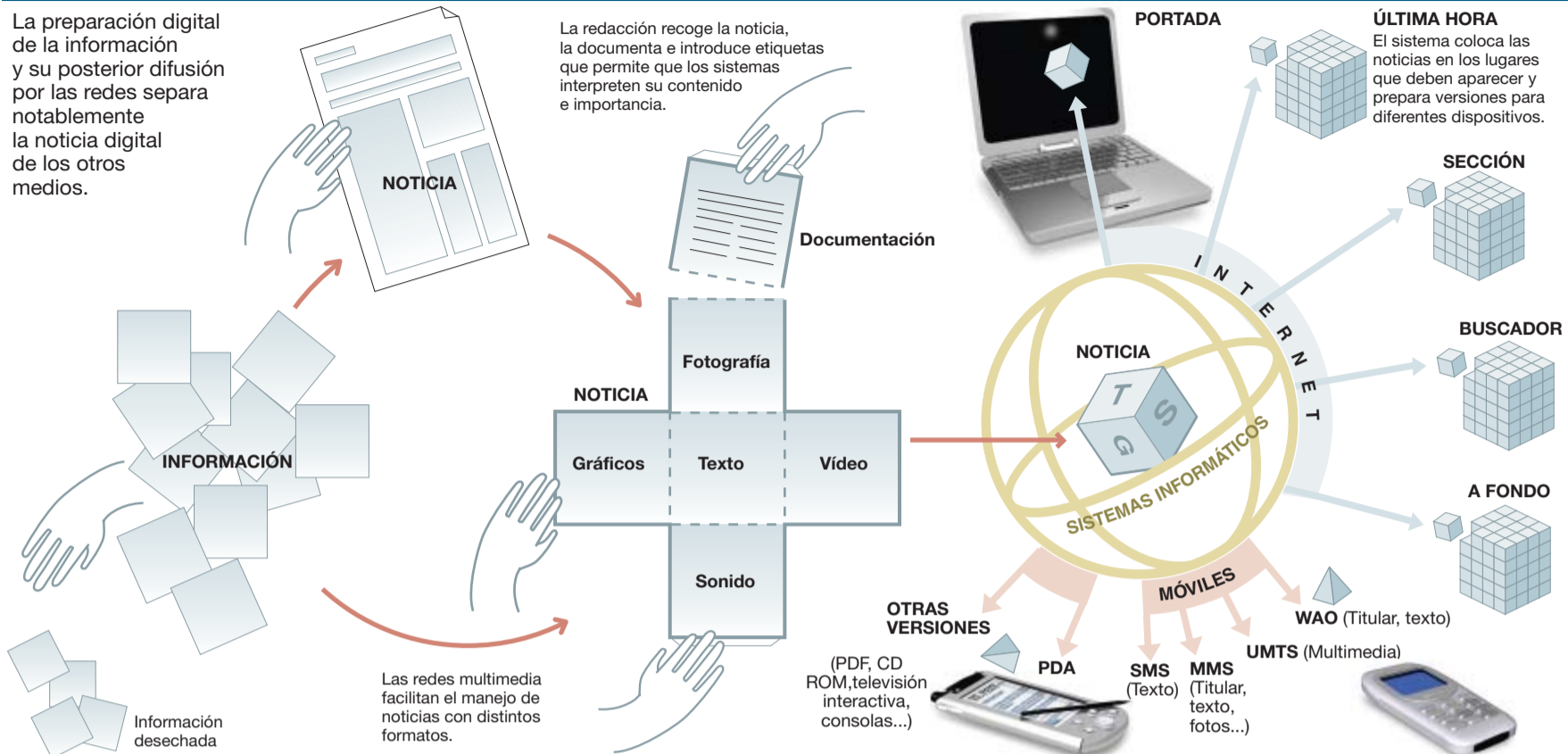


## LA DIFUSIÓN DE LA NOTICIA

La preparación digital de la información y su posterior difusión por las redes separa notablemente la noticia digital de los otros medios.



EL PAÍS

# LA CONTINUACIÓN DE LA NOTICIA POR OTROS MEDIOS

El periódico digital se elabora contra el tiempo, aunque guardando la veracidad de la información, para lectores que nos leen en distintos lugares y a distintas horas del día, y que pueden aprovechar la interactividad del medio para opinar, votar y comunicarse con nosotros. **Por Mario Tascón**

La principal diferencia en una parte importante de ELPAÍS.es es con el periódico de papel radica en el tiempo. Hay muy poco tiempo para elaborar, distinguir y jerarquizar las noticias, como ocurre en la radio, la información de agencias o la televisión en directo. En el medio *on line* importa ser el primero, pero sin que la carrera propicie que lo que publiques sea incorrecto o falso.

También nos distinguimos en el lenguaje. Por poner sólo un ejemplo, en Internet no sabemos a qué hora nos están leyendo nuestros usuarios, ya que depende del huso horario desde el que se conecten: en Brasil leen por la tarde lo que hace nuestra redacción de noche. Esto repercute en las referencias horarias que utilizamos al escribir y en el uso de tiempos verbales. Se pueden imaginar ustedes la dificultad.

Formalmente nos influyen los soportes en los que los lectores ven las noticias: hay pantallas grandes y pequeñas, con muchos colores y con pocos, portátiles y aparatos de sobremesa, agendas personales, CD-ROM, etcétera. Hay que intentar que desde cualquier dispositivo se pueda leer (o mejor dicho, ver) sin dificultades.

La preparación digital de la información y su posterior difusión por las redes y aparatos separa notablemente

la noticia digital de la que se ofrece por los otros medios.

Por un lado, las redes multimedia facilitan que manejemos noticias con formatos diferentes. Ahora, EL PAÍS puede contar una noticia a través de un texto, con un gráfico, con un audio, con un vídeo, con una hoja de cálculo, e incluso con una combinación de todos o varios de los anteriores. Por tanto, los periodistas apuestan por aquel formato más adecuado dentro de los que tienen a su alcance. Sigue predominando el texto porque es el más fácil de producir y transmitir, pero cada vez crecen más los otros elementos.

Por otra parte, necesitamos que las máquinas y las redes entiendan lo que estamos enviando, y aunque seguimos soñando todos con la inteligencia artificial, los ordenadores son rápidos, pero bastante torpes para comprender. A cada noticia (un vídeo, un texto, o lo que sea) le ponemos unas etiquetas que permiten que los sistemas interpreten qué hacer con ella. Así, una noticia sobre el huracán *Jeanne* tendrá una etiqueta para que el ordenador sepa que pertenece a la categoría de "Catástrofes e Inundaciones", dentro de la sección de Sociedad y de la de Internacional (Internet permite que no nos veamos obligados a elegir una única sección), y que además habla sobre "Haití". Otra serie de etiquetas aclaran a los

ordenadores que es una noticia muy importante, por ejemplo, porque los periodistas la han situado en la primera página del *web*. Una vez marcada la noticia, los ordenadores, ayudados en algunos procesos por los periodistas, empiezan a realizar miles de tareas.

En el ejemplo anterior, los sistemas de ELPAÍS.es indexan inmediatamente la noticia para que se encuentre a través del buscador, a la vez se la llevan para el *dossier* de "Haití", así como a la página de "Catástrofes e Inundaciones" (EL PAÍS tiene en su archivo más de 9.000 informes, denominados "A Fondo", con todo lo que publica sobre personas, países, organismos, empresas y temas).

Las máquinas procesan ese material para que se vea en agendas personales y en teléfonos móviles. Preparan asimismo una versión en texto especial para personas con discapacidad visual, que también es útil para aquellos que quieren ahorrar las imágenes para navegar más rápido en Internet. Si, por el contrario, lo que desea es fidelidad máxima al original, en el caso de que la noticia provenga de la edición de papel, puede usted imprimir una versión idéntica a la impresa con todos sus contenidos. Si lo hace desde Nueva York, la tendrá antes que los españoles que la compramos en los quioscos.

Si la noticia es muy importante y usted está suscrito al sistema de alertas de ELPAÍS.es para Amena, Vodafone o Telefónica, habrá recibido, prácticamente en el mismo instante en que la redacción ha tenido conocimiento de la misma, un mensaje de texto en su teléfono móvil. Si éste tiene capacidad multimedia, el mensaje se enriquecerá con fotos o vídeo (si los hubiera). Esa misma alerta también le puede llegar por correo electrónico a su ordenador.

Pero la difusión de la noticia no termina aquí. Google, Yahoo! y otros buscadores incorporan continuamente a sus enormes bases de datos el material que producimos. Son nuevos y gigantes quioscos digitales. También hay muchos medios en los que encontrará noticias de otros (por ejemplo, en el propio ELPAÍS.es puede consultar noticias de *The New York Times*).

Las redacciones digitales trabajan 24 horas y 365 días. En una edición *web* como la de ELPAÍS.es se actualizan continuamente cientos de miles de datos (piensen solamente en el chorro de cotizaciones bursátiles), y los archivos digitales del diario contienen millones de noticias, decenas de miles de fotos, millares de audios, vídeos y gráfi-

cos. Pero además, cuando usted la consulta, lo quiere ¡ya!

Para que todo el proceso todavía sea más difícil de manejar, los medios digitales poseen una característica que es la que más los diferencia de los demás: la interactividad.

Los lectores deciden en muchas ocasiones cómo ver las noticias, desde algo tan simple como pulsar los botones que aumentan o disminuyen la letra de los textos hasta la ordenación de datos de la manera que ellos prefieren. Opinan, votan y se comunican con nosotros de una forma desconocida hasta ahora. En ELPAÍS.es existe incluso una portada de los lectores que se ha convertido en una de las páginas más relevantes y que se gene-

## Las redes multimedia permiten contar una noticia con texto, audio, vídeo y hoja de cálculo

ra cada 15 minutos con las noticias más leídas.

Sorprende ver lo distintos que somos lectores y periodistas unas veces y lo iguales que resultamos otras. Les animo a que comparen de cuando en cuando la portada de ELPAÍS.es con la portada de los lectores.

En la actualidad, quienes consultan nuestros medios pueden escribir su opinión sobre cualquier tema, votar aquellas noticias que más les interesen, enviarlas por correo electrónico o guardarlas elaborando una carpeta a medida de recortes de prensa. Las noticias son un material muy dúctil que puede moverse, combinarse o guardarse con una facilidad pasmosa. Los medios, en suma, están ahora mucho más intervenidos por quienes los leen, habiéndose hecho completamente realidad aquel dicho de que un periódico es de sus lectores.

Es muy difícil hacer predicciones sobre el futuro, pero seguramente si sabemos seguir con los niveles de calidad y trabajo que ha mantenido este diario en sus 10.000 números, y ustedes nos continúan leyendo a través del papel, o de cualquier dispositivo, aun aquellos todavía no inventados, esperamos seguir siendo su diario de referencia. Lo que no está tan claro es si llegaremos al número 100.000, porque ¿tiene sentido numerar periódicos digitales?