que ya se tienen.*
- 2. Mejor uso de los recursos y presupuestos.*
- 3. Mejor uso de los recursos de marketing para generar más ingresos.*
- 4. Mantener la competitividad en el mercado.*
- 5. Desarrollar medios electrónicos por si el impreso desaparece.*
- 6. La necesidad de diversificar la marca.*
- 7. Involucrar al público en el contenido mediante nichos o blogs.*
- 8. Un periodismo más gráfico, con fotografías y videos en abundancia.*

*Entre los recursos y requisitos para el éxito de las tendencias periodísticas están:*

- 1. Un cambio profundo en la mentalidad editorial.*
- 2. Entrenamiento adecuado para el personal.*
- 3. Recursos tecnológicos adecuados, eficientes.*
- 4. Un buen diseño o rediseño para una nueva marca de multimedios.*
- 5. Una sala de redacción integrada con estudio de tv.*
- 6. Nuevo personal con mayor capacitación en medios digitales.*
- 7. Actividades sociales de impacto (fiestas y conciertos promocionales)*
- 8. Alianzas con otros medios.*
- 9. Atención especial a proyectos de telefonía móvil.*
- 10. Crear contenido de interés especial para ofrecerlo mediante pago.<sup>24</sup>*

### **3.2. 2 Oportunidades del Periodista Digital**

---

<sup>24</sup> Ibidem. Pág. 15

Aunque periodistas on line y periodistas impresos comparten las mismas bases, las del periodismo, los periodistas on line tienen una mayor especialización, por lo cual mayor capacidad de adaptación a las diferentes áreas de una sala de redacción, tienen la característica de ser multifacéticos, esto al poder mostrar su información en un medio impreso o en uno on line, en donde podrá acompañarla de un mayor número de fotografías y hasta un video.

Además tienen mayor capacidad de profundizar en los temas, pues no se enfrentan con la limitante del espacio, como lo representa el escribir para un medio impreso.

Este periodista lo mismo se vale de fuentes físicas que de las electrónicas, su información tiene mayores alcances al estar en la red, ya que se puede acceder a ella desde una computadora, notebook, celular, etc., desde cualquier lugar y en cualquier momento.

No solo como lector es más fácil acceder a la información por medio de la web, si no como periodista de una página electrónica se vuelve simple comunicar algo con rapidez, basta un aparato con internet y en segundos el mundo sabrá lo que pasa.

### **3.3 La Prensa Digital ante la sociedad moderna**

En la actualidad, la sociedad de la información obliga a algo que para los hombres y mujeres de los siglos XVIII y XIX era impensable, y es la exigencia de tener que seleccionar, filtrar y 'desgranar' la información. Con el Internet puedes encontrar lo quieras en segundos, pero te enfrentas al lado fatigoso, si quieres tener un buen trabajo hay que darse a la tarea de averiguar de dónde viene o de dónde sale la información, mientras que, hasta hace unas décadas, siempre sabíamos cuáles eran las fuentes de las que venían las cosas y quién era el autor, de dónde venía cada cosa y en qué archivo se podía encontrar.

Por ello la Prensa Digital ante la sociedad moderna tiene la misión de aumentar el número de lectores utilizando la página web de periódicos ya establecidos y conocidos por ser impresos.

Esta acción es necesaria y obligatoria, ya que el Internet se ha convertido en la herramienta principal de hoy en día para tener acceso a la información, donde los cibernautas podrán tener interacción con la página del diario y con ello aumentará el número de lectores.

El ofrecer información de calidad en la red ayudará a incrementar de forma fácil la aceptación de los periódicos en su versión web entre los lectores, al principio serán unos cuantos los que opten por leer diarios o periódicos en línea, pero al pasar de los años la opción secundaria se convertirá en la principal, las personas acostumbradas a leer todos los días el periódico en papel serán minoría comparado con los jóvenes y niños que crecieron usando las computadoras y versiones on line.

Si se logra la confianza de los lectores en los medios electrónicos en unos años lo 'anormal e inimaginable' será tan cotidiano y lo que se creía normal seguramente se considerará obsoleto.

Aun si no se logra la confianza de que todo en la web es cierto me atrevo a apostar que en unos años cobrarán más fuerza las noticias virtuales que las que están en papel, por que las nuevas generaciones están creciendo con esta ideología, por lo tanto se ve como algo normal, además recordemos aquel dicho que asegura que: 'las acciones recurrentes se convierten en una ley', así lo que hoy es opcional mañana será casi una obligación, claro, hasta que surja algo más cómodo para el lector.

A pesar de los cambios que se den en la comunicación hay valores o cualidades que quizás seguirán vigentes en esta nueva etapa:

*“La **Levedad**, es decir ‘quitar peso a la estructura del relato y del lenguaje’. Ante esto la labor del periodista es la de hacer ‘leve’ la información mediante la forma en que presente los hechos. La levedad es la capacidad de hacer que la versión de un hecho o la descripción de un personaje sean visualizadas y comprendidas por quien recibe el mensaje.*

***Rapidez**, esta cualidad generalmente está ligada con la brevedad en el lenguaje. Cuando se relata solamente lo esencial de un hecho*

*buscando economizar las palabras, se consigue contar mucho más que cuando se tienen demasiados datos. Sin embargo, refiriéndonos al periodismo digital, se trata más de una cualidad que no tiene que ver con ganarle a la realidad y sacar simultáneamente los hechos una noticia (que sería más un asunto de velocidad física), sino de la velocidad mental que hace posible que un hecho pueda ser interpretado, contextualizado y valorado. Éstas, aunque tradicionales, también pueden ser funciones que los lectores esperen del medio digital.*

*La **Exactitud**, debido a la gran cantidad de información disponible en la red, se espera:*

- 1. La presencia de imágenes nítidas, reales y memorables.*
- 2. Que el lenguaje sea preciso, cuidando la ortografía y la gramática.*

*El cuarto aspecto quizá sea el de mayor importancia en el periodismo digital, La **Visibilidad**. Esta cualidad parece estar desapareciendo en la llamada “civilización de la imagen”, sin embargo, está en las manos y sobre todo en el lenguaje de los periodistas la facultad para hacer que no se impongan las imágenes prefabricadas como única forma de representación de la realidad.*

***Multiplicidad**, se trata de lograr que lo particular y lo universal se integren, no dándole todas las respuestas o limitando las opciones del lector, si no otorgándole la información y dejando que sea él, quien decida cómo aplicar esa información y qué actitud tomar.*

***Corolario**, el ciberperiodismo aparece como una actividad que obliga a la combinación de la inmediatez de los medios audiovisuales con la reflexión, responsabilidad y cuidado del lenguaje que caracterizó a la tradición periodística desde sus inicios. Por ello el Corolario sería conocer y respetar estos aspectos, ya que desconocer alguno podría llevar a la sustitución de la función mediadora del periodista, por la comunicación automatizada de datos, dejándolo por fuera del intercambio comunicativo*



*que se ha generado a partir de la red. Conocer las reglas del juego es la primera condición para hacer parte de él".<sup>25</sup>*

#### **IV. Análisis de la aparición de la Prensa Digital y sí ésta desplazará a la Prensa Escrita**

La población y las herramientas que utiliza para hacer su vida más fácil evolucionan a una velocidad impresionante, de tal modo que entre generación y generación pareciera existir un mundo distinto, en el cual la diferencia es marcada por la tecnología.



La tecnología facilita las tareas diarias, por lo que la dependencia a ella es cada día mayor.

¿Qué aparatos y programas sabes utilizar? es la pregunta básica en el medio laboral hoy en día, saber usar una computadora y un celular se está convirtiendo en algo tan básico e indispensable como el tener que comer y respirar.

Derivado de esto, los medios de comunicación han optado por incorporarse a la versión “on line”, y los medios impresos no han sido la excepción, por tal

---

<sup>25</sup> Calvino, Italo. Seis Propuestas Para el Próximo Milenio. Madrid, 1989. Ed. Siruela. Pág.106.

motivo es que hoy podemos disfrutar de muchos medios que por tradición solo se podían leer en papel, en la red.

Con lo anterior se está viviendo la confrontación de Prensa Impresa contra Prensa Digital, dejando la duda sobre si ésta última logrará ponerle fin a la primera, basado en las características que cada una posee y las facilidades que puede otorgarle al lector.

## **4.1 Prensa Escrita vs Prensa Digital**

La función primordial de la prensa es informar, esto independientemente del vehículo por el cual se haga, pero al elegir entre papel y ciberespacio se debe tomar en cuenta que como todo en esta vida, cada uno tiene su lado bueno y su lado malo.

### **4.1.1 Ventajas**

Las tecnologías son un conjunto de habilidades que permiten construir objetos y máquinas, con el fin de satisfacer nuestras necesidades en general. Históricamente han sido usadas con diversos fines, entre los que destaca el procesamiento de la información y dentro de ello está obviamente la información periodística, la cual se adapta a los tiempos en que vivimos para no 'morir' con el pasar de los años.

Con el surgimiento de la informática, el desarrollo en otras esferas ha sido inevitable, puesto que ha sido una potente herramienta de trabajo e información para todas las ramas de la sociedad. Actualmente no se concibe un mundo sin computadoras y la automatización de los procesos se ha hecho indispensable, con el interés de alcanzar la perfección, así como poder suplir otras nuevas necesidades como la comunicación de diferentes ordenadores entre sí, es diseñada la idea de una red de computadoras para permitir en general la comunicación entre sus usuarios. La unión de estos avances es lo que conocemos actualmente como Internet.

Personas separadas en el tiempo y el espacio, pueden usar la *web* para intercambiar o incluso desarrollar mutuamente sus pensamientos más íntimos, o alternativamente sus actitudes y deseos cotidianos. Por ello la Prensa Digital es el medio de mayor difusión de intercambio de información, muy por delante de la Prensa Impresa, ya que rompe con las barreras de la distancia y no importa el contacto físico para acceder a cierto medio electrónico.

La Prensa Digital le permite al lector saber y hasta ver las cosas que ocurren a millones de kilómetros casi en tiempo real. Como sociedad apenas se sabe de algún evento espectacular y se corre a la computadora, con la seguridad de que más de un medio tendrá la noticia detallada de los hechos.

“La prensa digital tiene una batalla ganada en relación a la prensa convencional; la inmediatez de la información.

La edición digital de un periódico está siendo actualizada de forma frecuente de modo que el lector sabe que cada vez que se conecta a la web de

un periódico está leyendo en la pantalla la última nota informativa. De esta forma Internet tiende un puente que incide directamente en el concepto que hasta entonces se tenía tanto de la distancia temporal como de la espacial. Tiempo y espacio son términos que Internet ha reformulado especialmente en lo concerniente a los medios de comunicación, la red destruye barreras”.<sup>26</sup>

En cuanto a la información que los Medios Digitales ofrecen, se espera que sea abundante, eso marca la diferencia entre comprar un periódico o revista o consultarlo en su página web, ya que los medios impresos cuentan con un espacio limitado. Por ejemplo en un periódico los reporteros entregan notas muy buenas, pero de gran extensión, por lo cual el editor se ve en la necesidad de comprimir lo más posible, cuestión por la cual se pierden detalles que harían al lector sentirse como si hubiese presenciado las cosas.

En cambio (en el caso de algunos medios informativos) si ingresas al mismo periódico, pero en versión on line, podrás encontrar la misma temática, pero con información más extensa, más fotografías, tablas y hasta videos, ya que esta versión no tiene límites en cuanto a espacio.

“Una constricción de la prensa convencional es sin duda el espacio. El número de hojas de un periódico impreso puede que no sea previamente fijado y que oscile según las ediciones pero lo que resulta obvio es que el número de hojas es limitado. A las noticias se las concede un espacio designado previamente por la relevancia informativa que ésta tenga y la cantidad de información se debe reducir a ese espacio.

Sin embargo, en la prensa digital el lector de una noticia puede emprender un camino casi infinito por el mundo de redes”.<sup>27</sup>

Otra gran ventaja de la edición digital de un periódico es lo sencillo y rápido que se puede acceder a la noticia, reportaje o artículo que el lector desee leer. Un simple clic del ratón nos guía y conduce hasta nuestra meta, sin

---

<sup>26</sup> Sara Moreno de Nicolás. Revista Electrónica De Estudios Filológicos. [www.tonosdigital.com](http://www.tonosdigital.com). Numero 8. Diciembre 2004.

<sup>27</sup> Ibídem

tener que organizar las páginas de un periódico, darle la vuelta a la revista o mancharnos la mano, como lo hacen algunos papeles.

Visualmente los medios digitales provocan en los lectores una sensación agradable, ya que los colores de los iconos son tremendamente atractivos, lo cual cabe mencionar es hecho con especial cuidado por los diseñadores gráficos.

“El diseño de la página Web de un diario intenta crear una conexión con el lector en el menor tiempo posible sin olvidar que debe tener presente la tarea de informar al lector sobre todas las opciones de las que dispone. La prioridad es por tanto crear un diseño que presente la información a los lectores de forma clara, concisa y organizada”.<sup>28</sup>

El hecho de que la mayoría de las personas cuente con internet en casa hace más cómodo el acceso a la información, debido a que resulta más fácil prender la computadora y ver la información que caminar a un puesto de revistas o periódicos para comprar el medio preferido y así poder informarse.

Y ya que se habla de ir a comprar, las ventas de la prensa impresa han disminuido precisamente debido a esto, si ya se paga por un servicio de Internet porque se necesita para las tareas, el trabajo o por simple diversión, para qué pagar de cinco a siete pesos por un periódico o dejar unos 20 o 30 pesos por una revista, la cual se puede leer en la computadora y desde la comodidad del hogar.

Una noticia redactada en formato digital tiene mayor riqueza que la impresa, ya que presenta enlaces a muchas noticias más, mismas que van relacionadas con la principal, comentarios y reacciones de los protagonistas, encuestas, fotos, etc.

El texto de una noticia puede ampliarse de modo audiovisual añadiendo fotos, videos y comentarios, todo ello mejora la información que el lector de prensa digital recibe.

---

<sup>28</sup> Ibídem

### **4.1.2 El papel del lector**

Una de las características que une tanto a la prensa convencional como al digital es la importancia que ambas otorgan a sus lectores. Cualquier cambio es minuciosamente cuidado para alcanzar una meta; conseguir el aumento en el número de lectores o suscriptores.

En un periódico digital los lectores y los suscriptores interactúan mucho más con la información que se ofrece en el diario. Los lectores pueden intervenir, dar su opinión e incluso en algunos casos pueden incidir directamente en las noticias. Gracias a Internet, la edición digital de un periódico amplía el número de lectores de forma increíble y lectores que provienen de distintos países están conectados entre ellos, este hecho enriquece y propicia relaciones interculturales que generan tolerancia y

entendimiento entre distintas culturas y formas de pensar que se ven reflejadas en el ámbito informativo.

“Una de esas vías donde se pone en práctica la interactividad es en el uso del correo electrónico. Por lo general, la información periodística que se difunde a través de un diario digital, está acompañada de la dirección electrónica del autor. A partir de ahí, se abre la posibilidad de iniciar un debate en el que el lector podrá comentar y hasta refutar la veracidad de la misma.”<sup>29</sup>

Los medios de interacción con un lector que posee un diario digital en comparación con un diario impreso son mayores en número y en capacidad de repercusión. Los debates, foros de opinión, chats, entrevistas, correo electrónico, etc. son algunos de los vehículos que los lectores pueden emplear para establecer conexiones ya sea con el periódico, con los protagonistas de las noticias o con otros lectores.

“Es el primer medio de comunicación que convierte a sus usuarios en emisores de información, pues ellos pueden crear sus propios mensajes y difundirlos en la red”, señaló Octavio Islas, director del Proyecto Internet de una de las principales universidades privadas de México, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)”

“El intercambio de mensajes entre lector y periodista o entre lector y lector, puede encontrar otros canales de participación tan diversos como las salas de conversación o chats, los foros de opinión, encuestas y otros espacios de debate que hacen de Internet un medio interactivo”.<sup>30</sup>

Gran parte de los periódicos digitales están diseñados con el objetivo de que los lectores puedan llevar a cabo una lectura personalizada del mismo. El diseño de la edición digital está estructurado siguiendo diversos criterios de categorización, por ejemplo, temas de actualidad, índices geográficos, protagonistas de las noticias, índices categóricos y más, de modo que los lectores puedan dirigirse a la información que más les interesa con rapidez,

---

<sup>29</sup> [http://www.geocities.com/prensa\\_en\\_linea/introduccion.htm](http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm)

<sup>30</sup> *Ibíd*em

comodidad y orden, eligiendo la manera más personalizada posible de leer el periódico.

Otra ventaja añadida que concede el soporte informático a la edición digital es lo sencillo que resulta realizar tareas como copiar, guardar o enviar la información que el lector haya seleccionado en el periódico.

Resulta obvio que la prensa digital, gracias a Internet, cuenta con importantes ventajas, si bien es cierto que también presenta algunos inconvenientes, como todas las tecnologías lo hacen, ha traído muchas consecuencias, y es hacer que las personas sean mucho más cómodas, trabajen menos, así como ser accesibles a otro tipo de información desagradable, como toda herramienta de desarrollo también puede ser utilizada con fines maliciosos.

### **4.1.3 Desventajas**

Prensa Digital es un término que se une invariablemente a las nuevas tecnologías y es precisamente este hecho lo que podría suponer una posible desventaja en comparación con la Prensa Impresa.

A pesar de la aceptación de Internet a nivel mundial y la cantidad de usuarios que hacen uso de la Red, es todavía importante destacar que existen sectores de la sociedad que no poseen un fácil acceso a Internet, por lo tanto no están familiarizados con el uso de computadoras y los Medios Digitales.

Ésta falta de conocimientos informáticos unida a un rechazo que muchas personas demuestran en lo referente al contenido de formatos digitales, hace que los diarios impresos sigan siendo una apuesta de comunicación segura.





La tecnología fue diseñada para facilitar tareas, pero aprender a usarla no para todos resulta fácil.

Otra ventaja importante de la prensa editada en papel es la irrefutable comodidad de su formato. Conviene señalar la facilidad que supone llevar consigo el periódico impreso a un centro de ocio, en el transporte público, lugares como las cafeterías y el metro, son muy frecuentemente empleados por los lectores a la hora de leer la prensa diaria, incluso muchos acostumbran ir al baño con la revista o el periódico.

Las noticias que suceden en cualquier parte del mundo son conocidas por los cibernautas con gran inmediatez y estar bien informado parece que nunca ha sido tan fácil.

No obstante, la edición impresa sigue sin rendirse y sabe que en el proceso de redacción de sus noticias hay ciertas características que no poseen las noticias redactadas para la edición digital. Una noticia que aparece en un periódico impreso está mucho más contrastada, sus datos son más fidedignos y está bastante más elaborada que la redactada para un periódico digital.

La ventaja temporal que concede Internet a la edición digital se torna desventaja a la hora de otorgar verosimilitud y proceso de elaboración a la

noticia. La inmediatez con que la información aparece en Internet hace que las noticias sean muchas veces fruto de una redacción rápida y poco cuidada.

Los usuarios de Internet generalmente presentan vicios, ya que genera una gran dependencia, descuidándose de muchas cosas personales o laborales. En la red es fácil encontrar información buena, pero al mismo tiempo otra con características diferentes y desagradables como pornografía, violencia explícita, terrorismo que puede afectar especialmente a los menores. También se presume que es la principal fuente de la piratería, puesto que con ella han nacido otros males tales como la proliferación de los virus, mismos que dañan los equipos, que en muchos de los casos son comprados con muchos sacrificios, ya que sus costos no son tan accesibles.

A pesar de esto las ventajas de este avance tecnológico son innumerables y su contribución en la rama del comercio no se puede negar.

El mundo de la comunicación en papel ha cambiado, debido al cambio generacional a favor de las nuevas tecnologías.

“A partir del siglo XV una serie de factores políticos, económicos e intelectuales aunaron sus efectos para incrementar notablemente la sed de noticias. Los estados modernos exigen, para su administración, la creación de nuevas redes de información”.<sup>31</sup>

La delicada situación económica que se vive en la actualidad ha puesto contra la pared a una multitud de empresas que se han visto obligadas a tomar drásticas medidas para vencer las adversidades.

Dentro de este contexto, uno de los sectores más afectados han sido los diarios tradicionales de prensa escrita. Contrario a la situación vivida por el medio Internet, que sigue manteniendo una posición privilegiada mostrando gran fortaleza como signos positivos de crecimiento, pero sobre todo, ganando la confianza de los anunciantes y marcas.

---

<sup>31</sup> Pierre, Albert. Historia de la Prensa. Ediciones Rialp, S.A. (1990). Pág. 13

Para los medios de prensa escrita, el panorama se presenta desolador debido a la pérdida de confianza y el abandono de los anunciantes que ahora ponen sus miras en Internet así como los medios digitales.

Afirmar que la crisis y publicidad on line podrían acabar con los medios de prensa escrita es exagerado, pero lo cierto es que hasta los grandes grupos editoriales se han dado cuenta de que "el papel" se está convirtiendo en un "negocio poco rentable".

Lo cierto es que las tendencias de los usuarios y los consumidores han cambiado. La información en la red se difunde de forma mucho más rápida, además con este medio, se puede acceder a la información desde cualquier lugar, en cualquier momento, de forma libre y gratuita.

### **VENTAJAS QUE HACEN DE INTERNET UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ÚNICO**

- Suprime las tradicionales restricciones de espacio, permitiendo cubrir los hechos noticiosos con mucha más profundidad.
- Facilita enormemente las capacidades del archivo, el cual, junto con herramientas para una rápida y útil búsqueda, pueden ser ofrecidos a la audiencia.
- Permite la actualización continua y le permite al usuario elegir las noticias que le gustaría recibir en su periódico o revista electrónica.
- Los lectores, redactores y editores pueden interactuar permitiendo, de esta manera, conocer el punto de vista de la audiencia
- El texto puede colocarse junto al audio y al vídeo, de forma que se logra una comunicación más completa.
- Las historias que se narran se enriquecen mucho, gracias a la posibilidad de conectarlas con otros sitios Web, relacionados con el mismo tema.
- Y ofrece la oportunidad de poner a disposición del usuario no sólo información,

<sup>32</sup> Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo. Periodismo en Internet. Modelos de la Prensa Digital. Ediciones de la Universidad del País Vasco. España. Pág. 29

## **DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS**

- La cantidad de información, mezclada con videos e imágenes llegan a tornarse 'pesadas', alentando el proceso para acceder a la información.
- Un medio electrónico no cuenta con la fácil portabilidad de una periódico de papel (al menos por ahora, pues cada día se reduce más el tamaño de los aparatos y sus costos).
- Un gran sector de la sociedad desconoce o no tiene acceso a la tecnología.
- Al abrir y/o descargar cierta información se pueden pasar virus, mismos que dañan los equipos electrónicos.
- Si el diseño una página web resulta desorganizado y falta de coherencia el lector puede perderse entre tanta avalancha de información.
- Otro inconveniente de la edición digital es precisamente su soporte técnico que en muchas ocasiones es deficiente y a eso se unen los problemas de conexión a la red. En muchas ocasiones los usuarios se quejan de la lentitud y el funcionamiento incorrecto de las conexiones a diferentes páginas e hipervínculos.
- El soporte informático es todavía deficiente y causa bastantes problemas en los periódicos digitales, que cuando la red falla no pueden subir su información en tiempo y forma.

pensamiento y en el idioma. Gracias a la imprenta el acceso a las obras literarias y a la prensa escrita se hizo más sencillo, hecho que supuso el consecuente aumento del número de lectores.

El discurso oral posee ciertas características que no siempre se recuperan al difundirse de forma escrita. Concretamente, en lo concerniente a los medios de comunicación, se podría afirmar que los textos de las noticias que aparecen en la Prensa Impresa no son del todo rigurosos, en el sentido que al reproducir comentarios, discursos orales, etc. no logran recuperar de forma completa la retórica proporcionada por este tipo de discursos.

Por ejemplo, si un político se dirige a un auditorio y un periódico impreso recoge sus palabras, aunque las transcriba de forma textual y sin

modificaciones, se anulan características exclusivas de la oralidad como son la entonación, las pausas, los silencios, etc.

Ante esto se supone por lo tanto un logro de la Prensa Digital, al poder ampliar y complementar un noticia (texto escrito) con los comentarios de los protagonistas, a través de la utilización de medios audiovisuales. De este modo la noticia queda integrada por texto, video y audio, elementos que no provocan la pérdida de la retórica oral y propician que el lector reciba una noticia rigurosa y completa.

La web ofrece un espacio comunicativo abierto e igualitario, todos tenemos un sitio en Internet y en ella se vierten las opiniones de sectores muy diversos de la población. Internet resulta ser una fuente de información lingüística excelente ya que en ella convergen diferentes dialectos, jergas, idiomas... mediante foros, chats, entrevistas, debates, etc. a cada usuario se le concede la oportunidad de exponer su punto de vista y contactar con otros usuarios a través del lenguaje escrito.

La celeridad con la que estas conversaciones e intercambios de información se llevan a cabo ha resultado ser una de las principales causas del desarrollo de un lenguaje escrito propio de nuevas tecnologías como Internet y los teléfonos móviles, cuestión que espanta a muchos, mismos que satanizan la forma de escribir en los medios electrónicos, llamando a esto: deformación de la lengua.

El empleo de frases cortas, acrónimos y abreviaturas son el resultado de un lenguaje escrito que se reconoce en la pantalla, pero aun no es tan aceptada sobre papel.

El siguiente ejemplo clarifica este último punto (conversación en el chat):

A: k haces? / ¿Qué haces?/

B: Nda, kdmos est finde! / Nada, ¡Quedamos este fin de semana!/

A: okas, voy a las 6 va? Tkm / Estoy de acuerdo, voy por ti a las 6, ¿te parece? Te quiero mucho.

El tipo de abreviaturas presentadas son de uso frecuente en Internet y aparecen concretamente en chats, foros, debates, etc. De periódicos de Prensa Digital, por el contrario resulta altamente improbable que se empleen en prensa impresa.

## Conclusión

Como todo en este mundo, la Prensa Digital cuenta con virtudes y defectos, pero en conjunto se necesita de ésta para asegurar la permanencia de la Prensa Impresa, ya que la sociedad está cada día más inmiscuida con la tecnología y viceversa, la primera necesita de la impresa para posicionarse, ya que ante tanta información en la red, es necesario estar seguro de la veracidad de la información.

Por ello los medios impresos deben preocuparse hoy por colocarse en el gusto del público, cuidar la reputación de su nombre, para que al estar en el medio digital, no sea uno más, debe consolidar la confianza del lector, de tal modo que este coloque en el buscador el nombre del medio que desea leer.

Ingenuo sería rechazar que la brecha entre la Prensa digital y la Prensa Escrita, no será alcanzada y rebasada por la primera.

Cada día los medios digitales muestran un considerable avance en el flujo de información que presentan en sus sitios web. Es ahí mismo donde se crean herramientas y accesos alternos que ayudados por la tecnología jalan al lector con más énfasis, es decir, lo atrapan no sólo con la misma información sino que usan infinidad de diseños para ofrecer lo que en papel está imposibilitado.

Esto por supuesto se refleja en una alteración de la audiencia. Cabe aclarar que el hecho de que los medios digitales superen a los impresos no representa una batalla donde deberá de sucumbir uno de los dos, por el contrario, el propósito consiste en acercar la información a otros horizontes y simultáneamente hacerla más participativa, actual y de mayor calidad.

Muchos afirmarán que apostar todo a la Prensa Digital es una locura, pero basta analizar cuántas horas pasan los niños, jóvenes y adultos ante la computadora y pegados a los celulares y cuántas a un libro, periódico o revista, para darse cuenta que la dependencia a los medios electrónicos es y será cada día mayor.

El mismo ritmo de vida y las costumbres que ahora se tienen, lograrán el cambio de informarse de manera impresa a informarse de manera digital, como algo tan normal, si hoy niños y jóvenes se acostumbran a leer todo en internet, para ellos será tan normal hacerlo de ese modo siempre, y será una fatiga el

sólo pensar en tener que ir a un puesto de periódicos o revistas para poder leer, ¿por qué gastar gasolina? ¿Por qué pagar taxi? ¿Por qué asolearse o mojarse? si en casa hay internet y desde la computadora se puede acceder a la noticia del momento, serán los argumentos por los que las personas no consumirán medios impresos como se hace ahora.

El tiraje de los medios impresos cada día será menor, de hecho ya lo está siendo, por citar un ejemplo, Diario del Istmo hace ocho años producía un tiraje de 20 mil ejemplares diarios, con la implementación de su página electrónica y su colaboración con la también versión electrónica Agencia Imagen del Golfo, actualmente su tiraje se reduce a 10 mil ejemplares diarios, sus lectores en la versión impresa se vieron reducidos en un cincuenta por ciento, mientras las versiones electrónicas han sumado tres y 51 millones de visitas respectivamente.

La reducción paulatina de sus ventas impresas obedece a que la generación que hoy está acostumbrada a comprarlos, en unas años desaparecerá y quedando solo la generación acostumbrada a leer de forma digital, es obvio que el medio impreso irá en decadencia, ya que las retribuciones económicas no serán suficientes y las empresas optarán por lo electrónico o bien, por perecer.

No es que un medio sea mejor que el otro, y que por ello desaparezcan o se funcionen, simplemente los tiempos y las necesidades cambian, y con ello la sociedad demanda nuevas cosas, que sean buenas o malas, es lo que requiere y por lo tanto lo que se les debe dar.

Ahora algunas empresas no estarán de acuerdo, por ejemplo el Diario Órale se rehúsa a crear su versión electrónica, por el temor a ver afectadas sus ventas, por su parte opta por darle sólo un adelanto de la información a sus lectores por medio de Facebook, medio por el cual la sociedad aprovecha para solicitar se cree su página On-line, cuestión que refuerza la teoría que sugiere que la sociedad es la que va marcando las tendencias en los medios y que es necesario el apoyo de la versión electrónica al medio impreso, ya que el lector siente esa interacción con quien le provee las noticias y por la facilidad que le resulta acceder a éstas con sólo un click, por otro lado, otros moralistas o tradicionalistas, dirán que se pondrá en riesgo la ética periodística con esta

modalidad, pero al final todo es un negocio y como tal, aún en contra de sus expectativas y objetivos iniciales tendrán que evolucionar.

De la misma forma no digo que todos estarán maravillados con los medios electrónicos, pero lamentablemente para estos, tendrán que usarlos, pues siempre se consume lo que hay.

Y reitero, este fenómeno puede corroborarse en el incremento de portales noticiosos en los últimos años. Todos tienden a la información, ésta cada vez se fusiona más con el gusto de las masas y eso sólo confirma que la prensa no muere, se mueve, evoluciona.

## **Bibliografía**

Anónimo. La era de la información. Madrid, 1998. Ed. Castell, m.

Anónimo. Revista HORA DE CIERRE. Enero/Marzo 2009. Año 16.Nº 75. Editorial Tendencias Tecnología.

Calvino, Italo. Seis Propuestas Para el Próximo Milenio. Madrid, 1989. Ed. Siruela. Pág.106.

Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo. Periodismo en Internet. Modelos de la Prensa Digital. Editorial de la Universidad del País Vasco. España.

Excélsior. “Logró la General Motors una red de robots: interconecto equipos diferentes”. 25 de agosto de 1987.

Fogues, Chris. Diseño de revista. México D.F, 2000. Ed. Mac Graw-Hill-Interamericana.



Gäde, Reinhard. Diseño de periódicos, sistemas y métodos. Barcelona 2002. Ed. Gustavo Gili, S.A.

Gómez Mont, Carmen, Et al. Nuevas Teorías Tecnologías de Comunicación. 2º Reimp 2003. Ed. México 2003. Ed. Trillas. Pág. 8 .

Lucas Marín, Antonio. La nueva sociedad de la información, una perspectiva desde Silicon Valley. Madrid 2000. Ed. Trotta, S.A.

Marín, Carlos. Manual de periodismo. México D.F, 2007. Ed. Best Seller.

Pierre, Albert. Historia de la Prensa. Ediciones Rialp, S.A. 1990

Rivedeira Prada, Raúl. Gran enciclopedia de periodismo.2007. Ed. Aniversario.

Sara Moreno de Nicolás. Revista Electrónica De Estudios Filológicos. www.tonosdigital.com. Numero 8. Diciembre 2004.

Toussaint Alcaraz, Florence; Ana, Menéndez Marcín. Prensa y nueva tecnología. México D.F 1989. Ed. Trillas.

## **Otras fuentes**

[http://www.geocities.com/prensa\\_en\\_linea/introduccion.htm](http://www.geocities.com/prensa_en_linea/introduccion.htm)

[http://www.google.com.mx/search?hl=es&rlz=1W1SKPB\\_es&q=prensaescrita+frente+al+internet&mea=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=](http://www.google.com.mx/search?hl=es&rlz=1W1SKPB_es&q=prensaescrita+frente+al+internet&mea=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=)

<http://www.mediosdecomunicacion.org/internet/la-prensa-en-internet.php>

[http://www.Periodismo\\_digital.php](http://www.Periodismo_digital.php)