

Cambia Internet forma de hacer periodismo

■ Las páginas de noticias en la red exigen la elaboración rápida de material, limpieza y opciones multimedia

FELICITY BARRINGER

"THE NEW YORK TIMES"

Minutos después de que "The Seattle Times" revelara, el 17 de diciembre, que un hombre había sido arrestado en el estado de Washington por llevar en la cajuela de su auto los elementos para la fabricación de una bomba, diversos sitios noticiosos de Internet se apresuraron a entregar detalles.

Pero ninguno de éstos ofreció una cobertura comparable a la de MSNBC.com, la página noticiosa de la red que este año ha registrado consistentemente el mayor auditorio.

La cobertura de MSNBC.com fue prototípica de una nueva forma de periodismo y de los valores emergentes de los sitios noticiosos controlados por grandes organizaciones periodísticas.

Los cambios incluyen la elaboración rápida y profesional de material original, opciones multimedia, una presentación limpia y grandes cantidades de autopublicidad.

Otros medios de alcance nacional,

como "The New York Times" y "USA Today"—que cuenta con la mayor audiencia entre todos los periódicos, tanto en forma impresa como en línea—buscan que sus sitios en Internet evolucionen en la misma forma exitosa que lo han logrado otras páginas noticiosas, como la misma MSNBC, CNN y ABC.

En la medida que transitan de una "ciberniñez" de experimentación y grandes expectativas, a una a veces incómoda adolescencia en la red, las organizaciones periodísticas más grandes de Estados Unidos adquieren un paso más sólido.

Y siendo el sitio con el auditorio más grande, MSNBC.com, una sociedad de NBC, propiedad a su vez de General Electric y Microsoft, surge como ejemplo de la nueva seguridad en sí mismo que está adquiriendo el nuevo medio.

Entretanto, el otro socio, Microsoft, coloca enlaces en sus sitios de Internet para informar a sus usuarios, uno de los grupos más grandes en la red, que MSNBC.com es el mejor sitio para obtener noticias.

Pero el sitio no depende sólo del nombre de NBC o de la fuerza de Microsoft. "Uno de los aspectos claves de toda la operación es aprovechar la información para fortalecer al medio", indicó Tim McGuire, vicepresidente de nuevos medios del dia-

”

Una clave de toda la operación es aprovechar la información para fortalecer al medio

Tim McGuire

Vicepresidente de "The Minneapolis Star-Tribune"

rio "The Minneapolis Star-Tribune".

Al igual que los sitios interactivos de CNN, a la que este año destronó como la organización noticiosa más visitada de la red, MSNBC.com también proporciona rápidamente material gráfico interactivo.

Un ejemplo reciente fue un elegante montaje que mostró cómo los investigadores genéticos desarmaban el ADN del cromosoma 22.

Con 185 personas que participan en su creación, MSNBC ha llegado a su posición gracias también a una larga lista de socios, que incluyen "The Washington Post" y "Newsweek"; el sitio con información de delitos, APBnews.com; la proveedora de noticias tecnológicas, ZDNet, y un sitio especializado en información sobre cáncer, llamado oncology.com.