

*Evolución tecnológica y cibermedios*

María Ángeles Cabrera González (coord.)

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Colección Periodística, 34

Sevilla y Zamora, 2010. 188 páginas.

**P**eriodismo y tecnología avanzan hoy unidos e inseparables. Es la conclusión que aporta este libro, coordinado por María Ángeles Cabrera. Su título —actual e innovador— condensa muy acertadamente tanto el objeto que persigue, como el contenido que integra. Y sus once autores aportan sus conocimientos, cada cual desde su propio enfoque científico periodístico.

Esta obra colectiva es un auténtico ‘capo laboro’, fruto de unos resultados alcanzados por un programa universitario de investigación, reconocido y avalado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Las universidades de Málaga, Murcia y Ramón Llul se prestigian con esta aportación de un joven equipo de docentes, audaces para acometer un tema tan palpitante y de vanguardia para nuestra sociedad: la comunicación. El estudio es al mismo tiempo conceptual y práctico. Se sirve tanto de citas de expertos, como de datos reales, con gráficos y estudios estadísticos. No desdeña tampoco en su bibliografía acudir a fuentes recientes y relevantes y a investigadores como Gillmor, Negroponte, Pisani, Salaverría, Díaz Noci, Armentia, Meso, Orihuela y muchos otros.

Todos nos preguntamos, no sin cierto temor, qué va a terminar sucediendo en los próximos meses con nuestros medios de comunicación: ¿Van a eliminar por fin los nuevos sistemas a los tradicionales? ¿Seguirá siendo plenamente gratuita la versión digital de las cabeceras? ¿Desaparecerán los quioscos y las rotativas? ¿Se producirá una convergencia multiplataforma total de los soportes, integrando las redacciones y pudiendo acceder a sus mensajes sólo a través de la pantalla de nuestro PC? ¿Cómo van a integrarse y actualizarse todos los profesionales de la comunicación en estas nuevas exigencias de la audiencia, que reclama «periodistas polivalentes», que sean a la vez reporteros, documentalistas, redactores, maquettadores, presentadores y entrevistadores?

Asistimos a un fenómeno universal, con un alcance cultural, social, económico y tecnológico, de dimensiones comparables a la aparición de la imprenta o a la revolución industrial. Los avances tecnológicos y los usos sociales nos confirman de sobra esta rápida e imparable evolución que sufren hoy los medios. Internet y la tecnología han transformado radicalmente el ecosistema mediático. Surgen nuevas audiencias, se crean nuevos formatos y los nuevos soportes amenazan con engullir a los antiguos. Igualmente los autores han transformado radicalmente su comportamiento hacia su público, modificando sus vías y estilos de trato a sus lectores u oyentes.

Paso a paso, cada capítulo de esta obra acomete un aspecto revelador del proceso que estudia. Comienza ofreciendo una tipificación sistemática de los cibermedios, tanto de sus denominaciones propias, como de sus condiciones respectivas: por su origen, tratamiento, usuarios, dinamismo, modelos y actividad. Seguidamente se ocupa de un fenómeno tan crucial como es la convergencia tecnológica mediática. Un proceso en el que la Red se impone a todos los demás soportes, englo-

bándolos bajo una única vía digital e informática de acceso, como exclusivo cauce de distribución para el público.

El periodista multitarea ocupa otro capítulo del escrito. La audiencia reclama la instantaneidad y la multiplicidad conjunta de toda la información: sonido, texto, imagen y vídeo. Tareas tan distintas y técnicas tan diversificadas han de ser hoy acometidas por la misma persona: el nuevo profesional de los medios. La aceleración del modelo productivo, la homologación de los contenidos con su consiguiente mimetismo, la polivalencia mediática, el contacto con la audiencia, la actualización constante de sus artículos, constituyen nuevos retos difíciles de satisfacer, sin una formación y una renovación imprescindibles, nada sencillas de adquirir y de mantener.

Diseño y tecnología aparecen perfilados a continuación por Cabrera. Redacción, edición y producción quedan radicalmente transformadas por los nuevos avances. La interacción y participación bidireccional de la audiencia, la personalización de los mensajes ofrecidos 'a la carta', la comunicación multilateral aportada por los consumidores mediante comentarios, votaciones, estimaciones, chats, foros, blogs... hacen que la creatividad no sea el único reto al que deban enfrentarse los nuevos profesionales de la información. Todo esto requiere nuevas herramientas, sistemas y fórmulas para un futuro que está ya presente, con todos los riesgos y retos e incógnitas que plantea.

Otro gran fenómeno que interactúa con los medios, en el tráfico generado por sus mensajes, es el diálogo constante mantenido por sus usuarios sirviéndose de las redes sociales. Éstas funcionan a su vez como auténticas herramientas de marketing para la segmentación, planificación y distribución. Favorecen la participación de la audiencia, agilizan el proceso comunicativo y producen un efecto en cadena en la difusión de los contenidos, como un servicio añadido. Los teléfonos móviles, con todos los accesos digitales que hoy facilitan, hacen llegar los contenidos directamente a la mano del público, esté donde esté y en cualquier circunstancia en que se encuentre.

Este libro termina mostrando los nuevos modelos de negocio que la información digital está generando, en cuanto a contactos con los clientes, información online sobre los productos, medios de cobro inmediato, sistemas de acceso a la compra, etc. Concluye la obra confirmando que la convergencia mediática es un avance sin retorno. PDA, teléfono móvil, agenda, radio, prensa, televisión digital, Internet y música han roto las fronteras que les separaban, y el papel dice adiós a la prensa. Las innovaciones tecnológicas han dado al traste con todo el sistema informativo precedente, tanto publicitario, como comercial o de relación social. Así lo demuestran los efectos mostrados en cada aspecto estudiado.

Pedro García-Alonso  
Universidad Complutense