

PRENSA DIGITAL

José María Crespo

PERIÓDICOS DIGITALES. ¿PRESENTE O FUTURO?

El periodismo digital es presente, en constante evolución tecnológica, pero presente. Lo mismo que *las nuevas tecnologías* ya no son nuevas: son solo tecnologías que quedan superadas casi en el mismo momento en que se ponen en funcionamiento.

Más pronto que tarde desaparecerá la distinción entre periodismo digital y periodismo en papel. Se hablará simplemente de periodismo, aunque se materialice en distintos soportes. Hablar de periodismo es hablar de periodistas, de investigadores, de contadores de historia. Sin ellos no hay periodismo de una u otra clase, no hay nada.

Se trata, pues, de soportes. Bien es verdad que las infinitas posibilidades que ofrece la tecnología, y de las que el periodismo digital es beneficiario, han afectado también al concepto e incluso a la práctica de la profesión periodística. No es que desaparecieran las máquinas de escribir o los teletipos y que todo se base en soportes informáticos. Eso es lo menos relevante. Lo de verdad trascendente es que el periodismo digital permite interactuar, y en tiempo real, a los lectores. Estos ya no son sujetos pasivos de la información que reciben sino que ya son parte sustancial, a través de sus comentarios, de la propia información.

El periodismo digital ha hecho que la información fluya en la doble dirección y esto alumbra una forma distinta de entender el periodismo, que lo ha cambiado para siempre. Lo de los soportes es muy importante, pero lo decisivo de verdad es, como digo, que los lectores ya no serán nunca más sujetos pasivos de la información, sino actores.

Esta es la *nueva* modalidad de periodismo, fruto del desarrollo de las nuevas tecnologías antes mencionadas que emergieron especialmente a finales del siglo pasado. Los medios de comunicación social, radio, televisión, prensa o cine, se adaptaron rápidamente al nuevo modelo, de tal forma que todo lo que leemos, vemos u oímos *estaba ya antes* en Internet, donde el usuario, además, elige el momento. Por eso, se ha dicho que *esto matará aquello* como se dijo en el siglo XIX que la fotografía acabaría con la pintura, o la televisión con el cine.

Frente a ese horizonte agorero yo me incluyo entre los que piensan que el hecho comunicativo del periodismo saldrá reforzado. Serán precisamente las enormes posibilidades que abren los nuevos soportes los que mejoren y multipliquen el ejercicio periodístico.

Aunque, hablando claro, hasta hoy se haya aprovechado la revolución tecnológica para pasar por la criba a los profesionales, empeorar sus condiciones laborales, exigiéndoles urgencia en detrimento de calidad e implicándolos en la búsqueda de financiación para el sostenimiento del medio.

INTERNET. ¿SOPORTE O MEDIO?

Reconozcamos que los medios convencionales siempre abrieron ventanas para escuchar a los lectores o a los oyen-

tes. Pero ahora es otra cosa. Internet ofrece de manera instantánea múltiples canales de conversación, foros y otros sistemas donde el usuario puede manipular la información de manera casi libre. Con lo cual la red adquiere vida propia pasando de ser un mero soporte a un medio que genera información (o desinformación) por sí mismo.

Hasta hace muy poco, un periódico era entendido como una edición en papel impreso distribuida en las calles por centenares de vendedores. La edición en una pantalla de ordenador, o de teléfono móvil, conectado a una red global no ha sido fácil de aceptar por todos. El tránsito no ha sido pacífico, ha obligado a superar viejos conceptos y ha puesto en crisis severa el modelo industrial del periodismo tradicional, así como sus fuentes de financiación. La publicidad, por ejemplo, es un factor claramente diferencial cuya nueva fórmula de explotación comercial todavía está sin resolver. El periódico digital permite conocer en tiempo real al anunciante, cuántas visitas ha tenido su anuncio y cuántos han adquirido el producto, a través de qué terminal, a qué hora. Así como el perfil personal del comprador. Es una revolución de consecuencias todavía no previsible.

El periódico digital se muestra imbatible en la inmediatez y la capacidad de incorporar instantáneamente la actualidad. Cuando sucedía un hecho extraordinario, los periódicos sacaban ediciones extraordinarias para no esperar al día siguiente. Hoy la actualidad se incorpora a cualquier hora y desde cualquier lugar. Basta con que el periodista tenga una conexión a Internet. Ya nadie esperamos a mañana para conocer lo que ha pasado hoy. Sí, en cambio, podemos esperar a que alguien nos explique y nos

ayude a entender la actualidad, no a conocer la actualidad misma. Para el análisis riguroso, sosegado y reflexivo, para ayudarnos a comprender, puede ser que muchos prefieran, también en el futuro, el periódico convencional, la revista en papel. Todavía no podemos saber cuántos serán.

En fin, la revolución digital introduce un nuevo soporte que conmociona la empresa periodística. Por otra parte, Internet da lugar también a un nuevo competidor, la comunicación interactiva. No podemos conocer aún el final de esta revolución. Pero sí podemos estar seguros de una cosa: el periodismo seguirá existiendo mientras haya buenos periodistas. ■