

Escribir para Internet?

Víctor Angel Fernández

Índice

1 Cuba, los medios de prensa e Internet	1
2 Nuevas metas	2
3 La extensión de lo que se presenta	3
3.1 Mayores tamaños de las páginas principales:	4
4 Las referencias	5
5 La presentación de la información	5
6 Conclusiones	6
7 Bibliografía:	7
8 Anexo	7

1 Cuba, los medios de prensa e Internet

Aunque muchos se nieguen a aceptarlo, ya casi es una verdad de Pero Grullo el afirmar que el surgimiento de Internet, ha puesto al mundo en presencia de un nuevo medio de información, que es al mismo tiempo la unión de los anteriores y una serie de nuevas tecnologías. Ello, de hecho, impone un nuevo método de informar y un nuevo método de recibir información, o sea, que los casos tradicionales donde se “empujaba” información (push technology) hacia el lector, varían hacia una situación mixta en la que el lector, recibe la información que le “empujan” y al mismo tiempo tiene la opción de “halar” la información (pull technology) que necesita o que considera que le conviene,

con la característica de que dada la interactividad intrínseca del medio, puede convertirse en ese mismo momento en un generador de información que está disponible para que otros lectores también la “halen”. Decía el conocido director cubano de cine, Julio García Espinosa, en el número correspondiente a enero/febrero de 1977 de la revista *Casa de las Américas*: “Los cuatro medios fundamentales son tres: el radio y la televisión” y parafraseándolo, a la vista de la realidad del desarrollo actual, luego de más de 20 años transcurridos desde esa afirmación, es posible expresar: “los siete medios fundamentales, son uno: la computadora”.

La vida cambia con sus componentes internos y su entorno y por esa razón, se estudia y además es fácilmente aceptado, que una versión de un medio de información tiene reglas que no pueden trasladarse a la versión de otro y las de estos dos a su vez, no pueden incorporarse a las de un tercero y así sucesivamente, debido a las características obvias que cada uno de ellos tiene. Así, aunque esto se conoce, en reiteradas ocasiones, se escuchan por la radio textos y más textos, que no cumplen algunos criterios reiterativos que exige el medio para que el oyente “recién llegado” pueda fácilmente ubicarse en el tema. De igual forma pasa con la televisión, en la cual “se hace mucho radio”, cuando grandes cantidades de textos son leí-

das sin una imagen, aunque sea estática, que “refresque” lo que se está recibiendo. Entonces, si esto es conocido para los llamados medios tradicionales, tampoco en Internet es posible repetir miméticamente las anteriores técnicas y con ello, creer que se tiene resuelto el problema.

El reto y, de hecho, todo el trabajo que se realice para Internet, es utilizar esos nuevos métodos de informar aprovechando a fondo sus potencialidades.

A veces, como justificación, se repite que Internet en Cuba es muy reciente y que esa es la razón para no conocer la nueva tecnología. Realmente, si se descuenta la larga historia de ARPANET, el desarrollo del uso militar limitado y el uso científico, también de carácter limitado, la real popularidad y diversificación de Internet se produce a partir de los años 1994 y 1995 (fundamentalmente este último) y, por suerte para Cuba, es ya a finales de ese año que una primera versión de Granma Internacional ¹ entra a Internet a través del naciente portal Cubaweb ², casi un año antes de la entrada oficial de Cuba a Internet en octubre de 1996. De igual forma, tampoco es justificación el que la prensa internacional también muchas veces esté cercana a esa situación, donde por ejemplo, en un reporte de finales del 2000, se planteaba que en España existían 139 periódicos y de ellos, 49 tenían presencia en Internet, aunque en realidad sólo 39 presentaban información y los otros 10 tenían una página para marcar su presencia, pero no llegaban más allá de ese objetivo. El aceptar esa especie de fatalismo tecnológico injustificado, lleva más

a la autocomplacencia que a la real solución del problema.

Esta situación, realmente ofrece una ventaja y de la misma forma obliga, ya no a introducirse, pues ya existe presencia y posicionamiento (y en muchos casos muy buen posicionamiento) hace casi 6 años, sino a mantenerse asumiendo las reglas del juego que impone el medio y continuar aprovechándolas a favor de la causa social que se defiende y que ya ha demostrado la eficacia para hacer llegar el mensaje a todas partes del mundo, incluso en condiciones de competitividad que se han vuelto favorables a Cuba.

Dos ejemplos son más que elocuentes: por una parte, de forma general, la batalla que se llevó a cabo exitosamente cuando la injusta retención del niño Elián (<http://www.elian.cu>) y por otra, en el plano particular de un órgano de prensa, cuando entre 1999 y el 2000, la versión para Internet de Granma Internacional, quedó entre los 100 órganos de prensa más leídos en ese medio.

Como es conocido, el inicio en Internet para los órganos de prensa cubanos, fue de una total experimentación, incluso, los especialistas que llevaron a cabo la tarea, lo hicieron sin nunca haber navegado por la red y sólo conocían las bases del lenguaje a través de algunos “helps” que presentaban los sistemas operativos o “versiones demo” que llegaron por diferentes vías, pero siempre alejadas de manuales o tutoriales en toda la extensión de la palabra.

2 Nuevas metas

¿Cuál era el reto en aquel momento y cuál es el reto actual? En aquel momento, la respuesta fue extremadamente simple: Había que

¹<http://www.granma.cu>

²<http://www.cubaweb.cu>

estar en Internet y asumir los riesgos para lograr las ventajas que esta presencia significaba. El de ahora es más complejo, pues coexisten el anterior y las nuevas condiciones. Ante la realidad de Internet, el problema no está sólo en escribir, con citas posicionales más o menos claras al estilo de: “*Pinar del Río, ciudad situada 200 kilómetros al oeste de la capital*”, o hacer una copia de lo que se publicó en papel o salió al aire por radio o televisión y después “digitalizarlo” y convertirlo en una página web, sin negar que esta última situación continuará siendo imprescindible en reiteradas ocasiones. La obligación es introducir paulatinamente nuevas posibilidades de personalización, documentación, interactividad y actualización de los contenidos informativos.

Algunos especialistas dicen que, luego de la comunicación (fundamental), el hipertexto es el otro padre de Internet y ese es un elemento de personalización totalmente nuevo en las llamadas versiones digitales. Pero de igual forma, debe agregarse la ductilidad, en tanto capacidad de variación. Una página impresa, por ejemplo, no acepta cambios, los errores salieron a la luz pública y cuando más, sólo queda una nota en la edición siguiente, enmendando la pifia, pero en ese impreso, por los años de los años, quedará el error para todos aquellos que lo consulten. Los cambios en Internet, son parte de su razón de ser: forma y contenido casi varían por edición y son aceptados.

Entonces, siguiendo la idea de los nuevos retos, lo que no se puede permitir es que los avances tecnológicos a los cuales tiene acceso la prensa cubana actual, no se vean acompañados por una evolución consecuente de las rutinas profesionales, aceptadas durante largo tiempo.

Entre las ventajas para Cuba, son de destacar dos que no se presentan con respecto a la prensa internacional: por una parte la incógnita económica de la existencia diaria y por otra, la competencia, muchas veces desleal, entre la versión digital y la impresa.

Pues, bien, conocidos estos aspectos, queda la pregunta: ¿seguir *escribiendo en Internet*, como se ha hecho hasta ahora, o comenzar a *escribir para Internet*, conociendo sus reglas y utilizando sus herramientas?

Es importante dejar sentado que al hablar de escribir para Internet, no sólo se habla de poner texto, sino de la presencia completa del medio en unas nuevas condiciones, o sea, aceptar características y exigencias que definen condiciones. Pues al hablar de escribir, no se excluyen la gráfica, el intercambio con los lectores, el audio y la animación como soportes del contenido informativo o como contenido informativo en sí mismos.

3 La extensión de lo que se presenta

Si bien algunos elementos se mantienen en el paso de una versión en papel u otro soporte material hacia la versión digital, se introduce un nuevo componente que será imprescindible tener en cuenta: el tiempo. No la ubicación temporal que hace nueva u obsoleta una información, sino el tiempo de consulta y descarga de las páginas desde que el lector las “pide” al servidor cuando teclea una URL determinada, hasta que se presentan en la pantalla de su computadora.

Las versiones en papel de la prensa cotidiana cubana están determinadas por la combinación de blancos y negros y, en cualquier otro caso, por un color más que la define:

rojo, para *Granma*, azul, *Juventud Rebelde*, naranja, *Trabajadores* y así según el medio. Con estas características debe “jugar” el diseñador. Con las fotos es igual, el problema fundamental es que se impriman con calidad y que los textos sean legibles. Al final, el lector tendrá en sus manos un ejemplar de 8, 16 o 24 páginas y así termina el proceso creación-impresión-lectura. Pero en la versión digital no sólo eso es imprescindible, la extensión de lo escrito y las características de presentación de la gráfica, influirán directamente en el tiempo que se demore la presentación de la página. Ese tiempo de presentación es pagado por el lector y generalmente no está dispuesto a malgastarlo por el uso de unas malas técnicas utilizadas por el medio.

Hace muy poco tiempo se aceptaba casi como una ley ineludible que una página en Internet no debía tener más de 40 Kb de tamaño, sumando texto, gráfico y otros componentes, con Modems a 14,4 o 28 kbps. Se utilizaba como ejemplo el caso del buscador Yahoo³, el sitio más visitado de Internet, que debido a sus características de diseño, su página de presentación demoraba alrededor de 10 segundos en presentarse. Ya hoy las tecnologías de velocidades T1 y T2, los Modems a 56 kbps y la fibra óptica han flexibilizado este tamaño y se permite un poco más de tamaño en las páginas, incluso algunos autores han duplicado esta cifra, aunque los sistemas internacionales de análisis como Websitegarage⁴ y Hitboxdoctor⁵, no lo recomiendan.

Con estos elementos fueron analizados todos los periódicos provinciales y los órganos

nacionales (ver anexo adjunto con los nombres y las URL de los 21 órganos analizados) y se encontraron estas características:

3.1 Mayores tamaños de las páginas principales:

- 470 Kb
- 416 Kb
- 246 Kb
- 305 Kb
- 688 Kb
- 523 Kb
- 430 Kb

Este último caso es uno de los más interesantes, pues tiene una gráfica en flash de 224 Kb, que además no se presenta.

En ese camino, las páginas iniciales cada día se alargan más, sin fin previsto, casi impuesto como una moda y las gráficas, fácilmente disminuibles en tamaño y resolución (72 ppp para web), pasan por el facilismo, muchas veces escondido detrás de la justificación de la inmediatez, de dejarlas en su estado original u obligarlas por instrucciones de programas a que se presenten en las medidas deseadas, pero con lo cual no se disminuye su tiempo de descarga, pues por este método no disminuyen los ficheros.

Al menos en dos medios con gráficas de 189 Kb y 173 Kb, se hizo la prueba de tratarlas con PhotoShop-5.5, llevarlas a su tamaño real de presentación y utilizar la opción de salvarlas para web y sólo ocuparon 8,3 Kb y 6,7 Kb respectivamente. Sobran los comentarios.

Estas razones, que influyen en el tiempo de presentación de las páginas y también en la capacidad y el interés de consulta de los visitantes, tienen otra vertiente en los espacios utilizados en los servidores, donde se

³<http://www.yahoo.com>

⁴<http://www.websitegarage.com>

⁵<http://www.hitboxdoctor.com>

guardan meses y años de ediciones anteriores sin ningún uso para búsqueda o referencia, donde llegan a cantidades de varios Gb inutilizados, pero eso será objeto de otro trabajo, sobre el tema fundamental de los valores agregados.

4 Las referencias

Es normal que en los artículos escritos, sobre todo en los trabajos de investigación, aparezcan referencias bibliográficas a las fuentes consultadas o a otros artículos que tratan temas similares, incluso a medios donde se abunda, confirma o disiente sobre lo escrito. Precisamente, como se decía al principio, una de las bases de Internet es el hipertexto, o sea, el enlace o el cambio hacia otras fuentes o partes de la información. Algunos investigadores, han llegado a plantear que este método hipertextual que desordena o al menos cambia el orden de la lectura, ha puesto en entredicho la “sacrosanta” teoría de la pirámide invertida en la conformación de la información periodística, al conducir al lector por vías no lineales para comprender el sentido de lo escrito.

En las versiones digitales de la prensa cubana esa variante no existe, o es tan poco utilizada (para salvar algún error de apreciación) que para el caso es lo mismo. Incluso no se utilizan los enlaces o las referencias a otros órganos nacionales o provinciales. Por ejemplo, en el último pleno de la UPEC (junio del 2001) se hablaba de la presencia en Internet de 71 órganos de prensa cubanos. En ninguno de los sitios visitados, incluyendo muchos más de los que se listan en el análisis, se encontró ese número de enlaces.

En general los órganos nacionales sólo

presentan 10 u 11 enlaces que se distribuyen entre los otros órganos nacionales, más casi siempre a Tribuna de La Habana y a otros sitios oficiales. El resto de la prensa es inexistente. Haciendo referencia a esta característica, un periodista planteaba que para la prensa nacional cubana, sólo existe en Internet esa misma prensa nacional y el resto es “áreas verdes”. Pero los órganos provinciales hacen algo por el estilo, incluso en dos casos, parece que para quedar bien con todos, no presentan ningún enlace.

5 La presentación de la información

Muchas veces el traslado de informaciones directamente de la versión en papel a la versión de Internet conlleva a situaciones como una aparecida a finales de abril de este año:

El titular de la página principal de la versión digital era así: “*Santiago cumplirá*”, dice su director

En ese momento se estaba en una etapa de tensión en la zafra azucarera, pero de igual forma, la pasión del béisbol dividía a los que apoyaban a la occidental selección de *Pinar del Río* de la oriental *Santiago de Cuba*. Revisando la versión en papel, el titular no dejaba lugar a dudas: una foto de macheteros en un cañaveral ilustraba el sentido del trabajo, además de que su ubicación en la sección de noticias nacionales orientaba al lector. En la primera página de la versión digital de ese medio, no hubo espacio para la foto y tampoco para la definición de la sección y, según quien leyera, haría click en el hipervínculo tratando de obtener la información que creía buscar.

El ejemplo, ni es traído por los pelos,

como se dice comúnmente, ni siquiera es algo aislado, sino que por el contrario, se repite mucho más de lo deseado.

Aquí entra a jugar la decisión de selección al presentar la información o, como se dice al principio del trabajo, el traslado mecánico de la información de un medio a otro. Tal es el caso de los extensos artículos u otros trabajos, que podrían utilizar la variante de presentar un amplio resumen, extraer el titular, el bajante y los subtítulos, referir a una página interior con todo el contenido del trabajo en cuestión, e incluso, ofrecer al lector una opción de descargarlo en un fichero compactado para después leerlo offline y en cualquier caso, se estaría utilizando una forma de presentación, en la cual se tuvo en cuenta, tanto el interés de la información como las características del lector.

Un último ejemplo al seleccionar las presentaciones, (sin profundizar en aspectos propiamente tecnológicos de la construcción de los sitios) es el referido a las técnicas de *FRAMES*, donde al hacer enlaces con otros artículos o secciones del medio, estas fueron concebidas para presentarse a pantalla completa o para utilizar a su vez técnicas de *FRAME* y lo que aparece en pantalla es verdaderamente desagradable. Aunque hay un peligro peor, pues los enlaces con otros sitios al incluirlos dentro del *FRAME* de la edición, simulan ser parte de ellos, aunque lo que estos sitios digan se opongan diametralmente a la política del medio.

El caso más “terrible” de este ejemplo es uno que se ha puesto de moda entre los órganos de prensa cubanos: el buscador *GOOGLE*⁶. En el afán de presentar un valor agregado dentro de los sitios de la prensa y

además, conocerse que el caso más común de este tipo de servicio a ofrecer, es el de los buscadores, muchos sitios de la prensa, presentan este buscador dentro de *FRAMES*. Resultado: usted teclea la palabra *CUBA*, en un sitio de la prensa cubana para que *GOOGLE* realice la búsqueda y los resultados que parece sugerir el sitio de la prensa cubana, son el *CIA Fact Book*, sitios de la llamada “prensa independiente” y en resumen, sitios abiertamente en contra de la política del Estado Cubano.

Aunque obvian los comentarios, en este caso es bueno destacar los sitios de 26⁷ en Las Tunas y *Adelante*⁸ en Camagüey, que encontraron la forma de adaptar a *GOOGLE* para que realice sus búsquedas dentro de los archivos de las anteriores ediciones de esos órganos.

6 Conclusiones

La prensa ha tenido que asumir el reto de este último desarrollo tecnológico, en un momento extremadamente tenso de la economía nacional y hacer real la presencia en Internet, de información generada desde dentro de la Isla y con ello ocupar un lugar que de otra forma podía ser llenado por versiones ajenas a la realidad cubana, cualquiera que hubieran sido sus intenciones. Este proceso lleva casi seis años de desarrollo, cuando *Granma Internacional*, de forma cercana a lo artesanal, lo iniciara y después siguieran otros órganos nacionales y provinciales, incluidas versiones escritas y con audio de emisoras de radio y por último la señal televisiva que desde hace más de un año sale a la web a partir de

⁶<http://www.google.com>

⁷<http://www.periodico26.cu>

⁸<http://www.cmw.inf.cu/adelante>

las seis de la tarde. El resultado actual es un real posicionamiento en Internet de estos sitios en cualquier buscador del mundo, sea grande como Yahoo o Altavista ⁹ o incluso los más pequeños.

Entonces, el reto a que se ve abocada la prensa es el de competir, no en los sentidos de superinmediatez y grandes palos periodísticos, al estilo usual en la prensa internacional, sino en lo referente a la competitividad dada por una presencia asentada y profesional como herramienta de defensa de un proyecto social, de acuerdo con las normas de un nuevo medio en el cual Cuba ha tenido la oportunidad de marcar pauta desde los inicios de su internacionalización.

Julio del 2001

7 Bibliografía:

Salaverría, Ramón. *De la pirámide invertida al hipertexto*.

<http://www.unav.es/fcom/mmlab/investig/piram.htm>. Mayo-2001

Interactividad en la Web.

<http://www.maestrosdelweb.com>
Junio-2001

Evaluación de sitios web:

<http://www.websitegarage.com>

Evaluación de sitios

web:<http://www.hitboxdoctor.com>

Recio Silva, Milena. *Cultural profesional y periodismo digital. Una investigación*

⁹<http://www.altavista.com>

necesaria. Revista de Ciencia de la Comunicación, Universidad de la República, Uruguay. Número 21. Junio-2001 (en Internet)

Fuentes Pujol, María Eulalia. *La prensa española en Internet. Análisis de los servicios de valor añadido*. Sitio web de la Universitat Autònoma de Barcelona. Mayo-2001.

URL de los órganos de prensa analizados para el presente trabajo

8 Anexo

Granma Diario www.granma.cubaweb.cu

Granma Internacional www.granma.cu

Juventud Rebelde

www.jrebelde.cubaweb.cu

Trabajadores www.trabajadores.cubaweb.cu

Agencia de Información Nacional

www.ain.cubaweb.cu

NotiNet de Cuba www.nnc.cubaweb.cu

Guerrillero (Pinar del Río)

www.guerrillero.co.cu

El Habanero (La Habana)

www.elhabanero.cubaweb.cu

Tribuna de La Habana (Ciudad de La Habana) www.tribuna.islagrande.cu

Girón (Matanzas) www.giron.cubaweb.cu

Vanguardia (Villa Clara)
www.vanguardia.cubaweb.cu

5 de Septiembre (Cienfuegos)
www.5septiembre.cu

Escambray (Sancti Spíritus)
www.escambray.islagrande.cu

Invasor (Ciego de Avila)
www.invasor.islagrande.cu

Adelante (Camagüey)
www.cmw.inf.cu/adelante

26 (Las Tunas) www.periodico26.cu

La Demajagua (Granma)
www.lademajagua.co.cu

Ahora (Holguín) www.ahora.cu

Sierra Maestra (Santiago de Cuba)
www.sierramaestra.cu

Venceremos (Guantánamo)
www.venceremos.cubaweb.cu

Victoria (Isla de la Juventud)
www.islagrande.victoria.cu