

Capítulo 25

**El periódico ya era electrónico
antes de Internet. Reflexiones
sobre el concepto “telemática” ***

Dr. José Manuel de Pablos Coello.

Universidad de la Laguna.

Lic. Concha Mateos Martín.

Universidad Complutense.

* Intervención tenida en el “VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística (SEP)”, celebrado en Sevilla entre los días 7 y 9 de marzo de 2002, cuyo texto original fue presentado como ponencia. Ha sido publicada con el mismo título en “*Sala de Prensa*”, n.º. 56, junio de 2003, www.saladeprensa.org/art455.htm.

El trabajo que presentamos hoy pretende ser útil, además de analítico¹. El componente analítico lo aportamos los autores de esta ponencia mediante los contenidos que les presentamos. El análisis es, por tanto, responsabilidad nuestra.

La utilidad será responsabilidad de los asistentes a este congreso y de los posteriores lectores de las actas que tras el congreso se publiquen.

Éste es el convenio que les ofrecemos. Y que les vamos a exponer a continuación. Es negociable, claro. Pero, sólo en parte. En todo caso, las fuerzas de la negociación serán siempre las razones del lenguaje; y de su valor humanístico como espacio de cohesión social y como instrumento de producción de cultura.

Nuestro análisis desmitifica el concepto “electrónico” por varias razones:

- porque se está produciendo un uso inadecuado, impreciso, del término “electrónico” en muchos entornos, y
- porque ese uso impreciso está desculturizando el discurso público.

¹ Los autores desarrollan el epígrafe “Hace tiempo que el periódico es electrónico” en DE PABLOS, M.: *La Red es nuestra*. Paidós Ibérica, Barcelona, 2001, págs. 80-84.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

Vemos cómo, con notable inconsciencia y de forma muy frecuente, se habla de “periódico electrónico” para referirse a algo que no es periódico (o debe dejar de serlo) ni es electrónica su máxima relevancia tecnológica.

El entorno comunicativo en el que nos movemos actualmente está plagado de malos entendidos y acepciones expresadas con demasiadas incorrecciones. Los intercambios de información son muy frecuentes, en muchas direcciones, muy rápidos y fluyen de forma muy democrática, poco jerarquizada, plural, popular, masiva y, hasta cierto punto, libre.

Esto está muy bien. Lo celebramos y lo defendemos. Pero esta promiscuidad informativa magnifica también las consecuencias de cualquier gripe terminológica. Cuanto mayor número de contactos, más rápidos y en más direcciones, más se extiende la epidemia.

Términos como “prensa impresa”, “prensa on line” o “periódico electrónico” se distorsionan en el uso y esta falta de rigor es un asunto exquisito, muy oportuno, para tratar en un foro académico como el que hoy nos convoca en Sevilla.

El lenguaje, entre otras funciones, nos sirve para: ordenar nuestra percepción del mundo, del universo, de los objetos, e intercambiar información.

Por tanto, nos ayuda a entender (estructura nuestro conocimiento) y nos permite comunicarnos (sirve de instrumento de contacto).

UTILIDADES QUE NOS OFRECE EL LENGUAJE

El lenguaje nos ofrece esas dos *utilidades*, pero a cambio nos plantea a su vez una exigencia, una condición: o estamos de acuerdo en lo que designan y significan las palabras (recuerden que el lenguaje en esencia no es otra cosa que consenso) o esas dos funciones no se podrán cumplir.

Pues bien, a juzgar por la foto lingüística del paisaje en el que nos movemos, actualmente no parece que estemos muy de acuerdo. Esta falta de orden amenaza con sembrar la confusión en nuestro entendimiento del universo electrónico y sembrar la polémica o la incompreensión mutua en nuestros intentos de comunicación. O sea, estamos poniéndonos en riesgo de no entender el mundo y no entendernos entre los mundanos.

Flotan, además, en este panorama ingredientes añadidos. Veamos:

- Estas incorrecciones se aceptan sin mucha reflexión.
- Este tipo de errores de vocabulario se admiten sin demasiada oposición, predomina un esquema de *todo vale*.
- Se va construyendo una neobabel donde lo incorrecto es capaz de establecerse como si tuviera bondad suficiente para hacerlo sin discusión.

En esta ponencia, ya lo dijimos, vamos a discutir algunas de estas expresiones que se cuelan engrasadas por la falta de reflexión que tanto asoma en el mundillo profesional y denunciabile o aclarable desde la esfera académica.

Cuando hablamos de periodismo gráfico nos vemos casi obligados a aclarar que se trata del mensaje expresado por medio de la tipografía, con apoyo de la fotografía o la infografía. Periodismo gráfico, por tanto, coincide con lo que llamamos igualmente periodismo impreso. Es gráfica una palabra, es gráfica una tabla de coordenadas y abscisas, y es gráfica una fotografía.

Mas ocurre algo nuevo ahora: todo ese periodismo gráfico (tipografía, fotografía, infografía) ya no siempre es impreso. Esa modalidad de expresión periodística ya la encontramos sin el proceso técnico de la impresión. De ahí que “periodismo impreso” ahora sea sólo una parte del periodismo gráfico, porque hay otro periodismo gráfico que no vive impreso. El periodismo impreso ya no implica todo el periodismo, que sí sigue siendo gráfico.

Lo que sucede en nuestro ámbito geográfico es que está muy generalizada la expresión “periodismo gráfico” para referirse exclusivamente al periodismo mostrado en formato fotográfico, como si el texto basado en tipografía no fuera tan periodismo gráfico como el fotoperiodismo. Lo mismo vale decir para la infografía periodística o infoperiodismo.

Gráfico no es igual que fotográfico. Es más.

En algunos otros países hispanohablantes, cuando se habla de periodismo gráfico se entiende a la perfección lo que se quiere decir. En España no sucede así y sólo parece que haya una explicación: la costumbre, la rutina de uso del idioma sin reflexión, hablar sin haber testado mínimamente lo que estamos diciendo o queremos decir, sin haberlo pasado por el control de calidad.

Otro caso semejante, siempre en nuestro ámbito, lo encontramos en la expresión “prensa impresa” o “prensa escrita”, como si acaso hubiera algún tipo de prensa que no fuera impresa o no llevara escritura. Peor, no obstante, es cuando la voz “prensa” la vemos aplicada con rubor, rubor para nosotros, a voces como radio y televisión: “prensa escrita, radial y televisiva”². Si sometemos estos términos a la reflexión más simple, o a un mínimo control lógico, mueren, sucumben, no se sostienen. Quizá la incoherencia de “prensa radial y televisiva” resulte más obvia que la de “prensa impresa” o “prensa escrita”, y por eso se explique que “prensa impresa” o “prensa escrita” se use mucho más frecuentemente, pero son incoherencias todas. La expresión “prensa escrita” se hace, además, como si toda la prensa no empleara la escritura, aunque además de la escritura el periodismo clásico impreso use también la foto, la ilustración, etc.

² Cita que aparece con todo detalle en DE PABLOS, J. M.: *El Periodismo, herido*. Foca Investigación, Madrid, 2001, pág. 271, tomada de la crónica de un corresponsal del diario español *El País*.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

La prensa es la prensa porque se edita impresa, usa palabras y por tanto va escrita, y puede llevar, como todo el mundo sabe, fotografía e ilustraciones.

Vamos viendo de esta manera que los tópicos han aparecido en nuestro vocabulario profesional, y se han colado sin resistencia apenas en los textos académicos, es decir, se han colado en un ámbito en el que era de esperar un rigor mayor.

Con la llegada del fenómeno Internet, el último tópico que se instala es el de “periódico electrónico”, que aquí trataremos de desmitificar, porque no sirve para referirnos al periódico ni a un proceso electrónico sin más.

Lo primero que veremos es lo inadecuado del empleo de la voz “periódico” para los servicios informativos en línea que consultamos por medio de una pantalla. Si el periódico recibe su nombre por tratarse de un impreso que salía a la calle de forma periódica y lo hacía físicamente, en un soporte de papel, esta denominación ya no tiene razón de ser cuando queramos referirnos a la visita que hacemos desde nuestra pantalla a la base de datos de una empresa de comunicación periodística.

El concepto periódico ha perdido vigencia, parcialmente.

Pero persiste y se insiste en emplearlo para hablar de algo que no es periódico, sino otra cosa. Se confunde así el servicio ofrecido hoy, con un recurso material usado en una época anterior para conseguir la misma finalidad. Es un error, que costará erradicar. Costará más mientras más esté enraizada la rutina en el vocabulario viejo que se aplica a nuevos productos o nuevos servicios.

Es algo inexplicable esa intención de nominar con viejas voces nuevas soluciones a problemas más o menos semejantes. Estas nuevas soluciones originan algo nuevo, que -no tiene sentido-, no puede ser denominado con la voz vieja.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

Ese trasvase de términos denota mucha pereza enunciativa, mucho chapoteo patoso en la comprensión de los acontecimientos. Entender significa distinguir las cosas, discernir lo que es periódico de lo que es constante, discriminar lo que es visible y lo que es ilustrativo, lo que es fotográfico y lo que es escrito.

Al principio fue el caos, y sobre el caos el ser humano hizo caer el verbo, la palabra, como una malla ordenadora del mundo, una rejilla que permite identificar al mundo por partes, sus componentes, sus colores, sus protagonistas.

VUELTA AL PRINCIPIO

Pues eso: cada vez que se origina un nuevo proceso de enunciación informativa, cada vez que se incorpora una nueva técnica para enunciar la información, estamos otra vez en el principio y debemos hacer caer el verbo con claridad, con precisión, inaugurar el lenguaje y dejar de pretender vivir de las rentas lingüísticas.

El periódico siempre ha sido una base de datos, una colección de datos, de notas y otras muestras de diferentes géneros. El periódico cambiaba toda esa base de datos de una edición a otra. Cada número era diferente por completo del anterior y del siguiente. La idea de periódico era radical, tanta que lo único igual entre dos números seguidos era la cabecera, el estilo visual y el orden de colocación de secciones, más o menos parejo, con pocos cambios, a excepción de domingos o números especiales.

Llegados a este punto, invitamos a la reflexión sobre varias cuestiones:

- La aparición de la electrónica y su llegada a los medios... electrónicos, que nacieron a partir de ella.
 - El empleo de técnicas electrónicas en la realización del moderno periódico impreso.
-
-

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

- Algún caso de presencia de lo electrónico como la última novedad en una forma de comunicación y su influencia por la vía de la mimética..., o sea, con ausencia de rigor.

A partir de este esquema, desarrollamos nuestro discurso.

LA APARICIÓN DE LA ELECTRÓNICA EN EL XIX

Sabemos que el hallazgo que el científico hace del electrón, de los secretos de lo que poco después se empezaría a llamar electrónica, sucede en el siglo XVIII. La electrónica, por tanto, es una vieja conocida, una antigua aplicación que tiene más de un siglo. No estamos diciendo algo que no se sepa; sí, por el contrario, algo que se suele soslayar cuando se aplica de forma incorrecta la voz “electrónica” a los medios informativos gráficos puestos en línea, en la red de todos.

Merced a la electrónica se abrieron nuevos ámbitos para la comunicación periodística. Estos nuevos ámbitos originaron nuevos medios informativos y la vieja prensa basada en la técnica gutenberiana empezó a perder el protagonismo exclusivo que tuvo desde sus inicios y que dio origen a grandes fortunas en familias de editores de lo que se llamaba “diarios de familias”. Esos nuevos ámbitos fueron la radio y la televisión, o sea, nuevos entornos donde podrían surgir nuevos medios, esto es, servicios informativos con cabecera y distinción entre sí. Fue tan obvia la presencia de la electrónica en radio y televisión que son entornos mediáticos imposibles sin la electrónica. Podemos decir que las emisoras de radio y de televisión son medios electrónicos típicos, imposibles de ser sin la presencia de la electrónica en sus nervios. Tal extremo nunca tuvo lugar con la prensa, que sólo necesitó de la electrónica para modernizarse, pero sin que ésta llegara a ser su mera razón de existencia, como pasa con radio y televisión.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

Mientras sucedía tal fenómeno y la electrónica daba a luz a la radio primero y a la radio con imágenes después, lo que se llamó televisión, que se debería haber llamado teleaudiovisión..., la prensa permanecía anclada en una serie de técnicas analógicas y basadas en procesos físicos o mecánicos, desde la composición de los textos que iban a ser noticias publicadas, hasta la creación de pesadas planchas con las formas de impresión, primero de plomo, después plásticas y hoy metálicas y muy ligeras. No obstante, todo sigue siendo una magnífica muestra de la ya vieja revolución industrial. El periódico sigue siendo en líneas generales un ejemplo de industria pesada, y no nos referimos a la calidad de algunos de los textos impresos, sino a toda la maquinaria precisa para sacar a diario un impreso periódico a la calle.

Aparecían nuevos medios, emisoras de todo tipo y en generaciones sucesivas de avance tecnológico siempre basadas en la electrónica mientras la prensa permanecía impasible allá por los años 70 del siglo pasado. No obstante esa presencia colosal de la electrónica en radio y televisión, a nadie se le ocurrió alguna vez hablar de “radio electrónica” ni mucho menos de “televisión electrónica”. Simplemente se ha hablado de radio y televisión; a pesar de su configuración electrónica, nadie les aplica ni añade tales adjetivos. La radio y la televisión son hijas de la electrónica.

Parece como si en esos dos ámbitos más nuevos haya habido desde siempre una mayor cultura tecnológica moderna, mientras que la cultura del entorno impreso seguía anclada en la tipografía de Gutenberg y en su pesado proceso necesario para alumbrar el diario. Un Gutenberg, lo aclaramos, mal interpretado o, si prefieren, interpretado solamente en sus aspectos tecnológicos y no como libertador cultural, que fue tal vez la mayor talla de aquel orfebre alemán que facilitó la salida de la Edad Media, la llegada del Renacimiento europeo, a quien tanto le debemos todavía. De hecho, el periódico ha sido durante la mayor parte de su existencia un producto analógico y analógico era todo el mecanismo preciso para su aparición.

LA ELECTRÓNICA LLEGA A LA PRENSA

Tenía que suceder y sucedió a finales del siglo pasado: la electrónica empezó a ser aplicada al lento proceso de edición de un diario. La electrónica hizo aparición en forma de nuevas tecnologías, algunas de las cuales pronto iban a ser obsoletas. Eran tecnologías de entretiempos, temporales y con los días contados. Hacían de puente entre las verdaderas nuevas tecnologías modernas con aptitud para la supervivencia en la maraña tecnológica del proceso editorial y la vieja tecnología que empezaba a ser desplazada por haber quedado obsoleta, esto es, válida pero superada por otro sistema más moderno, rentable y rápido para hacer los mismos cometidos.

Esas tecnologías sin vocación por la supervivencia y que hemos llamado de entretiempos son de la misma familia que el módem actual, absolutamente necesario para la conexión a la red en un tiempo donde todavía hay gran cantidad de líneas telefónicas analógicas, pero innecesario —o sea, con vocación de clara obsolescencia— cuando la red telefónica sea toda ella digital.

Siempre hay tecnologías de entretiempos. Antes de la irrupción mágica de la web, la tecnología gopher hacía las delicias de los cibernautas pioneros y así fue hasta que sus mentores cometieron el error de tratar de cobrar regalías por su instalación en los ordenadores. Fueron, en este caso, los fabricantes de aparatos quienes sentenciaron gopher e hicieron ver a Tim Berners-Lee que la www debería ir —como así sucedió— acompañada de una licencia abierta y de uso universal. Murió gopher y se instaló la web.

Algo semejante, esta vez en razón de unas prestaciones más elementales, sucedió con el BBS,³ que acabó igualmente siendo una tecnología de entretiempos, y hoy recuerdan con una sonrisa los viejos profesionales o usuarios de la web, a pesar de la importancia que supuso. Al respecto, señala Javier

³ BBS, Bulletin Board System, boletín electrónico de información.

Echeverría: “La experiencia de los *Bulletin Board* de EE.UU. constituye una de las formas más interesantes de librepensamiento e interrelación por mutua afinidad en el siglo que termina”⁴.

El asalto de la electrónica a la empresa editorial tuvo varias modalidades:

Las transmisiones se empezaron a recibir por medio de teletipos y télex, como una avanzada de la modernización de un sistema informativo que empezaba a salir de la caverna tecnológica que implica todo lo analógico en nuestro tiempo. También estos aparatos resultaron ser tecnologías de entretiempos, que fueron erradicadas con la llegada de la informática, como avanzadilla de lo que hoy son las aplicaciones telemáticas. Cuando la informática arribó a las redacciones de periódico, la entrada de noticias era una función absoluta que gastaba tiempo de muchos redactores, encargados de ir recibiendo lo que llegaba, para editarlo y dejarlo listo para su puesta en plana. Aquí, la idea de edición suponía marcar las mayúsculas y señalar los acentos, porque aquellos sistemas de recepción tan lentos tenían tan poca capacidad que no era posible escribir con versales ni poner las tildes. Esa corrección se hacía sobre papel continuo, que iba adosado a las máquinas receptoras, télex o teletipo, de forma que al primer impulso de la agencia de prensa o de los autores del texto, corresponsales o enviados especiales, se sumaba el segundo impulso del redactor editor y un tercero de los teclistas, que pasaban aquellos textos a composición en plomo en las linotipias.

En los talleres de composición, las linotipias dieron paso a la fotocomposición. O sea, la composición en caliente y en plomo cedió el paso a un nuevo tipo, llamado entonces fotocomposición o composición en frío, porque desaparecía la necesidad de una cacerola donde se fundían los lingotes de plomo a medida que se iban transformando en líneas de composición, para mostrar galeradas en columnas, totalmente analógicas. Aquel paso parecía revolucionario y alteró la imagen física de los talleres de composición de los diarios. Desaparecieron las largas baterías de pesadísimas máquinas negras y

⁴ *Telépolis*, 2000, pág. 155.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

una tecnología gris ocupó las funciones de las linotipias, con unas prestaciones mejores, mayor rentabilidad, más limpieza en la composición y con la alternativa de poder seguir ofreciendo trabajo a los ya innecesarios linotipistas, que pasaron en ocasiones –sólo a veces, en determinadas empresas-- a ser teclistas en unas máquinas mucho más ligeras, que incorporaban principios electrónicos. Se advertía así un segundo estadio del establecimiento de la electrónica en los diarios, pero lo hacía de forma casi tan subrepticia que parece que nunca hubiera habido electrónica en los talleres de prensa antes de la llegada de Internet... y apareciera a la par una muestra de mimetismo que hace que muchos llamen “electrónico” a los servicios informativos, mal llamados “periódicos”, que podemos consultar en la red interconectada.

Las transmisiones se hicieron electrónicas y la fotocomposición de primera generación allá por los años 70 era igualmente electrónica, por medio de unas máquinas eléctricas que no eran sino otra modalidad de tecnología de entretiempo, porque muy rápidamente dieron paso a unos sistemas de fotocomposición de segunda generación, que ya eran informáticos cien por cien.

En el único proceso de preimpresión donde no apareció tecnología de entretiempo fue en el montaje de páginas, que de manual y artesano en dos etapas pasó directamente a informático, aunque podríamos considerar tal tipo de tecnología las pequeñas máquinas calientes enceradoras.

En el tiempo de entre tecnologías de la segunda generación de fotocomposición o composición en frío, los montadores cambiaron de sistema. En lugar de operar con líneas y titulares compuestos en plomo trabajaron con esos mismos elementos, pero ahora fotografiados en una fotocomponedora que siempre iba adosada a los sistemas de fotocomposición en frío y daba entrada a las máquinas de línea blanca en los talleres de los periódicos, ahora sin el aspecto físico de lo que antes se entendía por un taller artesano. La enceradora para fijar las ahora fotogaleradas sobre premaquetas en blanco y las tijeras fueron herramientas nuevas en las salas de montaje, que ocupaban los lugares

hasta ese momento de las formas de acero para colocar el plomo compuesto y las pinzas para sacar líneas equivocadas o con erratas advertidas y corregidas.

Otro espacio donde la electrónica se apoderó de todas las funciones fue en la llamada fotomecánica, una sección previa a la impresión. Allí se preparaban las fotografías y las artes finales de publicidad, propias o ajenas, destinadas al diario abierto y en marcha. Ya el propio nombre de fotomecánica da una idea clara del proceso analógico que implicaba este tratamiento de las imágenes, que del colodión químico avanzó como pocas secciones, hasta aquellas máquinas de los años 70, hoy de museo, donde actuaba una célula fotoeléctrica –o sea, una aplicación electrónica— para copiar de forma analógica la imagen que se deseaba reproducir en una placa metálica que iba a ser el grabado o fotograbado. Hablamos, pues, de otro proceso analógico que acabó siendo electrónico, hasta la obsolescencia de estas tecnologías de entretiem po, que fenecieron con la llegada de la digitalización actual y la posibilidad material de hacer, si se deseara, todo un periódico sólo de fotografías, tales son las posibilidades de reproducir imágenes, que ya llegan digitalizadas al ordenador central de cada empresa editorial.

MIGRACIÓN HACIA LA ELECTRÓNICA

De esta manera, el periódico clásico analógico en su presentación a los lectores emigraba hacia la electrónica, pero de formas tan ligeras y con máquinas y sistemas de entretiem po que pocos parecen caer en la cuenta de que el diario en papel ya era electrónico (electrónico pero impreso) en los años 80, antes de que trascendieran voces nuevas como Internet o web, que hacen posible el pleno establecimiento de nuevas tecnologías ya no de entretiem po en el ámbito del periodismo, entendido como servicio informativo de interés general destinado a públicos amplios.

Se hizo electrónico el periódico en papel a lo largo de las últimas décadas del siglo pasado, pero no llegó a hacerse electrónico de principio a fin, sino

hasta la mitad, no por completo. Sólo era electrónico en fases previas al estadio terminal de impresión, hasta los preparativos de ésta, como las copias de plancha automatizadas, electrónicas, que eran sistemas informáticos aplicados a una operación tan mágica como la reproducción de las planas que van a formar el diario en grandes planchas metálicas y en positivo, para dar lugar a un diario más limpio y mejor presentado a su lector. No era un proceso integral en el campo de la electrónica, porque en la fase última, la de impresión, el diario retrocedía varios siglos y nos mostraba la validez de los principios de aquel mago de Maguncia que liberó al mundo de la oscuridad cultural de la Edad Media, por medio del tipo movable, de un nuevo sistema de impresión más sencillo y con una gran posibilidad libertadora. Así, todavía hoy el periódico analógico tan avanzado electrónicamente, en el momento definitivo de su reproducción analógica, retoma todas las mismas técnicas que Gutenberg ideó circa 1441. Hoy, en lugar de una prensa vinícola emplea una majestuosa máquina impresora, toda electrónica, informatizada en sus controles de calidad sobre el producto que va apareciendo, pero no obstante sigue siendo un sistema analógico auxiliado de la más fina electrónica aplicada.

Vamos viendo cómo el periódico se apoyó en la electrónica en los años 80, antes de la popularización de Internet, tiempo antes de que Tim Berners-Lee ideara en Europa un sistema de comunicaciones que llamaría web. Este producto, cuyos cimientos se afianzan en las postrimerías de la Edad Media, el impreso periódico noticioso, ha acabado siendo –antes de la llegada masiva de la informática a sus redacciones y talleres— un producto electrónico. Pero, un producto electrónico en un sentido, no en las dos direcciones: lo era en el sentido de entrada o llegada de datos informativos (input), pero no lo era en el de salida de estos datos (output). Era como una fábrica a la que se accede por autopista y por esa vía llegan las materias primas, para sacar después la producción en carretas medievales. Era electrónico en la llegada de noticias y en la preparación del prototipo, pero ya no lo era en la salida hacia el encuentro con los lectores. Era electrónico el original matriz, pero no lo eran los ejemplares, no las copias que llegaban a los ojos del lector para su lectura. Aquí había –y sigue habiendo en el periódico clásico en papel— la indicada ruptura

tecnológica, que origina que un producto moderno y basado en procesos electrónicos retroceda varios siglos en su tecnología, hasta el siglo XV, para usar una técnica entonces experimentada primero con la xilografía y después con la composición e impresión tipográficas. Es ése el absurdo del diario en papel, el absurdo tecnológico que hace pensar que su existencia como tal producto industrial no tiene un gran futuro a la vista, aunque está muy claro que jamás desaparecerá, lo mismo que no ha desaparecido ni van a desaparecer el papiro, el pergamino o la jeroglífica. El periódico en papel tiene hoy vocación de convertirse en objeto de culto según avancen las aplicaciones telemáticas en red.

LA INFORMÁTICA DA PASO A LA TELEMÁTICA

Este periódico en papel del que hablamos hemos visto que fue cambiando poco a poco, a golpe de técnicas nuevas que dejaban obsoletas las anteriores, aunque algunas fueran modernas. La electrónica lo fue permeando para dar paso a la informática, o información automática por medio de procedimientos electrónicos. Así, hasta llegar al estadio actual de la telemática vista en los últimos adelantos aplicados al periodismo que vemos plasmado en una pantalla después de que hayamos hecho una conexión en línea con el banco de datos de una empresa periodística que no ha llevado sus páginasweb a un proceso final de impresión y distribución. Ésta se ha limitado –ahí es nada— a crear con sus noticias un banco de datos abierto las 24 horas del día. Eso sucede los siete días de la semana, para la consulta libre de los lectores o telelectores, ahora transformados en ciberlectores. Esta expresión parece mejor que cibernautas, si lo suyo es ir a una cabecera determinada –un medio— y no estar a la deriva a la búsqueda de lo que no sabe.

La llegada de la electrónica poco a poco a la prensa ha marcado la transformación del diario, que se hace electrónico en su preimpresión, sólo en la fase de edición, no en su distribución. Ha sido un proceso bastante diferenciado

del contemplado en radio y televisión, que todo lo deben a la electrónica, que sin electrónica no existirían.

El caso del correo electrónico es mixto: la electrónica no llegó a esta nueva modalidad poco a poco, sino que lo hizo de una vez, como sucedió con la radio o la televisión. Por eso aquí es sumamente correcto el uso del apelativo de “electrónico” a esta nueva modalidad de mensajería personal o colectiva, porque la diferencia del correo no electrónico o analógico. Es muy probable que la validez del calificativo de electrónico al correo haya sido la fuente donde el mimetismo la ha traspasado al periodismo que se consulta en la red, pero aquí con la incorrección apuntada.

El correo electrónico es tal porque es diferente del correo postal o analógico. Éste, desde la aparición de la estampilla engomada en 1850 en Inglaterra, no ha mostrado avances significativos, más allá de una nueva estampilla engomada, una vulgar etiqueta autoadhesiva, que significa la muerte del sello de correos como pequeña obra de culto y coleccionismo. Todo lo demás sigue siendo tan semejante hoy como ayer, aparte de la modernización al clasificar los objetos postales en las carterías. Necesitamos un papel para depositar nuestro mensaje y otro para envolver el anterior. Tras colocar la dirección de destinatario y remitente, fijamos el sello, depositamos todo en un buzón y se transporta por el espacio hasta la dirección escrita con tinta junto a las estampillas. Por el contrario, el correo en la red obvia tanto el soporte físico del mensaje como la necesidad de un sello previamente abonado, aparte de que significa un procedimiento revolucionario, al ser gratuito, al margen de lo que a cada cual le cueste la conexión a la red universal.

En esta reseña que acabamos de hacer es fácil ver que el correo electrónico y el correo postal sólo tienen algo en común: la transferencia de mensajes entre dos o más personas. La única similitud es ésa, que comulga a la perfección con ese principio que asegura que las nuevas tecnologías aligeran los procedimientos, para acabar creando u ofreciendo lo mismo, en este caso, la comunicación de mensajes escritos o fotográficos. No obstante, el correo

electrónico no acabará con el correo postal, al menos mientras todo el universo no tenga posibilidad de conexión ni tampoco con esa parcela tan importante que es la paquetería postal, que va a seguir siendo analógica porque en ese ambiente tiene su razón de ser.

Aquí, en el correo electrónico, está más que justificada la idea de electrónico. Hay correo electrónico, porque sigue siendo correo y lo es electrónico. Ninguna de ambas realidades se da en lo que se denomina “periódico electrónico” en la red: no es periódico ni sólo electrónico.

Es muy probable que la explosión tecnológica que ha supuesto el correo electrónico –hablar de “emilio”, como derivación o traducción de “e. mail” es una soberana puerilidad— haya contaminado el vocabulario, hasta el punto de calificar como electrónico lo que también de forma incorrecta se llama periódico en Internet. Da la sensación que el éxito sin precedentes del correo electrónico haya “resucitado” una palabra con más de un siglo de presencia entre nosotros, la haya traído de alguna forma a la actualidad, le haya dado una patente de empleo en ambientes más allá de los adecuados. Si es cierto que todo periodismo en la red es electrónico, también es cierto que lo es más allá de esta tecnología del siglo XIX. Por eso, la voz más atinada es teleinformática, esto es, informática aplicada a distancia, y de teleinformática llegamos a la voz telemática, neologismo original del profesor Luis Arroyo⁵. Es, en suma, periodismo telemático, lo que bien podría denominarse periótica: el periodismo en el tiempo de la telemática.

Claro que sugerir una voz nueva para un concepto nuevo tiene varias dificultades y es más sencillo adaptar voces viejas, aunque sean inadecuadas. Tal vez se trate de una forma de tecnofobia solapada, frente al riesgo que se pueda interpretar derivado de la forma aquí propuesta.

⁵ Lo explica en su libro *Del bit a la telemática*. Algunos estudiosos fijan el neologismo en Francia.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

En cualquier caso, lo más importante de todo el suceso tecnológico recaído sobre el periodismo es la realidad constatada de que en estos momentos tenemos los lectores dos formas de acceso al mensaje periodístico: mediante el ejemplar obtenido en el quiosco de prensa o la consulta en la red. La primera implica una compra, que es una actividad donde hay un intercambio monetario, y la segunda supone la lectura gratuita, como si hiciéramos toda la lectura en una hemeroteca pública o en el café de la esquina. En esta segunda modalidad no hay intercambio de dinero, no hay precio, como si viviéramos en un paraíso.

Si en la primera de las dos modalidades el empresario cobra por su producto en dos ocasiones, al anunciante y al lector, en la segunda sólo hay un momento para el cobro y la lectura es gratuita. Estamos, entonces, en una nueva revolución, ésta social, que afecta de lleno la mera existencia del diario clásico en papel. Es un panorama cierto pero lleno de incertidumbres.

No conocemos casos históricos anteriores donde el mismo empresario se hace la competencia y sirve su producto de forma gratuita en un lugar y mediante cobro en metálico en otra. Es ésta otra modalidad de la auténtica revolución que es y supone Internet.

Hay más: el empresario de siempre pone su producto informativo en línea apoyado en publicidad o sin ella. Sabe que en la red puede haber negocio y no quiere estar ausente cuando éste aparezca y sin experiencia para afrontar una nueva línea económica. Lo que puede pasar es que jamás sea rentable esa autocompetencia que se hace el mismo editor de prensa. No crean que haya que lamentarlo. Sólo una proporción muy pequeña de editores (viejos) han apostado por los sistemas democráticos y su alianza con los poderes de cada momento ha puesto a muchos periódicos lejos del servicio pleno a la ciudadanía, en un intento de equilibrio que en tantas ocasiones ha sido desestabilizado hacia el lado del poder y no de la participación ciudadana. Esto es muy duro de decir, pero más duro es contemplar que ha sido así. ¿Cuántos editores españoles actuaron de otro modo durante los 40 años de dictadura franquista? Si prefieren

la pregunta de otra manera, ¿qué minoría de editores españoles tuvo problemas durante la dictadura?⁶

Estas cuestiones vienen a colación de una nueva idea que trataremos de introducir. Los editores clásicos han acudido a la red a la espera de que la red sea negocio. No parece muy creíble que deseen recortar sus ingresos solamente con el cobro a las agencias de publicidad, cuando hoy lo hacen también a los lectores. Es muy poco creíble que vayan a cambiar su discurso y su forma de entender el negocio. Siempre han tenido dos vías de ingresos y siempre se han quejado –lo siguen haciendo— de que el ejemplar que ponen en la calle les cuesta más que su verdadero precio. Mientras hacen esa queja tan difícil de creer, no dejan de cometer el error insistente de subir su precio facial cada año después de ponerse previamente de acuerdo, sin que en su caso se les aplique esas normas que han de soportar, por ejemplo, las compañías aéreas, tras acordar las alzas de sus precios. Todavía hay mucho temor administrativo al poder mediático. Otro error de algunos de estos editores en papel es precisamente dar más papel del necesario, para de ese modo integrar más publicidad en sus planas y respaldar el precio tan caro de su producto. Si se analiza la superficie de papel verdaderamente impresa con notas o artículos de interés, sería muy fácil admitir que mucho papel impreso en mucha prensa es algo sin mayor importancia, medido en plana con el calzador de los intereses del patrón y no de la sociedad a la que teóricamente ha de servir. En ese aspecto suele darse un pulso entre directores y propietarios o editores, siempre perdiendo el primero, siempre perdiendo los lectores.

En este panorama mostrado por el viejo editor, contemplamos otra de las posibilidades de las nuevas tecnologías telemáticas, nacidas al socaire de las telecomunicaciones puestas al servicio del periodismo telemático, del periótico o periódico telemático. Son las nuevas empresas que surgen con un nuevo

⁶ Al llegar la tímida democracia actual a España desaparecieron algunas de las pocas revistas que de vez en cuando tenían problemas con el régimen franquista, tales son los casos de *Cuadernos para el Diálogo* o *Sábado Gráfico*. ¿Eran publicaciones sin vocación para una democracia o eran sus lectores poco fieles a estas cabeceras? Éste es un misterio sin aclarar.

discurso, sin la tradición y el soporte económico y empresarial de las viejas compañías que no saben qué es realmente Internet y se van acomodando a una nueva situación que no acaban de conocer en ocasiones. Estas nuevas empresas y estos nuevos empresarios tienen un valor añadido sobre el viejo patrón: son periodistas profesionales que han padecido las miserias de la prensa y se han liberado a través de la telemática, haciendo periódica. La situación de nuevos empresarios no se da solamente en la prensa. La digitalización la facilita en la radio y en la televisión, al aparecer la radio digital y la televisión digital, que nadie llama electrónicas. Al respecto, Jaime Fandiño Alonso señala:

“Conceptos de solvencia empresarial tales como los grandes y los pequeños”, utilizados en otros ámbitos de la industria, son en el sector audiovisual cada vez más delicados. En los diarios económicos podemos leer cómo, con cierta asiduidad, empresas muy posicionadas en el sector se ven abocadas a establecer fusiones, compras y participaciones, con pequeñas células de creación y desarrollo que surgen de la creatividad de jóvenes emprendedores, hasta ayer desconocidos.

La era digital está corriendo un enorme telón y deja atrás, por suerte, una etapa analógica en la que la posesión de los medios de producción, debido a sus costes, era motivo suficiente para negar la participación y el acceso, a equipos tecnológicos audiovisuales de carácter profesional, a los creadores.

Hoy, lo digital proporciona nuevos sistemas con entornos productivos más amables a la vez que reduce considerablemente el coste de los equipamientos. En este momento, despojados ya de los inconvenientes analógicos, el talento es el verdadero motor de la industria audiovisual, en un sector que aglutina tecnología, creatividad y contenidos”⁷.

Como no tienen tradición de facturar a los lectores, pero adoran tenerlos, es muy poco probable que en la nueva era de una sociedad de la información

⁷ “De analogía a digitalia”, en *Ámbitos* 6, revista de la Universidad de Sevilla, 2001, págs. 35-50 y en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre/4504fandino.htm>

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

estos neoempresarios traten alguna vez de cobrar al ciudadano y se conformarán con hacer factura a los anunciantes que opten por su medio. Esta hipótesis echará por tierra la pretensión del empresario viejo de cobrar algún día por sus servicios puestos en línea. Si otros no lo hacen es difícil que algunos lo puedan hacer. También es complicado que los neoempresarios lleguen a algún tipo de consenso con el poderoso de sus tiempos de periodista de a pie, de manera que estos dos bandos no parece que tengan fácil una alianza común de corte económico. Además, los neoempresarios o empresarios periódicos saben muy bien que su fuerza ante el poderoso empresario viejo es precisamente su libertad, su descompromiso, su no historia y su voluntad de ser accesibles sin obstáculos monetarios por los lectores. Para éstos, los lectores son su sueño, mientras que para los otros son la fuente que origina el mejor balance final de ejercicio. Como vemos, son dos posturas muy poco reconciliadas.

Tenemos, entonces, que las tecnologías nuevas han favorecido por vez primera la presencia de un empresario diferente con vocación por el lector, la misma vocación de todo escritor: tener lectores. Saben que lo demás vendrá por sí solo. Nunca hasta ahora ha habido tal situación. Ciertamente va a marcar el panorama en el próximo futuro de lo que algunos todavía denominan inadecuadamente “periódico electrónico” que consultamos a través de Internet.

El periódico electrónico en Internet no existe, si entendemos por periódico el ejemplar que se pone delante de nuestros ojos y no el prototipo que da paso a las planchas de impresión. El que es periódico en papel no es finalmente electrónico sino analógico. El que es digital y telemático, pero algunos llaman electrónico, como es al término del proceso de edición o prototipo el producto analógico, no es periódico, pues ha roto con el discurso de la periodicidad, al existir actualizaciones con tanta frecuencia como se desee. Así es que no existe el concepto “periódico electrónico” en línea.

Sin embargo, hemos visto que existe una nueva forma de enunciar técnicamente la información, una nueva forma de relación informativa, de espacio informativo, de edición informativa.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

La confusión terminológica que rodea estas novedades impide ver, oculta, disimula, sus aspectos novedosos. Las disfraz de antigüedad. Por eso resulta importante que afinemos bien nombrando las cosas. Nombrar con confusión es pensar con confusión, percibir con confusión.

El periodismo telemático (que no periódico electrónico, ni siquiera periódico digital) origina un producto informativo nuevo, que implica una libertad nueva. Da paso a una propuesta de relación informativa nueva, un contexto comunicativo nuevo.

Esas novedades y esta revolución contienen potencias informativas nuevas que conviene tener presentes:

Se trata de un servicio informativo periodístico digital en su prototipo de cada día.

Alcanza la categoría de telemático cuando lo ponen a nuestro alcance en un banco periodístico abierto, con todas las virtudes de la telemática (es decir, libre acceso a distancia, lectura gratis, extensión espacial prácticamente infinita, posibilidad de crear medios sin excesiva inversión, con gran ilusión y conocimientos). O sea, toda una revolución que asoma ante tanto asombro.

Estos matices tocan la médula central de algunos de los derechos esenciales de la persona: igualdad, libertad, información. Merece la pena que los tengamos claros. Y que los transmitamos con toda claridad.

Sólo quien protege privilegios injustos se empeña en ponerle trabas al conocimiento, en mantener la confusión de los términos. El temeroso se empeña en evitar que el conocimiento se extienda. No debemos seguir ese juego.

Sin embargo, nosotros somos partidarios de que el conocimiento emerja, y para ello, debemos ser precisos al nombrarlo.

Ésa es la utilidad que les ha propuesto esta ponencia.

BIBLIOGRAFÍA

AA. VV.: *¡Ciudadanos, a la red!*. Susana Finquelievich (comp.), Ciccus-La Crujía, Buenos Aires, 2000.

Álvarez Marcos, José:

“Ciberprens@ / El medio de los “diez mil nombres”, en *Ámbitos* 3-4. Sevilla, Universidad de Sevilla, 2000.

Tecnología para la información periodística. MAD, Sevilla, 1999.

Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo: *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Ariel, Barcelona, 1996.

Armentia Vizueta, José Ignacio; Elexgaray Arias, Jon; Pérez, Juan Carlos: *Diseño y periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

Caminos Marcet, José María; Elexgaray Arias, Jon; Martín Murillo, Flora; Merchán Mota, Iker: *El diario digital*. Bosch, Barcelona, 2000.

Arroyo, Luis: *Del bit a la telemática / Introducción a los ordenadores*. Alhambra, Madrid, 1987 (1ª edición, 1980).

Berners-Lee, Tim: *Tejiendo la red*. Siglo XXI, Madrid, 2000.

Cabrera González, María Ángeles: *La prensa online / Los periódicos en la www*. Cims, Barcelona, 2000.

Canga Larequi, Jesús:

Diarios digitales. Universidad del País Vasco, Bilbao, 2000.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

“¿Quién teme al periódico digital?”, en *Latina de Comunicación Social* 17, mayo de 1999 (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999hmy/89pvasco.htm>). Universidad de La Laguna, La Laguna.

Castells, Manuel: *La era de la información*, 3 vol. Alianza, Madrid, 1997.

Cely Álvarez, Adriana M.: “Elementos que caracterizan los ‘nuevos’ medios de comunicación”, en *Latina de Comunicación Social* 19, junio de 1999 (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/68acely.htm>).

Codina, Lluís: *El libro digital y la www*. Taurus, Tenerife, 2000.

Colle, Raymond: “Internet: un cuerpo enfermo y un campo de batalla”, en *Latina de Comunicación Social* 30, junio de 2000 (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/91colle.htm>).

De Kerckhove, Derrick:

Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web. Gedisa, Barcelona, 1999.

La piel de la cultura. Investigando la nueva sociedad electrónica. Gedisa, Barcelona, 1999.

De Pablos Coello, José Manuel; Pestano, José; Mateos Martín, Concha: “Mantengamos la utopía: la Red es nuestra”, en *Ámbitos*, Sevilla, Universidad de Sevilla (en prensa).

De Pablos Coello, José Manuel:

La Red es nuestra / El “periódico” telemático, la revista en línea, la radio digital y el libroweb cambiarán las formas de comunicación social. Paidós Ibérica, Barcelona-Buenos Aires, 2001.

Del plomo a la luz / El nuevo periódico. Centro de la Cultura, La Laguna, 1993.

“El periódico informatizado”, en *Estudios sobre tecnologías de la información* 2. Dykinson, Madrid, 1992, págs. 69-135.

LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA

“Esbozo de la teoría de la periódica / El ‘periódico’ en la era telemática, en *El nuevo mapa informativo europeo*. Universidad de Navarra, Pamplona, 1990, págs. 543-555.

Echeverría, Javier:

Telépolis. Destino, Barcelona, 1994.

Cosmopolitas domésticos. Anagrama, Barcelona, 1995.

Graupera, Marta: “Hipertexto y edición en la ‘cultura digital’ (Apuntes en torno a la convergencia comunicativa)”, en *Latina de Comunicación Social* 19, julio de 1999, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/71gra1.htm>.

Luzón Hernández, Virginia: “Periodismo digital: de McLuhan a Negroponte”, en *Latina de Comunicación Social* 34, octubre de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000/w34oc/49s6luzon.htm>.

Negroponte, Nicholas: *El mundo digital*. Ediciones B, Barcelona, 1996.

Ramajo Hernández, Nati: “La edición electrónica en España: sueño cumplido o quimera para el nuevo milenio”, en *Latina de Comunicación Social* 34, octubre de 2000, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/46s3nati.htm>.

Ramonet, Ignacio: *Internet, el mundo que llega: nuevos caminos de la comunicación*. Alianza, Madrid, 1998.

Trejo Delarbre, Raúl: *La nueva alfombra mágica: usos y mitos de Internet, la red de redes*. Fundesco, Madrid, 1996.
