



Bienvenidos a Razón y Palabra.

Primera Revista Electrónica especializada en Comunicación

Octubre -Noviembre
2004

Ciberperiodismo: un Camino a la Innovación Marcado por Luces y Sombras

Número actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de

Novedad

Ediciones



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Por Xosé López
Número 41

Desde que la comunicación interpersonal encontró soportes, medios técnicos, para ampliar la comunicación, se ha abierto un nuevo horizonte, una nueva página de la historia. Cuando hablamos de tecnología, hablamos de mediación entre el ser humano y la naturaleza, hablamos del conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un sector (en este caso, la comunicación). Y cuando hablamos de digital decimos que la máquina actúa por selecciones binarias y descompone el mensaje en elementos discretos para su procesamiento. La digitalización es el principio que consiste en representar los sonidos y las imágenes por cifras binarias (que se componen de unos y de ceros: bits) de manera que pueden ser procesados por un ordenador.

Los efectos perversos de estas máquinas llenaron cientos de páginas de la creación literaria y de los propios medios de comunicación a lo largo de la historia. Al margen de las posturas a favor y de las posturas en contra, los datos indican que la primera revolución ha situado al hombre como sedentario, la segunda ha tenido sello industrial, con el petróleo como uno de los protagonistas de la última fase, y la tercera tiene la información como elemento nuclear. Estamos en esta fase, en la era de la comunicación, con las tecnologías de la información y la comunicación como protagonistas. La digitalización ha comenzado una fase de cambio que sabemos donde ha comenzado, pero de la que desconocemos su final.

Lo cierto es que hoy, en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, contamos con nuevos modos de comunicar que resultan muy adecuados para los tiempos en que vivimos. Es un camino que han abierto las tecnologías actuales, que todavía tendrá que responder a importantes desafíos en el futuro. De éstos destacaremos especialmente los relacionados con la creación de prácticas comunicacionales que garanticen la interactividad de los ciudadanos a fin de asegurar una mayor participación en la esfera pública democrática.

La nueva revolución tecnológica supone un reto y una oportunidad para todos los actores que intervienen en el escenario comunicativo. Y, de forma especial, es una ocasión para las culturas locales con identidad que aspiren a tener presencia en un mundo caracterizado por la diversidad globalizada. Pero, para hacer realidad esa participación, se precisan políticas nacionales de comunicación que defiendan la interculturalidad. De ahí la necesidad de diseñar unas estrategias que tengan en cuenta las características de la nueva era.

El escenario ha quedado perfilado tras la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la industria de los contenidos. Sus cimientos se constituyeron en la segunda mitad del siglo XX, aunque el primer edificio realmente inteligente de la ciudad del futuro lo estrenaremos en el siglo XXI. De momento hay importantes avances en los laboratorios, interesantes investigaciones en marcha e infraestructuras en fase de

construcción. Y desde la Universidad tenemos que sumarnos a esta corriente, con proyectos propios o con iniciativas en colaboración con la industria de la comunicación.

En ese escenario que se dibuja en el horizonte convivirán los medios tradicionales –prensa, radio y televisión –y los nuevos medios en red –todo lo que ha aparecido en Internet y todo lo que surgirá en ese entorno-. Los primeros ya han comenzado a redefinir su papel aprovechando aquellos aspectos que caracterizan el soporte, aunque ahora tienen en cuenta las claves de la era de la imagen. Y los nuevos medios, después de una fase de crecimiento en la que imitaron las características de la prensa, buscan construir modelos con renovados lenguajes y con modalidades expresivas para una sociedad que aspira a vivir con la mirada puesta en la red.

Lo cierto es que la revolución tecnológica en marcha avanza tan rápido que se multiplican los desafíos por su implantación en los distintos ámbitos de la sociedad. Es difícil seguir todos los cambios, que a veces nos deslumbran y crean una falsa imagen de las transformaciones que se avecinan. La respuesta está en nuestras manos, que debemos reflexionar sobre las luces y sombras del nuevo paraíso tecnológico (Emilio Prado/Rosa Franquet, 1998)¹.

Una mirada al presente

Las redes telemáticas afectan cada vez a más personas en el mundo. Vivimos bajo la alargada sombra de la comunicación ciberespacial. Una red, Internet, centra buena parte de las expectativas de cambios sobre las formas de comunicar en el nuevo siglo. El periodismo electrónico –mejor, el ciberperiodismo- es una realidad y los proyectos que se anuncian, como hemos explicado, cambiarán el escenario mediático tanto para los medios tradicionales como para los nuevos medios.

Cada día son más los ciudadanos que acceden a la red de redes y cada día son más los medios que se encuentran en la red. Las estimaciones apuntan que el número de usuarios sigue multiplicándose. La infraestructura disponible permite atender las demandas existentes en la red, aunque con alguna dificultad. Y los nuevos proyectos esperamos que contribuyan a traspasar las viejas fronteras y a garantizar que las infraestructuras tengan capacidad para muchos más usuarios.

En pocos años, la red ha pasado de ser un simple medio de comunicación a constituir uno de los pilares del hipersector industrial de la sociedad mundializada. Quizás por ello son muchos los ojos que dirigen su mirada hacia ella. Y quizás por ello existen miles de medios en Internet, de los que muchos se actualizan diariamente, varias veces al día o de forma constante. El crecimiento en los últimos años ha sido espectacular. Muy pocos dudan ya de la importancia de este fenómeno que es real como la vida misma (Manuel Castells, 1998)².

Estas tecnologías, sin embargo, facilitan las cosas y deben contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, pero no terminan con los problemas. Hoy constatamos que persisten las desigualdades económicas –no hay infraestructura en todos los países-, no todos los ciudadanos saben moverse por la red, no garantizan que todos los ciudadanos estén mejor informados, no aseguran la calidad de los contenidos –en la red entra lo bueno y lo malo-,... Pero también sabemos que no podemos vivir al margen de la red, porque la red es el futuro, aunque el futuro es algo más.

Las herramientas necesarias

Con la mirada puesta en el futuro, observamos que los jóvenes nacen y viven con y en la red. Este es el motivo por el que los medios quieren aprovechar las herramientas actuales para comunicar mejor e incrementar el volumen de negocio. Las empresas tradicionales de comunicación han apostado por la red, donde se han encontrado con nuevos productos que buscan

ocupar un lugar en el escenario mediático cambiante y competitivo. Es decir, todos han aprovechado las nuevas tecnologías porque existe el convencimiento generalizado de que así se avanza con paso firme hacia una sociedad que disponga de mejor información y sepa comunicar mejor.

No obstante, en esa marcha hacia el futuro abundan los interrogantes, especialmente en el terreno periodístico. La confluencia del papel de emisor y receptor, la retroalimentación y la mayor facilidad para publicar en las redes digitales puede significar un cambio sustancial en el concepto tradicional de periodismo. El hecho de que cualquier usuario de Internet se pueda convertir en informador sin necesidad de estar bajo la protección de una empresa abre el camino hacia una mayor independencia, ahora impensable en medio de un paisaje de concentraciones y monopolios.

Algunas voces incluso, en un primer momento, creyeron descubrir en estas nuevas posibilidades de comunicación para los ciudadanos el fin del periodismo. Ahora, después de esa confusión inicial, en la que algunos teóricos adelantaron que el papel del profesional de la información podía ser irrelevante en la nueva era, todos los datos parecen indicar que el papel del mediador no va a desaparecer. Los periodistas posiblemente serán más necesarios que nunca si se quiere salir de la avalancha de información que proporcionan los múltiples canales. Estos profesionales preparados para los nuevos tiempos deberán aclarar lo que es importante y lo que no, y tendrán que alertarnos sobre los peligros que nos acechan, entre otras muchas cosas (Rosa Franquet, 1999)³.

Por eso, a la luz del avance del ciberperiodismo, con el apoyo de empresas y profesionales, es necesario dar pasos al frente para aprovechar las nuevas infraestructuras desde los ámbitos locales y desde las culturas minorizadas. Es el desafío de los pueblos que quieran conservar su cultura en la sociedad mundializada, porque la aspiración de toda cultura debe ser su universalización. Y la red de redes parece un buen medio para alcanzar este fin.

Por lo tanto, desde los laboratorios de investigación de las facultades de Ciencias de la Comunicación parece oportuno crear medios para la red y analizar los pasos dados por las publicaciones existentes en este ámbito, el impacto de estos productos y los usos sociales del contenido de estas publicaciones electrónicas. Es un campo nuevo de la comunicación al que debemos prestar la atención que merece, ya que cada vez son más los usuarios de Internet y las publicaciones electrónicas que existen en la red, como hemos dicho.

Un cambio de rumbo

Las iniciativas se han multiplicado en los últimos años. Varios trabajos de experimentación han resultado muy esclarecedores. De hecho, los proyectos del grupo de investigación Novos Medios⁴, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Santiago, muestran las posibilidades de los cibermedios. Conviene recordar que este grupo, a través del Observatorio de Ciberperiodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Santiago de Compostela, creó a finales del siglo XX Gaceta de Galicia como publicación digital multilingüe y que desarrolló el modelo de Culturagalega.org <<http://www-culturagalega.org>>⁵) -diario digital cultural editado en la red por el Consello da Cultura Galega-. A partir de estas experiencias se pueden alcanzar algunas conclusiones a tener en cuenta de cara al futuro, porque Internet es un nuevo paradigma donde cada vez hay más medios y donde las culturas locales deben estar presentes con una clara defensa de la interculturalidad.

El futuro, como tratamos de explicar, se llama desafío. Y los desafíos de la nueva era demandan imaginación, nuevos lenguajes y mediadores profesionales que realicen bien la selección y preparación de la información.

A juzgar por la experiencia cosechada con el modelo de Culturagalega.org, el futuro es de las empresas que entiendan su nuevo papel, de los profesionales que dominen las nuevas herramientas, de los ciudadanos que aprovechen las nuevas vías para participar en la sociedad de la información, y de los pueblos que diseñen estrategias de comunicación para estar presentes en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

El camino se presenta difícil y repleto de retos, pero desde los ámbitos locales sólo queda una salida: apostar por la presencia en la red mediante productos innovadores con contenidos próximos y en varias lenguas, con defensa de la interculturalidad y de la identidad propia en el escenario mundial, y con una política de apoyo al uso de las nuevas tecnologías.

En definitiva, no sólo hay que reinventar el periodismo, sino que también hay que redefinir el papel de los medios, cambiar los usos sociales de la información y ensayar nuevas políticas de comunicación que garanticen que la diversidad cultural esté globalizada.

El nuevo camino

Ante un panorama de tantos retos y desafíos, conviene asumir que la nueva etapa que tiene por delante el periodismo estará caracterizada por los cambios y la innovación. El profesional de la información ha entrado en el siglo XXI con sensibilidad para acometer programas de formación continua que le capaciten para la realización de su trabajo con las nuevas herramientas y con técnicas renovadas.

Las claves del periodismo ante el nuevo horizonte digital, es decir, del ciberperiodismo del primer tercio del siglo XXI, está escrito en un decálogo que recoge alguno de los retos que estimo más urgentes y que dice:

- 1.-El periodista no sólo no desaparece, sino que cobra un papel más importante en la sociedad.
- 2.-El nuevo periodista no sólo es intérprete de la realidad, sino que también es gestor del conocimiento, ingeniero y arquitecto de la información.
- 3.-El periodismo actual precisa reconquistar la calle para saber lo que preocupa a los ciudadanos.
- 4.-El periodismo actual precisa recuperar los principios que le dieron vida, volver a los orígenes, y aplicar viejas y nuevas modalidades expresivas para contar lo que ocurre en la sociedad.
- 5.-El periodismo actual precisa combinar mejor la información local, la de proximidad, con la información mundial.
- 6.-El periodismo actual precisa tratar los temas con profundidad, rigor y amenidad
- 7.-El periodismo actual necesita recuperar la credibilidad perdida mediante mayores controles de calidad en los procesos de elaboración de la información si quiere cumplir su papel en la sociedad y aportar información útil.
- 8.-El periodismo actual necesita favorecer la creatividad, el talento, en las redacciones.
- 9.-El periodismo actual necesita mejorar los canales de participación de los usuarios, que cada vez deberán exigir más.
- 10.-El periodismo actual necesita conseguir una mayor sintonía entre la agenda de los medios y la agenda de los usuarios de la información.

El periodismo, aunque tiene nuevo entorno tecnológico en la era digital, mantiene viejos retos relacionados con la calidad de la construcción del mensaje. En estos diez puntos están, desde mi particular análisis, muchos de los desafíos y alguna tendencia para el nuevo horizonte digital.

En este tiempo el ciberperiodismo ha iniciado un camino a la innovación que ha estado marcado por luces y sombras. Algunas experiencias, como culturagalega. Org <<http://www-culturagalega.org>>, muestran que hay alternativas. No es la única, pero es un caso que nos ha servido de modelo para

nuestras reflexiones, que ha salido de los laboratorios de la Universidad y que permite albergar esperanzas para el futuro. Los datos dicen que hay nuevos soportes para innovar con buen periodismo. Ahora hay que demostrar con productos esa calidad del ciberperiodismo.

Notas:

1 Emilio Prado y Rosa Franquet han analizado el desarrollo de la convergencia digital en el campo audiovisual en el mercado norteamericano a fin de conocer las luces y las sombras de la revolución tecnológica. Algunas de sus conclusiones las han recogido en un artículo publicado en el número 4 de la revista de comunicación ZER, del mes de mayo de 1998.

2 Manuel Castells es uno de los investigadores que ha analizado con más lucidez los primeros pasos de la sociedad en red, con especial atención a los cambios en los usos sociales de la información.

3 Rosa Franquet comparte el criterio de los autores que consideran básico el papel del periodista en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

4 El Grupo de Novos Medios ha diseñado modelos para la innovación en el ciberperiodismo. Uno de sus prototipos ha permitido la creación de culturagalega.org (www.culturagalega.org), cibermedios que hemos estudiado durante tres años. Las reflexiones que se recogen en este trabajo de divulgación tienen su apoyo en los datos conseguidos en la fase de análisis de este cibermedio.

5 Culturagalega.org nació en octubre del año 2000, promovido por el Consello da Cultura Galega, un organismo público autónomo e independiente del gobierno gallego (Xunta de Galicia) que promueve y difunde la cultura gallega. Dirigido por Manuel Gago, profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago, se lleva adelante mediante un convenio con la Universidad para la producción de contenidos.

Prof. Xosé López

Profesor de Periodismo del Departamento de Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la [Universidad de Santiago de Compostela](http://www.usc.es), España.