

Prólogo

Tecnologías que condicionan el periodismo

Los continuos avances tecnológicos imprimen al periodismo del siglo XXI un nuevo modo de contar los hechos que van de la mano de las necesidades de consumo de las audiencias, cada vez más activas. Lejos va quedando el modelo de comunicación unidireccional y con ello el periodista pierde la exclusividad y el control de la información; la sociedad ya no abandona en los medios de comunicación la tarea de observar y contar, también participa en ella.

El empoderamiento ciudadano —cualquiera puede acceder al llamado cuarto poder— ha forzado a los medios a dar paso a una producción informativa de tipo colaborativo. El perfil del periodista se transforma, es más versátil, polivalente, multitarea y desarrolla nuevas competencias para elaborar contenidos multisoporte y además para interactuar con la audiencia. Ante este nuevo panorama, cabe preguntarse hasta qué punto es positivo que el periodismo esté condicionado por la tecnología; por un lado, es su mejor aliada para conectar con una sociedad dispersa, hiperconectada y prosumidora; por otro, contribuye a un tipo de periodismo en el que todo vale en la competencia por captar la atención de la audiencia.

Es indiscutible que la evolución mediática no habría sido posible sin la incorporación de nuevas tecnologías. Desde la aparición de la imprenta, pasando por el cinematógrafo, la radiodifusión o la televisión, las infraestructuras de la comunicación han desempeñado un papel fundamental para canalizar las noticias que circulan en una «aldea» cada vez más global. De ahí que sea necesario analizar a aquéllas en un intento por comprender hasta qué punto ayudan, pero también desnaturalizan a los contenidos informativos que soportan.

Haciendo un repaso por la Historia, se observa, como señala Serrano-Puche (2016), «que el periodismo siempre ha tenido una identidad definida, erigida en torno a unos rasgos fundamentales que no han de perderse en la era digital». En esta línea, Martin Baron, director de *The Washington Post*, en una entrevista en 2018 en el programa «Cuando ya no esté», de *Movistar+*, afirmaba que «el futuro del periodismo no depende solo de su capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías, sino de mantener sus valores de independencia y búsqueda de la verdad». Verdad, independencia y objetividad, son los valores que Sánchez de la Nieta (2016) considera necesarios «para mantener la exclusiva lealtad al ciudadano, en un servicio cualificado a su inteligencia diaria, a la racionalidad de la opinión pública».

El concepto de la verdad se redimensiona, así como la importancia de un periodismo de mayor calidad para conseguirla. Y los medios quieren poner el acento en ello; en torno a la verdad «Truth», por ejemplo, giran las campañas publicitarias del prestigioso diario norteamericano *The New York Times*: «Truth. It's more important now than ever» (La verdad. Es más importante ahora que nunca), «The truth is hard» (La verdad es dura) o «Truth is essential» (La verdad es esencial), esta última, centrada en el coronavirus, son algunas de ellas. En España, el periódico *El Mundo*, también quiso poner en valor el trabajo periodístico cuando lanzó su muro de pago, con el lema «El Mundo. La verdad por incómoda que sea».

En un contexto en que las *fake news* campan a sus anchas, es más necesario que nunca vigilar que la calidad, la rigurosidad y la función social del periodismo no pierdan la batalla ante la urgencia que impone la Red. Y, aunque su credibilidad y su rol en la sociedad están siendo constantemente cuestionados, el periodismo ha demostrado, por su gran capacidad de adaptación e innovación, que tiene futuro, escenario propicio para la reflexión y la investigación científica.

Los autores de esta obra, titulada *Tecnologías que condicionan el periodismo*, ofrecen interesantes aportaciones para contribuir al debate académico en torno al alcance de la integración de las herramientas digitales al periodismo. Así, Marián Alonso se centra en el análisis de los efectos de internet en nuestra forma de relacionarnos con el mundo. Para la autora, la multiplica-

ción exponencial de la cantidad de información que ahora nos rodea pone de manifiesto no solo el ritmo con el que se crean los contenidos en la red (cada minuto se producen casi 200 millones de emails, 4,5 millones de vídeos nuevos en YouTube y casi 700.000 horas en Netflix) sino también la incapacidad para absorber todos esos datos. Como consecuencia, se produce una sobreinformación, una saturación de contenidos que está provocando que cada vez estemos, paradójicamente, más desinformados.

Conectado íntimamente con esta tendencia, el trabajo de Luisa Aramburu estudia la nueva función de los medios de comunicación, que han pasado de tener las primicias informativas a ser eco de informaciones que los usuarios difunden como noticias. Como resultado del empoderamiento de los lectores/usuarios, la comunicación se está transformando en una realidad de dimensiones extraordinarias desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. En ese segundo sentido, la investigadora describe las modalidades periodísticas surgidas como consecuencia de esta nueva realidad, un periodismo a medida creado para satisfacer los deseos individuales, y reflexiona sobre la pérdida en la calidad que esto acarrea.

Por su parte, Ángeles Fernández Barrero, partiendo de la realidad de un periodismo personalizado, analiza el papel que juegan la mecanización del proceso redaccional y la aplicación de la Inteligencia Artificial en la profesión periodística. En este sentido, la autora desgrana las características de la robotización de la sociedad, un fenómeno que avanza a pasos agigantados. Mas, junto a la exposición de las ventajas y las posibilidades que para la información tienen la escritura automática y la robótica humanoide, en el texto se abordan asimismo los peligros de la escritura automática para el futuro de la profesión periodística, así como las estrategias que pueden seguir los periodistas para adaptarse a este entorno cambiante.

En una línea complementaria, Aránzazu Román y Francisco Olivares se centran en el papel de las redes sociales como una realidad que ha venido a cambiar las formas en que la ciudadanía se comunica; unas estructuras que, más allá de constituir un medio de comunicación en sí mismo, son un modo diferente difundir información. El estudio de esos metamedios (Facebook, WhatsApp, YouTube o Instagram) resulta así imprescin-

dible en unos momentos como los actuales, donde las audiencias más jóvenes prefieren formas de acercarse a la información más visuales que permitan obtener informaciones breves con un sentido completo.

Además de analizar el uso de las redes sociales por parte de los medios de comunicación, los autores hacen hincapié en el hecho de si estos están realizando un esfuerzo extra para acercarse a las nuevas plataformas que están surgiendo; igualmente, en si se van ajustando a los nuevos formatos que surgen, tanto si dichas adaptaciones son reales o se limitan a usar las mismas narrativas, aunque en diferentes soportes.

Por su parte, María del Mar García y Rubén Rivas plantean en su investigación que la proliferación informativa, especialmente virulenta en el mundo occidental, puede encontrar su correctivo en el predominio de la información local en tanto que respuesta a la estandarización comunicativa global. Ante la complejidad del mundo, los cibermedios locales deben dar respuestas a un público hiperconectado, y la solución informativa, según los autores, pasa por compatibilizar la información de cercanía y lejanía. Su planteamiento es que lo local constituye un valor periodístico temático, y no geográfico, por tanto, el «periodismo local transnacional» puede generar información con un enfoque de verdadero interés público, gracias a las potencialidades de la digitalización.

Como cierre de la obra, Manuel Blanco Pérez estudia la situación actual de la prensa, ámbito que se ha hecho eco de todo tipo de noticias protagonizadas por el sector tecnológico mundial; una esfera que afecta al propio estatus del periodismo, obligando a ciertas reformulaciones en su propia ontología.

Para el autor es el momento de reflexionar sobre el verdadero sentido de la tecnología y hacerlo a través del análisis de datos web. Así, y para conocer mejor todas las implicaciones que tiene el universo *social media*, se adentra en el estudio de las noticias publicadas en 6 periódicos, seleccionando palabras clave que le permite concluir sobre qué se habla realmente en las informaciones sobre tecnología. En su trabajo, el autor utiliza novedosas herramientas computacionales para el análisis de grandes cantidades de datos, casi medio millón de palabras en este caso, con lo que pone en evidencia la creciente importancia que están teniendo este tipo de herramientas para el inves-

tigador, tanto de ciencias sociales como de humanidades, que necesita el manejo de enormes bases de datos, como pueden ser las redes sociales.

Maritza Sobrados-León

María José Ruiz Acosta

Sevilla, junio de 2021

Referencias bibliográficas

Sánchez de la Nieta, Miguel Ángel (2016). *El Renacimiento del Periodismo. Nuevas tecnologías al servicio de su esencia*. Pamplona: Eunsa.

Serrano-Puche, Javier (2016): Reseña de *El Renacimiento del Periodismo. Nuevas tecnologías al servicio de su esencia*, de Miguel Ángel Sánchez de la Nieta. *Comunicación y Hombre* (12), 343-346.