

Tecnología de la comunicación periodística

Primera parte

Tema 0. Tecnología y comunicación periodística

- ***La tecnología como sistémica.***
- ***La tecnología como una variable organizativa.***

(fotocopia 19.1.)

- ***Historia de la tecnología de la información.***

(pág. 19 – 32 de *Tecnología de la información escrita* y pág. 111–136 de *Estudios sobre tecnologías de la información*)

Métodos de impresión

–Antecedentes

Chinas y coreanas 900 – 1200

Copistas = Manuscrita

–Siglo XV Johan Gutenberg

xilografía: con un buril y un martillo graban en una lámina de madera y con otra placa entintan en un papel, y graba la impresión.

Lo primero que imprimió Gutenberg fue una Biblia. El invento de Gutenberg se mantiene hasta 1946 con algunos adelantos. El teclado se asemeja a los actuales: El cajista tecleaba y una vez hecho el trabajo, las bandejas para las líneas de plomo, inyectaban plomo líquido y colocaba los tipos en relieve. Se denominaba composición automática e iba a una velocidad de 15 líneas por minuto. Básicamente era el mismo modelo de Gutenberg pero automatizado.

Después de 1945 se introducen los procesos computacionales, pero antes se crea la monotipia, que en el componedor tecleaba y perforaba una cinta, como una máquina de escribir perforadora. Con esa cinta perforada, se pasaba a otra máquina que construía la matriz para imprimir.

El *teletypesetter system* da un salto tecnológico para componer textos a distancias y se puede fotografiar el texto para sacar una plancha previa a la de impresión. Trabaja con un sistema telegráfico y la agencia de noticias AP lo utiliza por primera vez. Así transmite una cinta perforada, que después se codifica. No duró mucho, porque todos los periódicos recibían el mismo modelo para sacarlo. Este sistema funcionó durante los años 50 en Estados Unidos. En 1960 a este sistema se le acoplan las primeras computadoras, denominadas RCA 301 que leía la cinta perforada y componía tipo de letra y ancho de columna y da mayor velocidad (130 líneas por minuto). Se combina con la IBM 360/30, que incorporó un teclado con una pantalla. Agregaba unos discos magnéticos que grababan y almacenaban datos y en 1960 se llega a 22000 líneas por minuto.

En 1970 se posibilita el desarrollo con el *laser comp 3000* que daba lectura por rayo láser. Este leía una página completa con foto en 2 minutos mediante 400 barridos por centímetro y dio un salto en velocidad de

impresión. También agrega otra ventaja: la posibilidad de trabajar la composición del texto y foto por separado y a distancia: permite distancia geográfica entre la oficina de redacción y la de impresión.

Por los años 70 comienza la impresión offset, que es un proceso más económico, cómodo. Pero antes se usaba el huecogrado, que se basa en una técnica artesanal, en que la talla dulce que graba con un curil sobre una plancha de cobre los caracteres. A esa plancha se le rebajaba las imperfecciones con un ácido y por eso se le denomina técnica del agua – fuerte. El papel absorbe la tinta de los huecos y en revistas se requiere para poder usar el color. En España hasta comienzos de los 90 el ABC y La Vanguardia lo utilizaron. Este sistema de huecogrado lo inventó Karl Kleisch. Desde 19509 se utiliza este sistema que requiere cuatro cilindros para el color (magenta, negro, azul y amarillo) que consiguen el *full – colour*. A este invento se le añade el *digiset* que mediante unos cubos catódicos permiten una fotografía digitalizada que acelera el proceso del huecogrado, logrando leer 2 millones de caracteres por hora. El primero periódico que lo aplica es el *Reading Evening Post*.

El sistema offset es un sistema de impresión que introduce unas planchas menos pesadas de aluminio. Su antecedente es el autor de la impresión litográfica (impresión en piedra de 1796 de A. Senefleder). Este sistema de impresión litográfica fue muy utilizado por pintores, y era de calidad cuando se hacían pocas tiradas. En 1904 Rubel utilizó una prensa rotativa cuyo cilindro era de caucho, y por un error olvidó poner el papel y vio que el caucho chupaba la tinta de la plancha y la presionaba. Cuando puso el papel vio que el cilindro de caucho se había impresionado lo que dará lugar a la rotativa offset (podía usar un papel de menor calidad, abaratando el costo de papel, también dado por una mayor calidad de impresión.). Luego se pudo introducir la impresión a color al desarrollar varios cuerpos con la misma rotativa. A partir de los 60 posibilitó los anuncios a color. Podía imprimir de 1 a 6 colores y tenía flexibilidad de montaje.

• **Efectos de la tecnología en la estructura comunicacional**

La media del crecimiento europeo de móviles está en 51 % y en España en el 62%, Alemania 102%, Irlanda 78% y Reino Unido 77%.

La relación de los hogares españoles de equipamiento audiovisual (TV, teléfono y ordenador). El 99% tiene televisión, teléfono el 95,5% (en los 90 estaba en torno al 71%) y ordenadores un 31,5%

Respecto a los usuarios de Internet por comunidades autónomas en el 2000: Cataluña 19%, La Rioja 18% y Andalucía 16,5%.

En 1999 el 89% de los televisores en Bélgica tiene televisión por cable.

Tema 1. Tecnología de la información

• **Definiciones**

Definición de tecnología:

1. Conjunto de los conocimientos propios de un oficio mecánico o arte industrial
2. Tratado de términos técnicos
3. Lenguaje propio de una ciencia o arte
4. Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

La tecnología viene promovida por la investigación científica y su aplicación práctica y estos adelantos

científicos en las tecnologías suelen ser interdisciplinarios.

Esta tecnología aplicada al periodismo tiene dos puntos negativos:

- Una producción más pobre.
- Menor mano de obra y mayor especialización

Peter Hall define la tecnología de la información como el conjunto de herramientas, sistemas y técnicas que permiten la generación, almacenaje y recuperación, manejo, transmisión y comunicación de información y su interacción con las actividades humanas.

Beneyto da 4 características de la tecnología de la información: percepción, universalidad, instantaneidad y continuidad.

Díaz Nosty y **John Mc Hale** señalan otras 7 características:

- El flujo informativo crece exponencialmente
- El tiempo y la distancia no condicionan las comunicaciones
- Intervalo entre cambios sociotécnicos y los impactos sobre la sociedad se reducen, a la vez que la dimensión del planeta.
- Los servicios de información están más y mejor interconectados, en tiempo real dando lugar a mayor dependencia.
- Sistemas complejos interconectados al servicio de la sociedad
- Mayor interdependencia de las instituciones debido a la retroalimentación
- Rapidez que cambia los conceptos tradicionales

La aplicación de la tecnología por su uso determina su ideología. En el proceso tecnológico, por circunstancia políticas, económicas, sociales,... puede haber un uso negativo de estas tecnologías.

• *Usos de la tecnología de la información*

Bases técnicas de las comunicaciones:

- Transductor: Convierte una forma de energía en otra distinta.
- Señal: Operación que hace un transductor y hay dos tipos: analógica y digital. Posee amplitud y frecuencia. La amplitud tiene que ver con la altura de onda y se relaciona con fuerza y amplitud y la frecuencia tiene que ver con la altura de la voz que se expresa en hertzios o Hz.
 - Analógica: forma de onda física, ya sea acústica o lumínica, que se convierte en señal eléctrica.
 - Digital: mayor calidad, producida por una transmisión no continuo de los sentidos de encendido/apagado.
- Espectro electromagnético: Va desde las ondas de radio o rayos X a los rayos cósmicos. La radiación electromagnética se capta en una serie de espectros. Nos sirve para transmitir señales analógicas y digitales, y es limitado a los estados nacionales. La señal enviada por cable libera el espectro electromagnético.
- Modulación: Tiene que ver con la calidad de la voz. Entra en una onda portadora o que puede ser vía satélite. La frecuencia modulada da mejor recepción.
- Ancho de banda: se relaciona con la capacidad de comunicación, que determina la capacidad del canal de comunicación.

En estas cinco bases técnicas, se apoyan las telecomunicaciones y también la organización de los medios impresos.

- **Aplicaciones tecnológicas en el sistema de medios**

(fotocopia de 19.2.)

Tema 2. Polivalencia de las tecnologías de la información

- **Influencia de la tecnología en los flujos informativos.**

La cultura del oído, según Marshall McLuhan en *Galaxia Gutenberg*, creaba una cultura hiperestética y caliente y la vista crea un mundo neutro y frío.

Así la radio sería un medio caliente y la TV un medio frío.

La era electrónica marca el límite de la literatura alfabética.

La imprenta origina los nacionalismos, los sistemas y los valores de mercado. Unifica criterios y hace que el texto organice a las sociedades. La aparición de la imprenta reforma la cultura de los sentidos. También dice que la imprenta organiza el alfabeto visualmente. Es una experiencia visual, ya que lo visual es lo explícito es lo uniforme. Entre esta cultura, no quiere decir que la oralidad se elimine, incluso el táctil.

La imprenta difundió el lenguaje impreso y le confirió a la letra impresa por su carácter de autoridad. Al comenzar a usarse la imprenta, la palabra escrita se separa del sonido y se constituye como un símbolo. El inicio de la imprenta da lugar a la modernidad.

Esa espacialidad influye en el desarrollo de la perspectiva. Los idiomas se van depurando, y los signos empiezan a codificarse, con lo cual se organizan las lenguas.

La imprenta obliga a que ese lenguaje se organice y tenga unas reglas determinadas.

Hasta la Edad Media, la lectura se hacía en voz alta, por un ejemplar. Eso introdujo una distancia entre autor y escritor, y con la imprenta se difundió más, haciendo proclive la lectura personal.

La era electrónica era orgánica, no mecánica.

Otro argumento que el material impreso está más cercano a la alta definición que un texto escrito a mano.

Pero hoy día, donde muchas formas de comunicación se combinan, McLuhan dice que dos tecnologías podían pasar una a través de la otra.

La imprenta es la mecanización de un oficio. Es una forma de reforzar el contenido de forma más eficiente en menor tiempo, con una reproducción masiva.

Gutenberg inicia el progreso de la máquina, ya que perfeccionó los tipos y una forma de impresión de pensar uvas. Inventó la forma de organizar. La imprenta es la tecnología del individualismo.

Se genera una nueva especie de ser humano. Todo lo impreso es visual, secuencial, uniforme y lineal.

- **Influencia de la tecnología en la organización de la información.**
- **Contenido ideológico de la tecnología.**
- **Probabilidades y posibilidades de la tecnología en la Sociedad de la Información.**

Tema 3. Condicionantes económicos del desarrollo tecnológico

3.1 Los factores intervinientes: económicos, financieros y del mercado

3.2 I + D: Innovación y ciclos de desarrollo tecnológico.

3.3 Concepto determinista y sistémica del desarrollo tecnológico.

Tema 4. Tecnología y Sociedad Global

4.1 Historia de la información como geopolítica

Puede verse la geopolítica de la información mediante el uso de Internet:

- USA y Canadá 41,5%
- Europa 27,8%
- Asia y Pacífico 25,8%
- América Latina 4%
- África 0,8%
- Oriente Medio 0,6%

España se sitúa en el puesto 24 por su uso de la red debido a que:

- No ha sido pionera en el uso de Internet
- Tiene un uso relativamente bajo de ordenadores
- Hace poco se ha diseñado una estrategia para impulsar las nuevas tecnologías
- No destaca en ninguno de los parámetros de la economía electrónica, excepto en la telefonía móvil y en la banca on – line.
- Escasez de elementos estructurales (pocos técnicos, poca inversión de capitales en sistema,...)

4.2 El concepto americano del libre flujo de información

En América destaca el libre flujo informativo mientras que en la Unión Soviética tienden al control informativo

4.3 El medio como mensaje en el diálogo Norte – Sur

El hemisferio sur está desconectado de las tecnologías del Este y USA y URSS se pelean por estas zonas subdesarrolladas. En los años 60 por cada 100 habitantes había 10 periódicos, 2 televisiones y 2 butacas de cine.

El enfrentamiento USA – URSS hace que las tecnologías se desarrollen.

4.4 Modelos culturales desde los medios

La unificación de tecnologías: teléfonos y satélites, ordenadores, fax y módem. Esta revolución hace imposible un sistema de bloques cerrados, que sucedía hasta 1989 con la caída del muro de Berlín. Esa tecnología permite la conexión con el mundo.

Nicholas Negroponte dice que esta revolución de las comunicaciones hace posible que la información se transmita en bits y no en átomos.

Díaz Nosty dice que en los años 60 por una tecnología estancada la prensa se estancó, como consecuencia de la TV y radio, y sufre una crisis profunda. En los 70 sale del atolladero, aplicándose a las nuevas tecnologías,

se adaptó el lenguaje visual a la prensa, el color, mejoró las gráficas, introduce infográficas, permitió expansión de los diarios locales. Cree que el soporte papel no desaparecerá, ya que los grandes periódicos invierten en rotativas de la 3ª generación. Y además con las nuevas tecnologías en Internet permite edición on-line.

Otro concepto importante es que fortalece el concepto de globalidad de comunicaciones. Manuel Castells dice que la expansión de lo global puede hacer destacar lo local, en el proceso informativo. Él acuña esta expresión con el término glocal.

Otro tema es el proceso de *feed back* o retroalimentación, es decir lo que puede devolverse en información. Ignacio Ramonet en Internet, el mundo que llega, dice que el objetivo que persigue cada uno de los titanes de la comunicación, es convertirse en el interlocutor único del ciudadano. Es decir, le da posibilidad al ciudadano de responder a esa información, como en Internet y TV digital. Otra idea suya es que el aumento de información provoca un océano de información y la calidad de la libertad de expresión disminuye, pese al volumen informativo.

Tecnología de la comunicación periodística

Segunda parte

Tema 5. La prensa escrita como parte del sistema de medios

5.1. La prensa como medio de medios

España llega a la revolución de las nuevas tecnologías con atraso. El régimen de Franco en 1960 permitió inversiones extranjeras excepto en los medios de comunicación lo que daba lugar al poder estatal en los medios.

Entre 1975 y 1980 se da la transición y en 1978 empieza formalmente con la Constitución que el Estado Español crea. Con ello, surgen medios privados e independientes que incorporan una tecnología actualizada.

Los grandes grupos europeos de comunicación entran en España como la Alemán Berstelman y la francesa Hachett.

La última ley de imprenta se da en 1976 y liberaliza a los medios de comunicación con una ligera apertura.

Berstelman es un grupo alemán que se inicia en 1835 como editora de libros religiosos. Su primer contacto español lo tiene en 1962 con la editorial Vergara e introduce su sistema de vender libros. Se instalan en España en el campo editorial, con libros y revistas para conquistar el mercado latinoamericano; pero es más fácil editar libros en España que en Alemania. Hoy publica nueve revistas: Geo, Muy Especial o Muy interesante son algunas de ellas y participa en revistas internacionales: Marie Claire, Cosmopolitan. Compró la más grande imprenta española: Printer Industria Gráfica S.A. y otra, Eurohueco es otra imprenta muy tecnológica que publica Interviú, Mía y El País semanal. Tiene algunas inversiones en la industrias de disco, Ariola y RCA. También en agencias publicitarias por correo: Berstelman Direct. Finalmente compraron en 1994 el 25% de Antena 3. La última compra es American On Line (AOL) con la intención de crear una ciber – librería.

Hachett en 1998 compró la editora Salvat con una gran red de distribución en América Latina. Ha sido la implantación de Hachette y compra después Fotogramas y Diez Minutos. También han sacado Claire y Emprendedoras. Ha logrado en poco tiempo ser líder de revistas y compra el grupo Eres que tiene Pronto y Tele Indiscreta y lanzaron Quo. Tiene contactos con el grupo inglés Pearson.

Ambos tienen colocadas sus inversiones en los mismo sectores de la comunicación: revistas, TV,....

Hay otros grupos de menor nivel:

- Springer: propietario de Bild, periódico sensacionalista de más tirada en Europa. En España entra en 1998 y compra SARPE distribuidores en kioscos, porque exporta publicidad en Latinoamérica. Tuvieron la idea de sacar un periódico sensacionalista, en 1992 sacan Claro, pero no funcionó. No superaron los 150 000 ejemplares diarios y lo cerraron en tres meses. Se desnuda **Marta Sánchez** en su primer número.
- Havas: (en todos lados se cuecen) Es una revista de medicina en España y Francia. Compra el grupo Vivendis. Este grupo (havas) compra el grupo Anaya y son los dueños de L'Express y de Le Point
- Zizzoli: es el grupo italiano del periódico Corriere della Sera que es de la editorial Orbis, especialistas en bibliotecas por temas

El Mundo nace de una escisión de El Diario 16 de dos periodistas Pedro J. Ramírez y Alfonso de Salas.

El otro grupo interesante es Recoletos que editan Expansión y Marca. Otro grupo es el Mondadori que compra el 70% de la editorial Grijalbo, intentó entrar en el periódico El Sol, pero no.

Otro grupo italiano es Rusconi, vinculado al Diario 16 con un 80% y edita en Marie Claire y revistas de viajes.

En Inglaterra encontramos al grupo Pearson que entra en El Mundo en 1998 y entra en prensa gratuita española en inglesa y se mete en TV y tiene acciones en Antena 3 y Vía Digital y de Port Aventura. El grupo Pearson comienza en 1987 comprando el 25 % de Recoletos, hasta tener el 95%.

También hay grupos holandeses: Wolters Kluwer o Reed Elsevier están presentes en las ediciones de publicaciones profesionales.

En España hay 6 tipos de grupos de comunicación

- de origen español con vocación de liderazgo y expansión extraterritorial: Telefónica y Prisa. Telefónica se ha expandido en su campo de negocio, pero también en medios audiovisuales, que incluye la telefonía por cable, Terra – Lycos, y la expansión en el continente americano de telefonía y radio – televisión. El grupo Prisa, se ha expandido por todos los medios impresos (El País, As, 5 Días, El Correo de Andalucía). Desarrollan negocios en radiodifusión, M80, Ser, Cadena Dial y cadenas de radios locales y la cadena Caracol de Colombia, en Chile, Costa Rica, Panamá,... Ha desarrollado también cine y televisión, Canal Plus Digital. Participa en muchos canales como Viajar, Estilo, Documanía. En el mundo editorial tiene a Santillana y Aguilar. Han desarrollado canales de música de Gran Vía Musical. Tiene su empresa de publicidad.
- Grupos con una presencia española: anteriormente mencionados (ingleses, franceses y todos los anteriores)
- Empresas españolas que tratan de abrirse paso : El grupo Planeta, el grupo Correos, el grupo Zeta, Prensa Española.
- Empresas líderes de la economía española pero no del mundo mediático: Endesa, Unión Fenosa, Iberdrola
- Grupos con mucha fuerza internacional: Kirch (tiene 22% de Tele 5), Berlusconi.
- Grupos de origen familiar: Prensa Ibérica de Mallorca que posee la Opinión de Málaga, el grupo Voz que es gallego y el Joly un grupo andaluz.

5.2 Organización: Estructura, funciones e interacciones

(fotocopias 19.4)

5.3. El consumo de información

5.4. Factores comunicativos dominantes

5.5 Redefiniciones del medio de prensa

Tema 6. Los cambios tecnológicos de la prensa

6.1 Etapas de la reconversión industrial

(fotocopias 19.2)

Un esquema básico puede distinguir tres períodos:

- Manual: desde Gutenberg (400 años)
- Mecánica: desde la Revolución industrial
- Electrónica: desde finales de los 60

El tipo móvil fue inventado por Gutenberg, por corchos de madera y metal. Tiene altura, anchura y cuerpo. El pie es la base por la que entra en la regleta. La letra está en relieve para dar la impresión. En un mesón de madera se colocaba de orden los tipos móviles.

En los años 40 el *New York Times* mantiene las seis columnas de los años 20, pero hay titulares mas diferenciados y fotocompuestos. También evoluciona la maquetación. El Correo de Andalucía varía poco, solo la cabecera y la tipografía, pero sigue siendo pesada de leer.

6.2 Cambios en los procesos productivos

(fotocopias 19.3 y 19.4)

Elaboración de un diario según el modelo clásico 1970 – 1980

Primero está la redacción, el proceso industrial pertenece al taller de artes gráficas:

- Una parte es redaccional que es el texto que recoge la noticia
- Otra parte es del departamento de publicidad
- Departamento de fotografía y otros elementos gráficos
- Departamento de maquetación

A finales de 70 podía haber relación entre el departamento de redacción y el de maquetación.

Dos trabajos principales son:

- La composición: mediante la linotipia se componen los textos y a mano los titulares. Aquí se realiza una prensa de pruebas (galeradas) que iban a unos correctores, en donde se revisaba. De este va al montaje de las páginas y después se estereotipa (tejas). Pasado el proceso de impresión pasa a la rotativa.
- La fotocomposición

Elaboración de un diario según el modelo de la década de los 80

La redacción asume tareas de producción y los talleres de arte gráficas reducen su número de personal. El cambio en los departamentos es que se crea el de agencias y fuentes externas, en que los teletipos van a un

ordenador central en donde se acumulan. Desde este se puede recoger en un terminal desarrollado por Apple lo que me llega de la agencia de noticias. El corrector está fuera, en la base de la redacción y se integra como periodista y que manda a talleres. En la fase de talleres tenemos una fotografía de la página completa, segundo se da el pegado de las imágenes, es decir, su montaje. Acto seguido se hace la película de una página, una diapositiva tamaño papel. Por último se da la insolación, que le da luz para poder montarla en la rotativa. Una vez insolada la plancha se monta en la rotativa.

Elaboración de un diario según el modelo de los 90 o actual

En España la primera que utiliza este sistema es El Sol de Madrid y después se fue dando este sistema. El input hace que entren los periódicos. La parte de taller en este modelo es mínima. El input tiene 3 áreas:

- La parte informativa: que agrupa: a) mi propia información b) información externa c) gabinetes informativos d) bancos de datos
- La parte publicitaria: viene del anunciante, por centrales de compra o por las propias agencias de publicidad
- La parte gráfica: fotografía, infografía,...

Pueden entrar también por corresponsales de publicidad a distancia, que nos mandan información.

En la parte de elaboración, el resultado se puede ver por ordenador, que lleva a un proceso de edición continua, que ves redacción y maquetación. Después pasa a los talleres, pasa al facsímil redaccional, que pasa a la flexografía que se imprime y que está listo para distribuir.

Ahora se puede tener la rotativa en otro lado, y la impresión en otro, ahorrándose tiempo y transporte. Esta redacción permite esta impresión offset.

Los outputs:

- Microediciones: que permite los coleccionables
- Grabación en CD
- Creación de propia base de datos
- Aplicaciones telemáticas

Se integra la informática con las telecomunicaciones lo que hace posible la redacción electrónica. La primera impresora fue la Laser Writer IINT de Apple.

A comienzos del 70 desarrolla Apple el primer monitor Radius de 19 pulgadas (2,4 cm.)

El proceso de difusión tiene la sección informativa y de publicidad separadas, lo que hacía la producción engorrosa. Había una página con información y otra de publicidad. La unión de ambos no se da hasta aplicación tecnológica periodística.

6.3 La reconversión mundial de la prensa: EE UU, Japón y UE

Tema 7. La redacción electrónica

7.1. Nuevo ciclo de producción

Nicholas Negroponte afirma que la Era digital dada por la Era de la Comunicación y es una obra descentralizada, desglobalizadora, armonizadora y permisiva. En su libro *Ser digital*, desarrolla estas tesis.

Otra de sus señas es el cambio de la señal analógica a digital. Es un optimista de la Era Digital.

Dos autores italianos: Bettetini y Colomo afirman que el universo digital no es tan ideal y diferencian interacción de interactividad y las definen:

- Interacción: acción social de los sujetos en sus relaciones con otros sujetos. Puede ser sujeto – sujeto, sujeto – sujetos y sujeto – máquina.
- Interactividad: imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico. Hay medios que por su capacidad tecnológica pueden ser interactivos.

Principales cambios en tres décadas:

- 1960: computadoras de gran capacidad, se lanza el primer satélite de telecomunicaciones en 1962 llamado Telstar 1962, también comienza la primera capacidad del hipertexto, video – instalaciones y comienza a pensarse la realidad virtual como idea.
- 197: se utilizan el almacenamiento de imágenes en un disco, comienzo del HDTV que es la televisión de alta definición
- 1980: posibilidad de la miniaturización (chips)

Los sociólogos españoles de la comunicación alertan sobre este exceso de comunicación que en el receptor produce una sensación de agobio.

7.2. Informática e información periodística

7.3 Efectos sobre el sistema periodístico anterior

7.4 Cómo funciona la redacción electrónica

La redacción electrónica tiene 3 etapas:

- Redacción de periodistas: máquinas de escribir manuales que se convierten máquinas electrónicas IBM
- Composición: de textos, trabajo de los talleres
- Impresión: Montaje de planchas en las rotativas

El proceso era lento y el periodista escribía un poco a ciegas. La tecnología no podía permitir escribir como actualmente no sabías que espacio ocuparía tu escrito.

Por ello se utilizó la estructura de pirámide invertida por si te cortaban el texto por el final. En la segunda etapa, se encuentran los correctores que corregían los textos de los periodistas si no encajaban en la página y tenían que modificar los titulares, ...

La tecnología soluciona este problema. Había que unificar el paso de la etapa primera a la segunda. En los años 60 se empieza a resolver el problema. El trabajo de redacción y de taller se tenía que unificar. Las máquinas eléctricas unen esto.

El redactor podía componer todo el texto completo. Pero hubo otro problema, porque esto produjo la reducción de puestos de trabajo, la reconversión afectaba a los trabajadores de los talleres porque se necesitaban más redactores.

La llegada de los ordenadores fue importante. El periodista ahora conoce el espacio en el que tiene que hacer el cuerpo de la noticia. Trabaja con un pre-diseño de página, como una maqueta y ahí es donde escribe. Se reduce el tiempo de la segunda fase, el redactor interviene en el proceso de producción de una forma más

activa y se acaba con el tema de que se corte el texto por debajo.

Esto permite un periodismo más interpretativo. Pero no hay que olvidarse de la estructura de pirámide invertida, porque ayuda a realizar la noticia. En el proceso de producción tecnológico de hoy en día el periodista se puede salir de esa estructura, ya no te cortan el texto.

Fotocomponedoras: máquinas que compone el texto que van en tiras de papel, todas las tiras se pegan en una página real que era fotografiado y así se hacía la plancha definitiva que al rotativo. A finales de los años 60 y comienzos de los 70. El redactor comienza a escribir y componer en la pantalla. Podía visionar como iba a quedar su escrito dentro de la página.

Lectores ópticos de caracteres: puedes leer lo que has escrito y se introduce en el 74, y era una máquina donde se hacían los textos.

Se habla de una reconversión electrónica en la producción de los periódicos gracias a estos avances.

Tema 8. La preimpresión

8.1. Ámbitos y fases productivas: influencias en la expresividad periodística

El proceso de producción se denomina preimpresión

El primer nivel sería la preimpresión que se integra cada vez más en los talleres y esta integrado por la redacción y publicidad.

En segundo nivel están los talleres, que se encargan de las planchas.

En tercer nivel está la impresión

En cuarto nivel la distribución

¿Qué es la preimpresión? Parte de producción de un periódico que integra el tema de redacción y público que incluye un terminal u ordenador para cada redactor que interviene en las fases de preimpresión. Incluye textos e imágenes. Antes el redactor escribía en una máquina de escribir y el papel se entrega a maquetación, y al alternarse con publicidad. Ahora el redactor capta información, selecciona y así hace un tratamiento de la información en la propia pantalla.

La publicidad por los sistemas informáticos se conoce sus espacios por las secciones y está predibujada en el planillo de publicidad. Con esto, se hace una maqueta provisional, por cada página y cada sección. A esa maqueta se le pone el planillo de publicidad, los titulares de noticias y las fotos. Se le pone el tamaño y tipo de carácter. Cuando llega esa maqueta a mi terminal, se llama maqueta electrónica. Después se toma una foto de esa página con la que se hace la plancha de impresión (insolariza).

El redactor con su terminal en línea conectado a un/os ordenador/es central/es con el que el redactor puede comunicar o comunicarse con otros terminales y lleva 6 puntos:

- Tratamiento de textos
- Manejos de tecnología de telecomunicaciones
- Acceso a bancos de datos (propio periódico, otro periódico, agencias de noticias,...)
- Posibilidad de cálculo (importante en economía)
- Creación y elaboración de maquetas
- Previsión de la producción

El primer problema de estas redacciones que afronta es que integra información y publicidad. Los sistemas integrados por informática permite que el input se coordine con lo cual al posibilitar en la maqueta real permite que los costes bajen, y permite una información más coherente para el público.

El factor económico influye en los 90 que pagan al periódico, y crean sistemas integrados cuya captación de publicidad mayor. Robert Maxwell en 1987 crea el AD/SAT (publicidad vía satélite), que se utiliza para mandar anuncios. Con ello, la parte informativa tiene contacto directo con el diseño publicitaria, pero la publicidad influencia cada vez más a la información, haciéndose inclinada a los intereses publicitarios.

8.2. Medios electrónicos y limitaciones del nuevo soporte

(fotocopia 19.6)

8.3 Las nuevas posibilidades de la gráfica: fotografía digital e infografismo

Sistema de producción fotográfico

La fotografía de la cámara se digitaliza con un sistema electrónico. Se transmite mediante una transceptores ¿ a otros medios, que pasa a un archivo de imágenes del medio. Después se efectúa un tratamiento de imágenes, en que se manipula la foto, y después se escanea para preparar la separación de colores, tramas de grises y ya se procede a la impresión en papel para colocar en la maqueta.

Tema 9. Las Agencias de Noticias en la era electrónica.

9.1. Cambios en la producción y transmisión de los servicios de noticias

Las primeras agencias que utilizaron teletipos para los periódicos. Hay el dominio de AP y UPI, dos agencias norteamericanas que están a la cabeza. En un segundo grupo está el de Europa. En un primer nivel Reuters de Gran Bretaña y DPA en Alemania y en un segundo EFE en España, AFP en Francia, ANSA en Italia y otras más alejadas son KYODO en Japón, CNA en Taiwan o PTI en India.

9.2 Jerarquización, diversificación y velocidad de la información

9.3 Instantaneidad de la distribución e influencia sobre los contenidos del medio receptor

Tema 10. Las nuevas formas de documentación

10.1. La especialización documentada

10.2. Documentación periodística y apoyo tecnológico

10.3 Los bancos de datos

10.4 Capacidad de almacenamiento como ayuda a difusión de la información periodística

Tema 11. La impresión en color

11.1 Condicionantes informativos y publicitarios

11.2 Técnicas de impresión en color

11.3 Futuro de la impresión en color

Tema 12. La tecnología de la prensa en España

12.1 Historia de la transformación de la industria gráfica

(fotocopias 19.4)

12.2 La tecnología en la empresa de comunicación

12.3 Inventario de equipos y tendencias

12.4 Reconversión e innovación en los grupos multimediáticos.

Los periodistas multimediáticos, pueden hacer una noticia para radio, Internet , TV, periódico, etc.

La especialización es una forma de sobrevivir. Hay 32.300 alumnos de periodismo, más que Francia. La difusión de la prensa diaria en países europeos es de 214,8 por mil y por debajo están Bélgica, Irlanda, Francia, España, Italia, Portugal y Grecia.

Los 6 primeros periódicos en difusión en España en el año 2000: El País 430.000, Marca 403.000, El Mundo 291.000, El Periódico de Catalunya 184.000, As 158.000 y El Mundo Deportivo 100.000

Por comunidades autónomas tomando de los 100 puntos, debajo estaría Castilla y León, Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia, Extremadura y Castilla La Mancha, y mas alto estaría con 187 Navarra, País Vasco, Baleares, Cantabria y Madrid.

Los lectores de prensa aumentan en 97, luego disminuyen y ahora parece que está aumentando.

En Andalucía vende la prensa nacional un 37%. 1º el ABC, 2º El Mundo. En cuanto a los periódicos regionales destaca El Sur (40.700) y La Voz de Galicia (108.800) por tiradas.

La prensa deportiva ofrece muchos puestos de trabajo. En Málaga se vende primero el Marca, después As, y tercero El mundo deportivo.

Por periódicos económicos, primero Expansión con 60.000 ejemplares, segundo Cinco Días con 28.000 y tercero La Gaceta de los negocios 12.000

Encontramos tres grandes sectores de prensa diaria: de información general, deportiva y económica.

Destaca la prensa de Internet: En España el aumento del acceso de Internet de 1997 a 2000 hace que el 90% de los 127 diarios en España tengan edición digital y destaca primero El Mundo y segundo el País.

Tecnología de la comunicación periodística

Tercera parte

Tema 13: Tratamiento gráfico de la información

13.1 Diseño gráfico

(fotocopias 19.6)

Sus antecedentes se remontan a los grabados; ya sea por incisión como en rocas y materiales vegetales o en

reproducción en la época de Gutenberg.

Las principales técnicas fueron:

- xilografía (relieve) – tipografía que es un grabado sobre madera en relieve y ese relieve es lo que va a chupar la tinta.
- calcografía (hueco) – huecograbado
- litografía (plano) – offset que es un sistema de grabado plano, con lo cual es el principio de la impresión en offset.

Los grabados: en periódicos su uso es reciente y en España empieza en el XIX: *El Artista* es el primero que usa la ilustración gráfica. En 1836 el *Semanario Pintoresco Español* que dirige Mesonero Romano y usa el método litográfico y después usa la madera. En 1857 aparece El Museo Universal, una publicación que comienza a utilizar el concepto de ilustración vinculada a la actualidad. En 1869 destaca *La Ilustración Española* que hace un reporterismo gráfico y se extiende a *Blanco y Negro*. Empieza a utilizarse la prensa de humor gráfico, que dura hasta nuestros días, y la caricatura que puede ser de dos tipos: de apoyo al texto, que explica al dibujo y de desarrollo en que el dibujo es más importante que el texto.

Algunos autores clasifican las caricaturas por los elementos que contienen:

- satírica
- ilustrativa
- fantástica
- parodia

También por sus objetivos:

- político
- social
- humorístico
- de opinión
- de editorial

Los requisitos para que una caricatura sea buena debe tener:

- Síntesis visual
- Deformación o exageración de la realidad
- Buena caracterización
- Ser llamativa
- Producir influencia política o social.

La fotografía aparece en 1822 y en 1839 aparecen las primeras fotos en periódicos europeos.

Inventores de la fotografía

- Joseph Nicéphore Niépce: fue el primero que consiguió captar una imagen. Utiliza una cámara oscura. Las primeras fotos eran difíciles de obtener porque la exposición era muy larga. En 1826 obtiene una imagen en cloruro de plata y ácido nítrico, consiguiendo una especie de negativo con el que podía reproducir más fotos
- Louis Jacques Daguerre: Era un óptico y le construía las lentes a Niépce para sus cámaras. Trabajaban juntos y Daguerre investigó el uso de las lentes para fotografías e inventó el daguerrotipo y desarrollando la impresión de placas y salen fotos de color sepia. La cámara pesaba 50 kilos
- William Henry Fox Talbot: Se interesó por la cámara oscura y desarrolla el negativo y positivo, del cual se

pueden desarrollar varias copias. Usó diversas sustancias químicas como el ácido acético ¿. Logra desarrollar el tomar un positivo, pero no lo consigue

- Hippolyte Bayard: Intentó pasar en positivo

Fuentes periodísticas de la fotografía:

- Del propio periódico, es decir, de sus propios reporteros
- De las agencias de noticias.
- Del archivo de documentación
- De colaboradores ocasionales
- Bancos de imágenes
- Fotos de la televisión
- Telefotos

Pueden venir en formato físico, vía digital (CD – ROM) o por correo electrónico.

Imagen digital: proceso que convierte la imagen en dígitos para facilitar su tratamiento en un ordenador. Este hace un bitmap, un mapa de bits de la foto, es decir, que la foto es dividida en pixels. Cada pixel es la mínima información gráfica que se puede obtener de una imagen. En un escaner mete el soporte físico y lo convierte en pixels. El proceso de telefotografía es igual pero a través de un satélite.

La imagen digital tiene algunas ventajas:

- Podemos incorporar texto a la imagen
- Se puede manipular la imagen, en un tiempo menor que con otros métodos
- Velocidad de acceso a los archivos.
- Posibilidad de archivar la imagen en un soporte informático
- Mayor calidad

Fotomecánica: como preparo la foto para la impresión, y es un proceso técnico para obtener una película (fotolito que posibilita su reproducción en el sistema de impresión). Tres tipos

- Línea: Para textos o grabados en plumilla. Se usa para fotos en blanco y negro.
- Medios tonos: para fotografías en blanco y negro, con una gama de grises que van del blanco al negro.
- Color: Utiliza la tricomía: cyan, magenta, amarillo y negro.

Cuando se manda al fotomecánico se le aportan una serie de datos: brillo, color, luz,... Para blanco y negro hay menos problema. Para color hay que separar los cuatro colores, mediante una luz con un filtro para cada color e impresionar ese color. Se trabaja mucho con la diapositiva y los formatos grandes. Se recomienda sensibilidad inferior a 100 ASA. Se usa en periodismo superior a 100 ASA

La fotomecánica digital gana en flexibilidad y rapidez; y el proceso es el mismo.

13.2 La infografía como nuevo elemento gráfico

Infografía: imagen tratada por ordenador – definición mejor aceptada pese a ser poco completa.

Sus orígenes están en los años 60 en la NASA para la simulación de vuelos espaciales y a finales de 70 se aplica al periodismo en el USA Today. En España empieza en 1984 y su boom se da a principios de los 90 en El Sol y fue seguido por El Mundo. El mercado publicitario, el cine y la TV también usan la infografía, en algunos casos animados. La docencia y la ciencia también lo usan, y los programas de meteorología, los arquitectos,...

Características:

- Combina textos y fotos
- Debe responder a las 6 w
- Puede aportar consecuencias
- Suele tener principio, desarrollo y final
- Deben ser autónomas del texto que representan y que el lector pueda quedar informado
- Ser gancho visual
- Debe ser preciso, claro y breve
- Debe tener titular, cuerpo de información, consecuencias, identificar fuentes y una firma.
- No cualquier periodista hace infografía y hay un grupo especializado que se encarga de ello. Se integra en los talleres y después pasa como un elemento más

Tema 14: Nuevas tecnologías y prensa local

14.1 Diversificación de la oferta

14.2 Grupos centrales y regionales

PRISA tiene conexiones con algunos medios locales, y el Sur por ejemplo es del grupo Correos.

Además de Telefonica y PRISA (los dos grandes grupos mediáticos), algunos grupos que se han de destacar son Planeta, que tiene inversiones en Quiero, Gestmusic; Correos en Colpisa, acciones en Tele 5, en el portal Ozú, inversiones en periódicos latinoamericanos y un 10% de ABC; Zeta tiene inversiones en Prensa española.

La prensa local tiene una característica esencial: los que pertenecen a algún grupo, tiene más poder tecnológico.

También la TV – Localia es del grupo Prisa y Costa del Sol es de Correos. Los medios locales son pocos y con poca cobertura.

14.3 Evolución de la prensa diaria en España

La prensa gratuita es un periodismo cuya base de sustentación es la publicidad y servicios que ofrecen. En Málaga destaca *El Noticiero*.

Tema 15: Escenario tecnológico mundial

15.1 La nueva matriz tecnológica

Desarrollo de las comunicaciones – informática:

1957: Sputnik (URSS)

1959: Primer ordenador de transistores (IBM) – miniaturización CHIPS

1962: Telstar (USA/EUROPA)

1965: Early Bird (primer satélite geoestacionario)

1968: ARPANET – con muchas periféricas

15.2 Sistemas de medios y redes de comunicación

15.3 Potencialidades informativas de Internet

Se desarrolla como un proceso de defensa militar, un sistema de comunicación en red, desarrollado en los 50 en USA, en el que ante un posible ataque nuclear se descentraliza en nodulos, convirtiéndose en una especie de telaraña. Esto lo desarrolló la compañía ARPA (Advance Research Project Agency). Se crea esta forma de comunicación nueva basada por la guerra fría y por eso se le conoce como ARPA NET

En 1969 una empresa americana de telecomunicaciones llamada BELL desarrolla con el sistema UNIX desarrolla un protocolo de comunicaciones llamado TCP/IP–UNIX 1969.

En 1978 dos estudiantes de Chicago inventan el módem. Y otro estudiante en 1979 mejora el desarrollo del protocolo TCP/IP y en 1983 se aplica al PC. En los 70 se desarrollan las comunidades virtuales, denominadas BBS que equivalen a tableros de anuncios. Se crea así unas comunidades virtuales en universidades fuera de lo oficial, en que no hay reglas y no se admite publicidad.

En 1990 el e–comercio ha invadido la red.

Hay un paradigma de la comunicación ya que cumple el principio de transmisión de datos objetivos con el objeto de transmitir.

Este sistema de comunicación en red elimina fronteras y hace continuo el tiempo. Algunos autores afirman que Internet nos transmite una propia realidad virtual. Existe una corriente filosófica que dice que Internet es otra realidad.

Otro tema es el caos, el que cambia la organización vertical a horizontal. Es la teoría del caos: ausencia de reglas, según Juan Luis Cebrián en su libro La red, en el que los usuarios interactúan en esa globalidad.

El primer ordenador en 1966 fue ENIAC, de ahí a los 50 y la posibilidad del uso del ordenador para la comunicación, tenemos un enlace con los 50, 60 y 70.

Se habla de que estamos en la era digital, porque el lenguaje binario domina en las nuevas tecnologías. Este lenguaje expresado en bits, se codifica y descodifica por estos protocolos. 64.000 bits por segundo son necesarios para transmitir una voz bien, y para música digital necesitamos una banda más ancha para 1,2 millones de bits y para una imagen 4,5 bits.

Negroponte dice que el valor de los bits depende del contenido. También dependiendo del uso y su momento del uso.

El 77% de los servidores están en ingles por si no lo sabías.

15.4 Edición y diseño en Internet.

Tema 16: El periodista y el cambio tecnológico

16.1 Nuevos usos tecnológicos y ejercicio profesional

Existe una división de noticias que forman una agenda rígida, indicada por la dirección:

- Noticias objetivas
- Noticias subjetivas

- Noticias de acuerdos

Furio Colombo vio que la división práctica de la actividad periodística es así.

Las noticias objetivas son fáciles de verificar, la fuente es directa, no hay secretismos.

Las noticias subjetivas son noticias que pueden ser previsibles y no causan sensación. Están presentes por intereses del propio medio.

Las noticias basadas en acuerdos están basadas en secretismos.

Con un mayor periodismo de investigación, se pueden salvar las barreras de las noticias. Por eso la mayoría de noticias de un diario son objetivas y subjetivas. Esto produce una agenda rígida que realizan los directivos del medio.

La tecnología, con su rapidez y facilidad de transmisión, hace que las agendas diarias del periodista estén muy predeterminadas, para detectar los intereses del público.

Otra característica es el eco noticioso de unos medios a otros. La radio puede adelantarse a la TV y la TV a la prensa. La necesidad de inmediatez de conocer esta noticia hace que se repita y permanezca días en la prensa.

Con estas tecnologías los periodistas, según Colombo, se van a tener que especializar, por temas. Si se cumpliera esta teoría, requeriría una especialización creciente, mas de la que ya hay.

Otra teoría es que los periodistas, a nivel tecnológico, sepa de todo.

Grandes cambios tecnológicos de la prensa

- La producción: que incluye la digitalización e impresión a distancia.
- Transmisión por fax (la primera la hizo el periódico japonés A SAHI SHIMBUN en 1969 que es un periódico de Tokyo que vende 120 000 ejemplares y ocupa el 2º puesto por difusión.
- El fotoperiodismo
- La impresión y la distribución.

16.2 Formación, reciclaje y futuro profesional

Díaz Nosty habla de los nuevos retos de la especialización y la investigación. Ambas cosas se hacen poco en España. Otra vía es el periodista freelance que requiere a una relación con la tecnología elevada.

Antes el lenguaje era usado como herramienta y hoy, además la herramienta es usada con un lenguaje.

Otra característica es la inestabilidad y dinamismo de las tecnologías.

Otra característica es la presión del tiempo, todo esta interconectado por el nivel de usuarios y las tecnologías unifican el espacio y el tiempo.

El afán de transmisión instantánea crea inercia en el receptor. En el sillón puedes acceder a todo.

Los jóvenes están a las puertas de las tecnologías, ya que toda modificación del conocimiento de su modo de producirlo, aplicarlo, distribuirlo viene acompañado de cambios en el entorno.

La información es producto consumible intelectualmente, distinta a otro producto material y proceso de

creación es complejo.

El informe mundial de la UNESCO, estima que en los países subdesarrollados hay 319 diarios por cada 1000 habitantes.

Los 30 primeros diarios del mundo por difusión son 10 chinos, 9 japoneses, 1 surcoreano y 1 indio. En el puesto 20 esta el Wall Street Journal.

16.3 Nuevos aspectos legales de la innovación tecnológica

16.4 Nuevas tecnologías y la libertad de expresión

Algunos autores creen que las tecnologías dan una idea de ilusión de libertad de prensa, pero es virtual ya que es una información excesivamente codificada. Y aquí pasamos a los contenidos.

Ignacio Ramonet tiene una fórmula: los periodistas, con tecnologías, trabajan más, porque la información es prolífica y es un elemento abundante, y a medida que aumenta, más se contamina: La comunicación la define por un contenido planetario, permanente, inmediato e inmaterial = comunicación + mercado = PPII

Ramonet dice, que como consecuencia, se da una libertad comercial, un derecho a consumir lo que quieres que se antepone a la libertad de expresión. Ramonet cree que el papel tradicional de la prensa como factor de cohesión total está en peligro. Los periodistas y los medios han perdido credibilidad, porque no sirven a los intereses originarios del periodismo.

Lo inmediato se antepone a la noticia de lo verídico y auténtico.