

Prólogo

El siglo que estamos comenzando parecía prometernos de inmediato un mundo cableado, interconectado y absolutamente cibernético. Y unos medios de comunicación digitales capaces de dejar sin respiración y sin audiencia a los que, desde hace ya tanto tiempo, nos cuentan la actualidad en papel o con formato audiovisual. Pero no ha sido así.

Aun cuando somos más de siete millones los españoles conectados a la red de redes y llegan a cientos de millones los ciudadanos internautas de todo el mundo, la realidad de estos primeros años no ha hecho sino confirmar que la prensa, la radio y la televisión no se han movido de su sitio. Internet, a pesar de los éxitos informativos logrados hasta ahora, sigue siendo para el periodismo una promesa de futuro.

Si los periódicos tienen todavía muchas cosas que decir y muchas páginas por escribir, la radio y la televisión siguen disfrutando de unas audiencias millonarias que, además, no se pueden considerar fugaces porque dedican muchas horas a sus programas informativos favoritos. Por el contrario, en el espacio cibernético son el correo electrónico, los foros, los *chats* y el entretenimiento los que absorben la mayor dedicación del tiempo de conexión a la red. Y sólo algunos porta-

les y las grandes cabeceras del periodismo tienen un número de seguidores importante, con el inconveniente de que eso no ha supuesto hasta ahora, ni en el mejor de los casos, unos ingresos respetables.

Con todo, Internet está ya en nuestras vidas y es más que probable que siga aumentando su presencia sin dar marcha atrás. Y en este amplio espacio, en el que también tiene su sitio la información, la prensa escrita ha sido la que mejor se ha adaptado a las nuevas tecnologías y la que más y mejores pasos ha dado para darnos las noticias antes y con más detalles.

Este libro cuenta, precisamente, algunos aspectos de ese proceso y las medidas que están tomando los diarios tradicionales en papel para instalarse en la pantalla del ordenador. Quizá cuando seamos muchos más los que podamos tener acceso a las conexiones de alta velocidad y la tecnología haya avanzado lo suficiente en esta dirección sea necesario mostrar una visión de los medios digitales distinta y, posiblemente, mucho más optimista de la que se puede ofrecer ahora.

Mientras llega ese momento, el contenido concreto de este trabajo expone un conjunto de reflexiones y de datos que pueden ser de utilidad para comprender la situación que vivimos ahora y la de nuestro futuro más próximo.

En el primer capítulo se aborda una cuestión que puede considerarse como uno de los grandes retos del periodismo en el futuro: el lenguaje de los nuevos medios multimedia. Si inicialmente las cabeceras que se editan en Internet trasladaron los sistemas de trabajo de los medios tradicionales a los electrónicos, poco a poco el hipertexto y el hipermedia se han abierto paso y se imponen en el diseño de las páginas unos criterios iconográficos que todavía no están defini-

dos por completo pero tienen verdadera importancia en este entorno cibernético.

Es un texto preparado inicialmente para el I Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodístico que, con el título “Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia”, se celebró en la Universidad Complutense de Madrid, y se publicó en septiembre de 2001 en la revista *Estudios sobre el mensaje periodístico* de esta universidad. No ha sido necesario retocarlo porque no ha perdido actualidad y poco más se puede añadir ahora sobre ese aspecto del periodismo. Tanto desde la perspectiva académica como desde el día a día de las redacciones, queda mucho por hacer y por investigar acerca de la expresión más adecuada y el lenguaje específico del periodismo digital.

En segundo lugar se pone sobre la mesa la realidad de las *weblogs*, que crecen en número y mejoran sus contenidos, y su posible influencia en el desarrollo del trabajo del periodista profesional. También se habla del periodismo personalizado y de las ofertas que han puesto en marcha los distintos periódicos para ofrecer a cada lector exactamente lo que quiere saber. Este trabajo fue presentado como comunicación en el VII Congreso de la Sociedad Española de Periodística, que se desarrolló en Sevilla en marzo de 2002.

El tercer capítulo plantea las incertidumbres que parecen sufrir los medios digitales y los periodistas que trabajan en ellos. Unas inquietudes que se manifiestan, sobre todo, en dos aspectos: la ética profesional y las dificultades laborales. Por otra parte, se exponen otros puntos en discusión como el modelo adecuado para las redacciones, el modo de presentar las noticias, la relación con las fuentes y con los lectores, la actualización constante de las páginas o las nuevas exigencias de un trabajo que empieza a incluir tareas que no

son periodísticas. La primera versión se publicó en la revista *Ámbitos*, de la Universidad de Sevilla, en junio de 2001.

A continuación se explican en otro capítulo las características de las ediciones digitales de la prensa y se hacen prudentes y ajustadas previsiones de futuro para los distintos medios de comunicación, incluyendo las agencias de noticias. Además, se muestran las posibilidades de la interactividad con los lectores y algunos datos de lo que, en este aspecto, se ha conseguido en determinados diarios. Este análisis se ha publicado en la revista *Estudios sobre el mensaje periodístico* de la Universidad Complutense y en la *web* Sala de Prensa, en septiembre y noviembre de 2000.

El capítulo quinto se refiere a la instalación definitiva de los periódicos en la red y a las expectativas de libertad y comunicación que se han abierto con las nuevas tecnologías. A la vez, se advierte sobre el peligro que suponen los posibles controles políticos, comerciales o ideológicos y sobre las dificultades que todavía están sin solucionar: la lentitud de acceso, la inseguridad y la escasa protección de los derechos de autor. También se añade una invitación a buscar la mejor manera de asimilar un exceso de información que puede convertirse en una trampa de desinformación y de censura con apariencia de libertad, y a reflexionar sobre este espacio inabarcable que evoca el relato del universo-biblioteca de Jorge Luis Borges, ilimitado y periódico, que encierra ordenados todos los libros. La primera versión de este trabajo está escrita en el año 2000 y se publicó en la revista *Derecho y Opinión* de la Universidad de Córdoba.

El texto siguiente expresa una afirmación que no sabemos hasta cuando va a ser cierta: los nuevos medios *on line*

todavía no existen. La explosión digital ha llevado a las pantallas unos diarios aparentemente distintos de los que estamos acostumbrados a ver, pero la verdad es que los cambios han sido hasta ahora más de forma que de fondo. Ni se ha llegado a crear un medio nuevo, ni existe un nuevo lenguaje, ni se cuenta demasiado con las intervenciones de los lectores, ni el material audiovisual es de calidad. Es cierto que se dan las noticias de manera instantánea, pero todavía no existen los nuevos medios, los medios multimedia.

Y no sólo tiene que seguir avanzando la tecnología: es imprescindible establecer una defensa adecuada de los criterios éticos y del periodismo de calidad. Estas cuestiones se explican por primera vez en una comunicación presentada en el VI Congreso de la Sociedad Española de Periodística celebrado en la Universidad Carlos III de Madrid en mayo de 2000 y publicada en las actas del congreso.

El séptimo capítulo analiza el papel de las revistas y de Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación. La amplia oferta de especialización temática que encontramos en las siete mil revistas españolas de este sector —que, globalmente, supera los tres millones de ejemplares cada fin de semana—, se amplía aún más con las facilidades de edición que proporciona Internet también para las publicaciones científicas de mayor nivel. En este texto, publicado en la revista *Estudios sobre el mensaje periodístico* en septiembre de 1999, se han mantenido las cifras tal como fueron recogidas en aquel momento porque las conclusiones siguen siendo válidas y para mantener la coherencia del contenido.

Por último se ve hasta qué punto la prensa fue desde los primeros momentos un apoyo para los internautas y cómo el acceso a Internet fue y puede ser utilizado políticamente,

en un trabajo publicado en la revista *Latina* en julio de 2000.

Los anexos incluyen, como es inevitable cuando se habla del periodismo en cualquiera de sus facetas, los últimos controles de difusión de los medios que, de una u otra manera, han sido citados. Y por lo que se refiere a la bibliografía, no pretende de ningún modo ser exhaustiva. Se limita a recoger a los autores citados en cada uno de los capítulos de este libro, al que seguirán otros con los resultados de nuevas y posteriores investigaciones.

Concha Edo
Universidad Complutense
Madrid, junio de 2002