

LÓPEZ GARCÍA, Xosé y CAMPOS FREIRE, Francisco (Eds., 2015): *Periodismo en cambio*. Oporto, Media XXI, 250 páginas.

Periodismo en cambio es un libro compuesto por 9 capítulos que acogen diversas reflexiones y conclusiones del grupo de investigación “Novos medios” de la Universidad de Santiago de Compostela. Está dirigido y coordinado por los profesores Xosé López García y Francisco Campos Freire y, además de estos autores, participan Moisés Limia Fernández, Carlos Toural Bran y Alba Silva Rodríguez. El fin es analizar las oportunidades para un periodismo renovado, la cultura y la comunicación en general en la sociedad en red, aunque siempre con una reflexión constructiva y hasta optimista porque, entre otras evidencias, solo se puede abordar este momento de cambio tan trascendental aceptando y aprovechando una realidad que ya no tiene retorno y que ofrece también múltiples posibilidades.

En el libro de este grupo “Novos medios” se utilizan conceptos en forma de nuevos vocablos en nuestro lenguaje como cibermedios y metamedios. Metamedios: meta: del griego, más allá; medios: los vehículos de comunicación. Más allá de los medios. Un metamedio, por tanto, es la relación entre la forma y el contenido en el desarrollo de las nuevas tecnologías y los nuevos medios que van surgiendo. Sus efectos son masivos. El propio concepto de metamedio está abierto, contiene lo que ya conocemos y la posibilidad de lo que aún desconocemos. Por tanto, no es fácil el análisis porque este mundo comunicativo que hemos llamado era digital cambia por días, lo transforma todo.

Las aplicaciones de las tecnologías de la comunicación y de la información han abierto y abrirán unas posibilidades a la comunicación humana que no hace tanto tiempo nos eran inimaginables. El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, y a esta realidad que nos sorprende la hemos denominado Revolución Digital. La influencia que esta revolución ejerce en todos los procesos y fases de la comunicación de los medios actuales abarca el registro, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la información, ya sea en forma de textos, imágenes fijas o en movimiento, sonido o construcciones espaciales. Por consiguiente, igual que la energía fue el motor de la revolución industrial, la información y la comunicación son los que impulsan esta ya instalada revolución tecnológica con todos los continuos cambios sociales que ha traído consigo y que Campos Freire los sitúa en una realidad nueva que describe como “ecosistema mediático” (p. 120). En efecto, quizá uno de los cambios que más perplejidad producen en este periodo de transición es el fin de la linealidad en la comunicación:

“La cadena de valor lineal de los medios tradicionales se ha alterado reconvirtiéndose en hipermedia y transmedia, integrando a los consumidores y usuarios en los procesos de creación, producción y distribución de contenidos, generando nuevas dinámicas de ubicuidad, instantaneidad, desmaterialización, desprogramación, desintermediación y reinintermediación” (Campos Freire, p. 121).

Esta revolución digital y mediática, “en un proceso irrevocable e imparable”, como predijera Nicolas Negroponte en el año 2000, está permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas a nivel mundial con flujos de datos de forma inmediata y continua. Esta revolución y evolución tecnológica obliga a replantearse todo lo hecho, todo lo dicho, todas las costumbres comunicativas de la era de la imprenta si se quiere seguir existiendo. La informatización de la cultura no sólo lleva a la creación o a la aparición de nuevas formas culturales en las que se integran todos los procesos comunicativos, incluido el periodismo, sino que obliga a replantearse una necesaria adaptación para sobrevivir. Y esta cuestión es objeto de un interesante análisis en el libro coordinado por López García y Campos Freire, un análisis que como tal no pontifica pero sí enriquece las posibles reflexiones sobre este tema de nuestro tiempo, se aleja de los tópicos ya existentes y propone hasta un decálogo para la gestión del periodismo en el ecosistema digital (pp. 139-149)

Grandes cambios se están produciendo en todos los niveles conceptuales de la información periodística, de la divulgación cultural y científica, de la comunicación política y hasta de la publicidad. Estamos en una especie de revolución permanente al ritmo de los imparables avances tecnológicos. Como escribe Xosé López, en un capítulo en el que con acierto se atreve a renovar o completar los nueve elementos del periodismo propuestos Bill Kovach y Tom Rosenstiel (pp. 187-214), “en una sociedad en red la discusión y la participación pueden aportar valor añadido a los procesos comunicativos que deben aprovechar y gestionar los profesionales del periodismo para elaborar un discurso más plural y social en el marco de modelos sostenibles. El reto reside, pues, en disponer de conocimientos, competencias y habilidades para trabajar en el marco de una cultura participativa con unas herramientas que hagan posible la construcción de piezas de calidad y que incorporen al relato las técnicas y preceptos del relato multimedia, hipertextual e interactivo. El nuevo paradigma de comunicación mundial reclama periodistas digitales y totales que, entendiendo y participando en los nuevos procesos sociales y culturales, apliquen las fortalezas de esta técnica de comunicación social que prioriza el acceso a los datos, que cultiva la elaboración de gráficos y mapas interactivos, que tiene memoria, que es colaborativa con los ciudadanos, que es transparente y rinde cuentas a la sociedad y que se expresa de la mano de la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. El periodismo total es un periodismo conectado” (López García, p. 203).

Estoy tan de acuerdo con esta visión del profesor Xosé López que la suscribo al cien por cien. Como docentes no podemos seguir enseñando un periodismo por géneros y medios. Un periodista debe ser total y debe trabajar en equipos bien contruidos y bien coordinados que sepan aprovechar “la conversación con los usuarios y la implicación de la comunidad en el discurso informativo” (ibidem).

No hay marcha atrás. Por tanto, creo que no debemos detenernos tanto en hablar sobre las supuestas amenazas de esta era digital sino, como hace el grupo “Novos Medios”, comprenderla, aceptar el reto y adaptarnos de la mejor forma posible, tanto desde la perspectiva profesional como de la universitaria. Es urgente cambiar nuestra docencia y nuestra forma de enseñar. También los medios tienen que adaptarse si quieren sobrevivir a este cambio revolucionario. Es la mediamorfosis y en ella también es

aplicable la teoría darwinista. Creo, como bien se manifiesta en este libro, que los periodistas ya están comprendiendo que su trabajo va a ser mucho más creativo y colaborativo. Se trata de reinventarse y de volver a la ilusión de un periodismo siempre necesario porque es la puerta abierta al conocimiento y al ejercicio responsable y consciente de la libertad.

María Jesús CASALS CARRO
Universidad Complutense de Madrid