

Sección VIII

El desafío de la pluralidad de culturas y
de las nuevas tecnologías

La prensa escrita ante las nuevas tecnologías

Antonia González Borjas, Elisa Macías Rivero

Dirección: José Manuel Gómez y Méndez

1. Introducción

A lo largo de la historia el ser humano ha conocido distintas revoluciones que han modificado radicalmente su forma de vida. La primera, situada en el Neolítico, supuso el descubrimiento de la Agricultura, pasándose a una vida sedentaria y doméstica. La segunda la constituye la Revolución Industrial, con el antecedente de Gutenberg, desde donde las chimeneas rompieron nuestros cielos y las cadenas de producción nuestros horarios. Cambió todo, desde el amor a la economía. La tercera es nuestro propio día, la Revolución de la Comunicación. Una de las diferencias existentes en estas revoluciones es la duración de tiempo copado a lo largo de la historia: «La Era de Piedra duró millones de años, pero la siguiente, la del Metal, sólo cinco mil años. La Revolución Industrial (de primeros del siglo XVIII a últimos del siglo XIX), doscientos años. La Era Eléctrica (de comienzos del siglo XX a la Segunda Guerra Mundial), cuarenta años. La Era Electrónica duró veinticinco años, y la Era de la Información ya tiene veinte, evolucionando rápidamente»¹.

¿Qué sucederá entonces con la palabra impresa en esta revolución? Los medios no son excluyentes. La radio o la televisión no acabaron con el libro, ni con la prensa; el cine no hizo desaparecer el teatro; la fotocopiadora no elimina las imprentas, etc. «Aquellos que tienen terror al futuro es porque les cuestionan sus esquemas mentales tradicionales»². Se trata de un reajuste de usos y contenidos. La realidad es compleja y rica en matices. Con lo cual ni hablábamos de la «muerte de la palabra impresa», ni de una «sociedad sin papel». Octavio Paz nos recuerda que el futuro no existe, pertenece a una forma de enfocar la vida. Además, «lo único permanente es el cambio», ya lo dijo Heráclito.

Hoy, los cambios producidos en las Nuevas Tecnologías de los Medios de Comunicación son tan galopantes que de un día para otro son muchas las innovaciones surgidas. En concreto, los ordenadores han pasado en sólo unos años de ser un producto de lujo para las familias y de su utilización primordial en el trabajo, a ser un elemento importante de los hogares (dentro de los porcentajes de su aceptación, el ordenador ya está implantado en un 35% de las familias americanas y un 65% de los ordenadores vendidos en 1994 fueron para uso doméstico, según apunta Terceiro en su libro «Sociedad Digital»³). En este sentido, hay que reseñar los interesantes cambios producidos en los últimos 18 meses: «No sólo en tecnología, sino en nuestros hábitos como personas de la sociedad. Vamos hacia una sociedad que va a poder trabajar en casa, comprar en casa, estar, para

¹ José B. Terceiro, *Sociedad Digital*, Madrid, Alianza Editorial, 1996.

² Raúl Rispa Márquez, *La Revolución de la Información*, Navarra, Ed. Salvat, Colección Aula Abierta nº 99, 1982.

³ José B. Terceiro, *Ib.*

todo, delante de una pantalla. ¿Y al final vamos a ser como una enorme patata como un bracito para mover el ratón, una boca y dos ojos,...? Tampoco es eso»⁴.

Sólo desde hace doscientas generaciones se comienza a utilizar la escritura. Por tanto, la imprenta es muy joven. Sin embargo, frente a los malos augurios que los profetas del nuevo orden hicieron sobre el invento de Gutenberg, hoy, la Prensa Escrita es apta para su integración en la ola de las nuevas tecnologías. Todo este sistema revolucionario está obligando a crear un nuevo modelo de prensa. Y es que a través de esas innovaciones podrán circular los flujos de información en esa nueva prensa. Esto posibilita que el concepto de la distribución (fase que la diferenciaba de los medios audiovisuales, retardando la percepción del producto periodístico) desaparezca como tal y equipare al tradicional medio escrito, en instantaneidad y ubicuidad, con la radio y la televisión.

2. Incidencias de las tecnologías en el informador

«Mientras que la esencia de la información, como instrumento de la libertad y la democracia al servicio de los ciudadanos y frente a la posesión permanece alterable y todo parece indicar que así va a ser para siempre, la práctica de la profesión deberá enfrentarse a unos cambios profundos de los que saldrá el periodista del siglo XXI»⁵

Es de prever que en el futuro tanto la forma de llegar al público como la realización del trabajo profesional estarán sujetos a grandes diferencias. Hoy el periodista ya está capacitado para transmitir su información desde cualquier parte y hacia cualquier destino. Para ello, precisará de un equipaje muy ligero: un teléfono digital móvil y un ordenador portátil (dentro de muy poco un HPC, Handheld PC, ordenador de bolsillo), por supuesto, en el caso de los profesionales de la Prensa Escrita. Estos instrumentos de trabajo se habrán generalizado en el 2000, por lo que podrán acceder a ellos cualquier periódico. Puesto que estos medios le van a permitir al informador que entre de forma directa e instantáneamente no sólo a su propio diario o empresa productora de información, sino también a diferentes redes y los servicios que circulen por esas redes. Estaremos ante la etapa de la «interactividad desarrollada», en la que el papel de emisor y el del receptor se habrán diluido en el proceso de la comunicación: «Será mucho más difícil saber quién es el periodista y sólo los más osados podrán describir sus funciones»⁶.

Sin embargo, simultáneamente se plantean unos nuevos problemas con relación a las nuevas tecnologías. Como por ejemplo, la constante comprobación de las fuentes que supondrá un replanteamiento de la calidad de las informaciones; puesto que las fuentes periodísticas estarán al alcance de cualquier usuario que busque en las redes telemáticas. En consecuencia, el profesional tendrá que llevar a cabo su labor con la mayor rigurosidad que le sea posible. En este apartado surge también el conflicto de la autoría de las creaciones periodísticas, ya que los derechos de autor, e incluso, el derecho a la información se fundirán en uno sólo al alcance de cualquier ser humano que participe en los periódicos nuevos. «La mayor parte de la leyes se concibieron en un mundo y para un mundo de átomos, no de bits. Creo que la ley es un sistema de alarma anticipada que nos

⁴ Jorge Edelmann, «La informática, hoy, tiene el centro de gravedad en el lugar equivocado», *ABC Informática* (27 de noviembre 1996), págs. 4-6.

⁵ Fernando Ripoll, «Un nuevo modo de informar», *Periodistas*, número 52 (1992), págs. 4-8.

⁶ José F. Beaumont, «La prensa cambia de papel», *Apuntes de la sociedad interactiva*, Fundesco, 1994, págs. 413-420.

dice: este es grande. La ley nacional no tiene lugar en la ciberley. ¿Dónde está el ciberespacio?. Si no le gustan las leyes bancarias de Estados Unidos conecte su máquina con las Islas Caimanes. ¿No le gustan las leyes de copyright de Estados Unidos?. Conecte su máquina con China. La ciberley es una ley mundial que no va a ser fácil de controlar, por lo visto, ni siquiera somos capaces de ponernos de acuerdo sobre el comercio internacional de piezas de automóviles⁷.

3. Repercusiones en los periódicos

«En el futuro de la mañana, seguramente no manchará las manos, pero quemará los dedos de los maniáticos de la informática»⁸.

Hasta hace escaso tiempo la palabra y el sonido llegaban por un canal, la escritura por uno, y las imágenes por otro. A través de la conjunción de la informática y las telecomunicaciones se ha posibilitado que el ser humano de final de siglo pueda acceder por un solo canal de comunicación simultáneamente a datos e imágenes complementadas de voz y de sonido. En concreto, los lectores del diario electrónico recibirán la información en los más variados soportes, desde el papel a la pantalla del ordenador, en la que cada usuario podrá tener su periódico a medida y elegir los contenidos.

Tres son los niveles básicos sobre los que se producirá la revolución informativa prevista, y a través de la cual el material escrito se abrirá plenamente al mito de la electrónica:

- sistemas de transmisión (satélite, cable, fibra óptica).
- software o programas informáticos.
- manipulación de la imagen, como instrumento en auge de la información.

A estos tres niveles de cambio se suma también la reestructuración física de las oficinas o las redacciones de los periódicos: «Antes, el reino del funcionario contenía archivadores de papel, flexos, neones colgados del techo, centralita con telefonista, máquina de escribir, folios, sellos, sobres y útiles de correos [...] Ahora, la oficina laboratorio tiene ordenadores, luces halógenas, centralita inteligente, fax y E mail, folios reciclados [...]»⁹.

Estos hechos nos demuestran que no sólo está cambiando el lugar físico, donde se elabora la información, sino la propia forma de concebir sus contenidos, y a este hecho ayuda por supuesto el acoplamiento de tres sectores, que hasta el momento apenas han tenido relación entre sí: telecomunicaciones, informática y televisión por cable. La convergencia de estas tres tecnologías permitirá que la comunicación sea interactiva. Pero, ¿en qué influyen estas convergencias sobre la prensa? En primer lugar, podríamos hablar de la tendencia de los periódicos a sustituir su tradicional soporte del papel por tabletas informáticas. Sin embargo, no se trata sólo de un cambio de soporte, con la entrada de las nuevas tecnologías también se vaticinan otras formas de entender la vida, en la desde luego juega un papel muy esencial la comunicación. En este aspecto, los estudios más avanzados corresponden a las investigaciones realizadas en las Universidades de Boston y Colorado. Ambas se inclinan por pronosticar que el periódico se venderá por suscripción, de modo análogo a las actuales televisiones de pago. Ya existe publicidad, sobre

⁷ Nicholas Negroponte, «El mundo digital», *El País 20 años* (5 de mayo de 1996), págs. 77-80.

⁸ Frederic Filloux, «Periódico a la carta con tinta digital» *El País Word Media* (9 de marzo de 1995). pág. 28.

⁹ Nicholas Negroponte, Op. cit., págs. 77-80.

todo de anuncios clasificados. Por último, existirá la posibilidad de conexión a una impresora para que los usuarios archiven información impresa en sus hogares.

Además de la ventaja producida por actualización continua y la presentación audiovisual de la información, el periódico informático permitirá a las empresas informativas el ahorro de los gastos de papel, que suelen representar cerca de un tercio de los gastos totales de los diarios, y junto a la distribución, se llega a un coste del cincuenta por ciento.

3.1. *La convergencia comunicativa en la prensa local*

En estos momentos de convergencia de la comunicación, la realidad en los diarios regionales y locales ofrece tres ventajas, que los sitúan en socios necesarios para la consolidación de una revolución comunicativa:

- capacidad de especialización y explicación de la actualidad local.
- disponibilidad para relacionarse de forma privilegiada con los lectores.
- constitución de soportes líderes en la publicidad local y regional.

En Andalucía, tenemos el ejemplo de muchas cabeceras provinciales que siguen estos esquemas, dos de ellos pueden ser el Diario Córdoba y el pequeño grupo de la familia Joly en Cádiz. Ambos responsables expusieron en el Observatorio Audiovisual de Andalucía 1996 que estaban haciendo todo lo posible por subirse al carro precipitado de las nuevas tecnologías, y que muestra de ello eran sus cambiados formatos o sus atrevimientos con el color. Lo demás es demasiado costoso aún; pero, por supuesto, no deja de estudiarse. Y lo hacen porque luchan contra el tópico, que por otra parte es real, de que las nuevas generaciones leen menos periódicos, porque han nacido en el seno de una cultura audiovisual e informática. Los periódicos del futuro integrarán textos, imágenes y sonido y utilizarán tecnología digital. Mediante la llegada de esta innovación, el periódico podrá recuperar seguidores en los años venideros con la adhesión de lectores jóvenes.

4. *Repercusión social*

¡Estos son tiempos de crisis! Seguro que hemos escuchado esta frase en los lugares más diversos. Y es que a nivel general, en la sociedad todo está sufriendo transformaciones. El trabajo, por ejemplo, está dejando la producción masiva en serie y se está empezando a crear un tipo de producto más personalizado. El hogar se suma al trabajo, se constituye como la redacción en casa. «Si un 5% de la población de Madrid trabajase desde su domicilio, se economizarían casi 5.000 millones de pesetas en horas perdidas en el traslado y otros 600 millones en energía, además de evitarle a la atmósfera la carga contaminante de 800 toneladas de gases, y sin contar el estrés y el mal humor provocados por los inevitables atascos de tráfico».

Las redes de comunicación eliminan las distancias y posibilitan una descentralización de los puestos de trabajo. Así el contacto personal, es decir, cuando entre el emisor y el receptor no hay ningún artificio, permite el desarrollo de una integración del individuo más completa en el medio en el que está. Frente a esta visión hay otra vertiente contrapuesta que advierte sobre las consecuencias sociales del llamado periódico electrónico: como medio potencialmente de una desmembración de la cultura democrática unificada. En este apartado, somos partidarias de ejecutar un proceso intermedio, en el cual los usuarios de la prensa dispondrán de más información, pero al mismo tiempo, esa demo-

cratización estará coartada por la carestía de los nuevos servicios para todos los públicos y la tecnología, pues todavía es engorrosa de manejar.

Por otro lado, el tradicional receptor pasivo encuentra un rol activo en los medios de comunicación del futuro. El antiguo destinatario se convierte en el acaparador de las funciones de emisor y receptor. Él elige la información que desea recibir e incluso puede enviar informaciones adicionales. Surge así el teletrabajo (mencionado anteriormente) o la telecompra. En esta sociedad, el ser humano multimedia se puede sentir atrapado en su hogar, o mejor en las redes que le ofrecen cualquier contacto con la sociedad real. Esas repercusiones sociales no podremos medirlas y confirmarlas hasta que el proceso del mundo digital no avance en nuestro país. Los ejemplos extranjeros, sólo son una muestra, que no siempre puede trasladarse de igual forma a España.

Sin embargo para que esto se produzca, el periodismo del futuro se tiene que enfrentar a grandes retos, entre los cuales existen dos obstáculos por derribar: el elevado coste del uso de las líneas de comunicación (equipos informáticos cualificados, un módem, una línea telefónica y por supuesto las correspondientes facturas del teléfono) junto a la carencia de un sistema de consulta estandarizado, fácil y rutinario al que pueda acceder cualquier usuario.

5. Previsiones para un futuro

A). La digitalización remodelará radicalmente la forma de vida de la sociedad en que vivimos.

B). Resurgimiento de la pequeña empresa periodística, en consonancia con el proceso de concentración de medios, fundamentalmente de carácter horizontal, como manera de hacer frente a los crecientes costes de la tecnología avanzada, y poder así competir en el mercado.

C). Consolidación de formas alternativas de financiación de los medios, dentro de un proceso de pérdida de peso de la publicidad como principal fuente de ingresos. Consolidación del «payment for view», es decir, del pago por leer, en este caso, la prensa digital; «patrocinios», etc.

D). Progresiva mezcla de contenidos de ocio e información en los nuevos periódicos, como respuesta a la interacción del sector audiovisual con el de la prensa.

E). Abandono del rol pasivo, por parte de las audiencias.