



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información

y Nuevos Análisis de Comunicación Social

España

Cabrera González, María Angeles

Retos en el diseño de periódicos en internet

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 25, enero, 2000, p. 0

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81932510>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - enero de 2000 - número 25

D. L. : TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 – 5820 (año 3º)

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>

Retos en el diseño de periódicos en Internet

Dra. María Angeles Cabrera González ©

Profesora de la Facultad de Ciencias de la Información

Universidad de Málaga

España

mac@uma.es

A partir de la escasez de estudios que profundicen en las auténticas posibilidades y limitaciones de la información a través del seguimiento de la evolución de los periódicos en este nuevo medio de comunicación. El desarrollo y los continuos avances presentan visualmente la información en línea. En la adaptación al progresivo cambio, los periódicos tienden a introducir novedades en la percepción visual de la información. Esas transformaciones visuales se realizan periódicamente, al menos una vez al año.

El frecuente cambio de la imagen visual de los periódicos en Internet obliga a la redefinición de los principios básicos del diseño visual. Los cambios visuales deben responder a las necesidades de los lectores o receptores de la información. De otra, aprovechar las cualidades de la red. La difícil conjunción de estos objetivos supone el conocimiento previo del medio y sus posibilidades de comunicación visual.

En la actualidad conviven en Internet tres modelos de diseño de periódicos que responden a los distintos grados de adaptación a las posibilidades de la red. Estos modelos -el de reproducción facsimilar del periódico papel, el del periódico adaptado y el del periódico multimedia- están superados por el modelo que podríamos denominar multimedia. Del nuevo modelo se espera, que al igual que la tecnología digital ha superado las limitaciones actuales -como el ancho de red, la velocidad en la transmisión de datos, etc.-, el diseño multimedia de los periódicos ofrece formas de presentación de la información exclusivas del nuevo medio, capaces de dotar al mismo de personalidad propia, similar a la de los medios de comunicación tradicionales: prensa, radio y televisión.

Los periódicos en Internet se encuentran, por tanto, con la posibilidad de enriquecerse de las ventajas de la radio y la televisión, ofreciendo una forma más completa y atractiva desde el punto de vista visual. El diseño de la información debe contribuir a todo ello cumpliendo con los siguientes contenidos: un reto que se traduce en decisiones como las del aprovechamiento de la interactividad, la apuesta por la claridad y la simplicidad visual, la imagen en movimiento y el sonido, la navegación, búsqueda y personalización de los contenidos.

Retos en el diseño de periódicos en Internet

Ante la novedad de la materia y a la rapidez con que avanza la tecnología, se hace necesaria la profundización en los cambios que la periodística ha experimentado en Internet en los últimos cinco años.

Desde su aparición, Internet se ha convertido en un fenómeno que afecta a la sociedad y al mundo de la comunicación hasta sectores sociales tan variados como el periodístico, el empresarial, el sociológico, el político, el económico y el cultural.

Los continuos cambios en esta materia aumentan la necesidad de estudiar y profundizar sobre las auténticas posibilidades y las limitaciones que se denomina de información en línea.

La observación de los 2.284 periódicos presentes en Internet nos permite diferenciar los siguientes modelos de reproducción:

En primer lugar, podemos destacar el modelo o sistema más primitivo, el **facsimilar**; correspondiente al momento del nacimiento de Internet o, a lo sumo, al año 1992: se trata de una reproducción facsimilar de la página del periódico mediante la utilización de un escáner y la impresión en un ordenador.

- Se producen numerosos servicios a bajo coste
- Su formato tiene ventajas como las que anecdotíicamente, describe Mike Gordon: "nunca llega tarde ni se moja con la lluvia"

El conocimiento de las cualidades del nuevo medio es una de las claves para la utilización correcta y acertada (eficaz) de los medios.

Sobre el estado actual de la cuestión se pueden realizar las siguientes afirmaciones:

1. La gratuitidad de la mayoría de los periódicos en Internet
2. La búsqueda generalizada de señales propias para su identificación como publicación digital.
3. La oferta de otros servicios diferentes a la pura información.
4. El nivel medio de interactividad logrado por la mayoría de los diarios en línea.
5. Cierta ventaja en el uso del hipertexto frente al uso de los recursos hipermedia por los periódicos.
6. La falta de ritmo y contraste en la utilización de los elementos visuales en la prensa en línea hace que, aproximadamente, sean monótonos y aburridos.
7. La primera página se caracteriza por la utilización de una cabecera a color, por destacar una noticia, incluir un índice (índice de contenidos), utilizar promos y ventanas que permiten el acceso directo a las informaciones destacadas.
8. En comparación, la portada es más visual que las páginas de información desarrollada. La publicidad juega un papel importante en la página de información. Lo mismo ocurre con la fotografía, la cual está más presente en la primera página. Los recursos visuales incluyen imágenes, animaciones, sonido, video, etc.
9. En cuanto a la fotografía en el nuevo medio se puede afirmar que se concibe en color a pesar de que algunos periódicos como La Jornada sólo en blanco y negro. De las analizadas la mayoría son activas y tienen pie de foto aunque en pocas ocasiones.
10. Los recursos tipográficos más usados en la prensa en línea son los filetes, los iconos y las etiquetas y los menos usados los tipos de letra.
11. El 72% de los tipos de letra utilizados son tipos con serif frente al 54% que se caracterizan por ser sin serif. Hay más tipos de serif y otro sin serif, que un solo tipo de letra.

Dependencia de la tecnología

Con respecto a la evolución tecnológica y visual de la prensa hasta su incorporación a Internet:

- La prensa papel es el medio tradicional que mejor y más rápido ha sabido adaptarse a las posibilidades informativas que han sido posibles sin la evolución y dinámica tecnológica que permite conectar las redacciones con los nuevos sistemas de producción y distribución (redes).
- Internet como nuevo medio de comunicación aporta a la información periodística nuevas capacidades expresivas y aumenta la velocidad de la comunicación (imagen en movimiento, sonido, etc.).
- Internet es el medio de transición en el que se experimentan los diseños y contenidos que deberán ofrecer los futuros medios.
- Los diarios en línea deben aprovechar la capacidad de comunicación recíproca con el lector y superar la lentitud y los costos añadidos de la impresión y la distribución.

Otras asignaturas pendientes

Todavía no se han aplicado a este tipo de información periodística todos los recursos visuales que permite la tecnología tales como la fotografía, las posibilidades de enlace (en cabecera, pies de foto, promos o ventanas, etc.), los recursos multimedia aplicables a los espacios en blanco, la variedad de tipografía legible en la pantalla.

- Entre los requisitos que debe cumplir el diseño de la prensa en línea para facilitar la transmisión de la información se encuentran:
 1. La conveniencia de adaptarse a las posibilidades que el propio medio en línea ofrece: Interactividad, imagen en movimiento, información de manera clara y atractiva para el lector.
 2. Asegurar el acceso fácil y rápido a la información mediante los necesarios elementos de navegación, enlaces, etc.

Hacia la consolidación del medio

El nuevo medio tiende a consolidarse, de hecho, se puede afirmar que:

1. Se evidencia una estrecha relación entre el soporte y los contenidos que proporciona a la información en línea una personalidad propia referente en papel.
2. Se aprecia una evolución progresiva de los modelos de traslación facsimilar de las páginas de los diarios a Internet hacia la integración de los medios.
3. El enriquecimiento de las versiones en línea se produce mediante la incorporación de recursos propios de otros medios como el sonido, el movimiento, etc.
4. Los nuevos medios tratan, cada vez más, de identificar la personalidad de sus audiencias mediante soluciones como el diseño de páginas web personalizadas.