

Ideas para Revitalizar o Xornalismo diante do Novo Escenario da Sociedade da Información

Xosé Lopez, Universidade de Santiago de Compostela, España

Abstract

A fase actual de tránsito da Sociedade Industrial, que dispón dunha infraestrutura analóxica, á Sociedade da Información, que descansará sobre unha infraestrutura dixital, está provocando importantes cambios no hipersector da comunicación, algunha confusión e moitos interrogantes. A chegada dunha tecnoloxía de substitución esperta moitas ilusións, algunhas sen dúbida infundadas, e unha nova oportunidade para redefinir estratexias. Este e, pois, o momento que teñen os diarios para repensar o futuro e tentar definir o seu papel no novo escenario. Se queren sobrevivir, amais de cumprir diariamente co seu cometido de ofrecer produtos de calidade, terán que anticiparse ao futuro. Só quen consiga facelo contará con posibilidades de chegar ao 2100.

1. Introducción

A construción da chamada Sociedade da Información debuxa un escenario cambiante no que hai transformacións que afectan non só ao mapa de medios, senón aos propios conceptos básicos de xornalismo ou aos mecanismos de participación dos cidadáns na construción das mensaxes. Os grandes acontecementos que se produciron nestes anos da última década do século XX e comezos do século XXI provocaron na comunidade científica reflexións moi diversas, desde aquelas que apuntan á desaparición do xornalismo¹ -<el periodismo es una técnica social en peligro de extinción> (Albertos, 1997:42), ate as que afirman que o profesional da información cobrará un renovado protagonismo na sociedade². Temos, pois, temas sobre a mesa que esixen polo nosa parte análises pormenorizadas que conduzan á achegas de coñecemento sobre aspectos nucleares do xornalismo e da actividade xornalísticas.

Unha mirada ao panorama actual da comunicación suxire que seguiremos asistindo a unha reconfiguración do propio escenario mediático, cun final dificilmente predicible. Non cabe dúbida que nestes últimos dez anos vivimos importantes acontecementos que afectaron tanto aos medios tradicionais como aos novos medios e que mostran a complexidade desta sociedade actual. En primeiro lugar, entramos nun escenario caracterizado polas redes, cunha rede, Internet, como paradigma da comunicación total e global. En segundo lugar, as tecnoloxías da información e da comunicación entraron en tódolos campos da

¹ O profesor José Luis Martínez Albertos, na súa obra *El ocaso del periodismo* (1997), puxo data de defunción ao xornalista tal como hoxe o coñecemos. Albertos sostén que non só desaparecerán os diarios impresos, senón que tamén desaparecerá con eles o xornalismo. Dice que estamos "a las doce menos cinco de la muerte definitiva del periodismo", que fixa para o ano 2020.

² Desde o meu punto de vista, o profesional da información é máis necesario ca nunca para explicar o que realmente resulta importante para os cidadáns. Esta tese concorda coa defendida por Rosa Franquet no seu artigo "Comunicar en la sociedad de la información", publicado no número 7 da revista *Zer*.

comunicación mediada tecnoloxicamente no marco dun proceso de transformación da man da dixitalización. E, en terceiro lugar, o panorama de mudanza convértese nunha constante que parece anunciar continuas transformacións que comportan unha reestruturación do propio escenario mediático, cada vez con máis elementos, novos escenarios e máis redes entrelazadas entre si.

De momento, constatamos varias evidencias. Certamente, nesta sociedade, onde a dixitalización e a converxencia tecnolóxica actúan como motores de cambio, a comunicación ocupa un lugar central. Do mesmo xeito, as tecnoloxías da información e a comunicación constitúen un dos índices básicos a hora de medir o grado de desenvolvemento de calquera país, xa que teñen unha grande importancia no Produto Interior Bruto (PIB). En definitiva, o proceso de modernización da industria inclúe a incorporación destas tecnoloxías, que cada vez terán máis incidencia no hipersector da comunicación. Ademais, da man destas tecnoloxías xurdiron os novos medios, que están transformando as relacións existentes entre empresas informativas e xornalistas e os seus diversos destinatarios (Pavlik, 2005: 18).

2. Xorden novos perfís profesionais

A evolución da industria da comunicación mostrou, nestes últimos anos, como estas tecnoloxías actuais afectan non só á produción, senón aos propios perfís profesionais. Tanto a aparición de novos soportes como a reestruturación dos medios tradicionais fixo que o xornalista ampliase cometidos e mesmo tivese que realizar novas tarefas no campo da comunicación. Multiplicáronse os perfís nos medios tradicionais, ao tempo que apareceron perfís ligados ao mundo de Internet. O propio nacemento do ciberxornalismo ou xornalismo na rede³ abriu horizontes aos informadores, ao tempo que lles demandou novas habilidades e destrezas para facer un xornalismo con trazos claramente diferentes aos dos outros soportes.

Estes ciberxornalistas están familiarizados coas tecnoloxías dixitais, navegan pola rede e realizan o papel de mediador nos novos medios que se difunden a través de Internet. A súa misión reside en elaborar información mediante a preceptiva xornalística, tendo en conta as características dos soportes, as ferramentas actuais e as linguaxes propias para estes medios de última xeración. Son, pois, mediadores de novo cuño que traballan nun contexto dixital, coa hipertextualidade, a multimedialidade e a interactividade como compañeiras de viaxe, unha viaxe na que hai algo de experimentación e moito de rutina.

Amais do nacemento do ciberxornalismo e deste novo perfil de profesional, hai outro feito que pasará a historia: no xornalismo de comezos do século XXI Internet desenvolve un papel fundamental, ate tal punto que hoxe xa non se pode entender o xornalismo sen Internet (para ben e para mal). A gran maioría dos

³ O xornalismo que se fai en Internet mereceu distintos nomes por parte dos profesionais e dos investigadores. Hai quen o denomina xornalismo en liña, quen fala de xornalismo electrónico ou quen prefere xornalismo dixital, xornalismo en liña e mesmo xornalismo telemático. Entendo que Ciberxornalismo é un termo que pode definir moi ben esta tipoloxía de xornalismo.

xornalistas viven arredor de Internet. Uns emprégana como fonte de información; outros como canal de distribución do seu caderno de bitácora... Pero case todos miran á rede e moitos opinan que xa non imaxinan como facer o seu traballo sen as ventás que lles abre a arañeira mundial.

Sen dúbida, Internet é o futuro -"es el tejido de nuestras vidas y es un medio de comunicación que permite por primera vez la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a escala global" (Castells, 2001:15-16)-, aínda que o futuro non é só Internet⁴. Mais esta nova realidade debemos tela moi presente nas nosas investigacións dirixidas a reflexionar sobre os aspectos centrais do xornalismo, que forman parte do debate sobre a actualización do xornalismo e sobre a súa necesaria reinvencción.

3. Mantense o papel do xornalista

Mentres Internet se converte nun referente no xornalismo e para os xornalistas, nesta Sociedade da Información e o Coñecemento que se atopa nunha fase de construción caracterizada polo tránsito dun vello modelo a un novo pouco definido, o coñecemento segue mediatizado polos medios de comunicación, os tradicionais e os desta última xeración. Falamos dunha sociedade na que cada vez hai maior dependencia dos medios para conseguir unha determinada percepción do mundo (Fontcuberta, 1993:147). No momento actual a información segue constituindo unha condición básica para construír unha sociedade plural e libre. Os cidadáns, para actuar e tomar decisións fundadas, precisan estar informados.

A importancia dos procesos de mediatización que exercen os medios de comunicación nas complexas sociedades do século XXI fai que teñamos que centrar a nosa análise no seu funcionamento e no papel que cumpren os xornalistas. Resulta evidente que, aínda habendo tanto avance tecnolóxico e tantos cambios no sistema mediático, temos que centrar as nosas miradas no punto de partida, no xornalista, é dicir, no seu esforzo diario, nas presións, nas súas capacidades, na súa visión do mundo, na súa capacidade de análise e ate nas súas limitacións (Diezhandino, 1994:20). Á marxe dos cambios e á marxe dos soportes, o importante segue sendo o xornalista, que prepara os contidos.

A profesionalización xornalística nos medios de comunicación, que é un fenómeno da segunda metade do século XIX (Ortega & Humanes, 2000:97), permitiu avances para facer información de calidade, pero foi incapaz de rematar con moitas carencias e moitos puntos débiles das condicións para a práctica profesional. As conquistas dos xornalistas foron moi desiguais e o marco que os regula é, na maioría dos casos, moi feble e insuficiente para asegurar que poidan cumprir cos cometidos que teñen encomendados. Certamente,

⁴ Nestes últimos anos multiplicáronse os estudos sobre a importancia de Internet na sociedade e a relación entre Internet e o xornalismo. De todos eses traballos, considero básicos os estudos de Manuel Castells e comparto as súas conclusións, especialmente no relativo a importancia que terá no futuro a rede de redes como medio de comunicación.

a existencia dunha titulación específica na Universidade foi un paso adiante, como tamén incidiu positivamente a investigación en Comunicación e o renovado corpus científico forxado nestes anos.

A consolidación dos estudos universitarios do xornalismo conduciu a un proceso irreversible de recoñecemento profesional (Fernández del Moral, 2002:445). Favorece unha mellor formación e abre novas vías para o traballo e a reflexión, o que sempre resulta alentador, máxime cando aparecen novos perfís profesionais e renovados desafíos. Pero, ao mesmo tempo, non deixa de resultar preocupante que a profesión aínda espere a aprobación dun estatuto do xornalista actual, o alto índice de precariedade que existe na maioría das industrias do sector ou os escasos avances na organización de comités de redacción⁵. Trátase de cuestións das que falan pouco os medios, quizás porque dos xornalistas parece importar máis que simplemente informen cás circunstancias en que se produce esa información (Túñez, 2002:10).

Con todo, o xornalista cobrou máis importancia tanto nos medios como na sociedade nestes últimos anos. Hai varios motivos, pero sobre todo destaca o feito de que nun mundo máis interconectado, o xornalista deberá ser un narrador que orienta aos usuarios, un intérprete que avalíe o que realmente é importante e un profesional que estimulará a participación e promoverá a conexión das comunidades cos medios (Pavlik, 2005:338). En definitiva, mantense o papel do xornalista, ate con novos cometidos, pero segue moi desprotexido porque as sociedades dos distintos ámbitos non deron suficientes pasos para crear un marco axeitado ás actuais necesidades dos profesionais. De feito, apenas houbo avances significativos que aseguren que o xornalista poida cumprir co seu traballo profesional con honestidade e rigor

4. Ábrense vías á participación

Xusto mentres o xornalista cobra máis protagonismo, con novos cometidos profesionais, e mentres non se avanza para construír un marco sólido para que poidan traballar os profesionais da información, as tecnoloxías actuais abren vías de participación aos usuarios e os propios medios senten necesidade dunha maior proximidade cos suxeitos da información para ter incidencia e ser útiles. Os vellos mecanismos de participación –cartas ao director, chamadas a programas, etc. -quedaron desfasadas nunha sociedade marcada pola información case en tempo real, pola multiplicación da oferta e saturación da oferta de contidos “brandos”. Agora hai vías para interactuar e son moitos os que queren intervir, mesmo con fins moi diversos e en condicións de toda caste.

Non podemos dicir que se trate exactamente dun fenómeno novo, xa que ao longo da historia do xornalismo hai distintas iniciativas e mesmo tendencias sobre participación cidadán na construción de

⁵ A situación laboral dos xornalistas en Galicia e o seu perfil profesional foi estudado nos últimos anos polo profesor Miguel Túñez, do Departamento de Ciencias da Comunicación. As conclusións dos seus traballos, nomeadamente do informe elaborado para o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, mostran que hai moitas fronteiras nas que actuar para tentar mellorar a situación laboral.

mensaxes xornalísticas. Podemos citar desde iniciativas comunitarias de comunicación ata experiencias nalgúns dos grandes medios convencionais que ensaiaron paneis de lectores ou mesmo programas audiovisuais levados polo público. O que realmente resulta novidoso é a superación de vellas barreiras, nomeadamente tecnolóxicas, e as novas posibilidades que se abren na actualidade para a participación dos usuarios nos procesos de produción da información.

O resultado máis evidente atopámolo en novas iniciativas, principalmente na rede, de cibermedios cunha alta participación dos usuarios, pero tamén de medios tradicionais que buscan novos mecanismos para interactuar cos usuarios. En tódolos casos hai distintas vías de participación e distintos grados de participación. Este fenómeno deu lugar ao que algúns autores xa denominan xornalismo participativo, entendendo por tal aquel no que un cidadán ou grupo de cidadáns desempeña un rol activo nos procesos de recollida, cobertura, análise e difusión de noticias e información, sempre co obxectivo de proporcionar información independente, fidedigna, completa e relevante.

Moitos autores reflexionaron sobre as novas posibilidades de participación dos medios e sobre os cambios de tendencia na actitude dos usuarios. Certamente, na historia do xornalismo, no século XX, na produción das noticias hai un dominio case exclusivo dos xornalistas. As audiencias teñen un papel bastante pasivo. Mais, agora, no século XXI, danse condicións que os chamados cidadáns-xornalistas. Os cidadáns, coa axuda de pequenas máquinas, están aprendendo a construír noticias e outras modalidades expresivas (Gillmor, 2005:14-17). Trátase dunha opción e dunha proposta para intervir nos procesos da comunicación mediada tecnoloxicamente.

5. Experiencias nos cibermedios

A existencia de Internet favoreceu a aparición de moitas iniciativas individuais ou colectivas para difundir información. A medida que se popularizou o uso da rede de redes, boa parte das entidades, organizacións, asociacións... puxeron en marcha a súa web, na que, na maioría dos casos, emitiron información e opinión. Debemos recordar que unha das características das sociedades dixitais é que todas as institucións poden converterse dalgunha maneira en media (Moragas, 2003:163). A iso hai que engadir que, cando as tecnoloxías favoreceron a participación, moitos destes promotores de webs aplicaron os mecanismos de participación, fomentando así novas dinámicas entre os internautas, que pouco a pouco colleron moito eco nos sectores máis activos da cidadanía.

O fenómeno participativo multiplicouse cando chegaron os weblog, eses cadernos de bitácora onde atopamos proxectos de comunicación persoal de moi diverso contido. Da man dos avances da tecnoloxía, especialmente das linguaxes de programación, estas ferramentas chegaron á maioría dos cibernautas que,

sen ter moitos coñecementos tecnolóxicos, descubriron a facilidade para crear a súa publicación persoal. Foi o comezo dun proceso que encontrou un gran eco e que se converteu nunha auténtica revolución dentro da rede de redes. Axiña se converteron nun centro de debates sobre noticias dos medios e mesmo sobre acontecementos relevantes da vida diaria.

A aparición dalgúns cibermedios nos que a participación dos cidadáns na produción das noticias é moi significativa contribuíu a alimentar esperanzas de cambios no traballo xornalístico, nomeadamente no caso dos cibermedios. O éxito do xornal coreano OhMyNews, que ten como reporteiros a miles de cidadáns, aínda que sempre baixo unha supervisión final dos xornalistas, supuxo a realización práctica dun vello sono. Outras experiencias posteriores de corte parecido indican que estamos diante dunha vía real de participación e dunha nova forma de traballar nas redaccións⁶.

Non cabe dúbida que os cibermedios reúnen características favorables para asegurar esta participación dos usuarios, aínda que a maioría dos existentes na actualidade non as aproveita. Tamén parece evidente que recursos como as charlas, os foros e debates, ademais de facilitar un contacto máis persoal entre periodista e interlocutor ou entre os organismos receptores, son tamén espazos de intercambios de datos. Trátase dun novo tipo de público interesado en participar por distintas vías compartindo información e, ao mesmo tempo, que está disposto a elaborar materiais informativos (López & Otero, 2005: 117). Estamos, pois, diante dunha nova vía para asegurar a colaboración cidadán para facer realidade unha información de calidade ao seu servizo.

6. A xestión dos novos procesos

As achegas do xornalismo participativo poden resultar positivas para a profesión e para o mesmo xornalismo, que, se sabe aproveitar as novas posibilidades, pode saír reforzado nesta etapa actual, marcada por unha das súas crises cíclicas. Os cambios que se están producindo na sociedade contribuíron a que moitos cidadáns, durante moito tempo receptores pasivos, mudasen de actitude e pasasen a audiencias activas, é dicir, emisores de información. Trátase dun segmento de cidadáns moi dinámico que está aproveitando as posibilidades que ofrecen as tecnoloxías actuais.

Esta nova situación non ten que anunciar o fin do xornalismo, senón que pode indicar que estamos diante de novas fórmulas que deberan contribuír a construción de información de maior calidade para os usuarios, que son os suxeitos da información. Os mecanismos de coprodución da información ou dun maior control por parte dos cidadáns –ou de importantes sectores de cidadáns- resultarán enriquecedores sempre que os

⁶ Dos numerosos artigos que apareceron nos últimos meses sobre o xornalismo participativo, hai un de Koldobika Meso Ayerdi no que fai unha análise panorámica deste novo fenómeno e no que se detén especialmente no funcionamento do xornal coreano OhMyNews. O traballo de Koldobika, titulado *Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística*, apareceu publicado no número noventa da revista latinoamericana de comunicación Chasqui.

xornalistas saiban aproveitar as novas oportunidades para elaborar unha información máis implicada cos problemas da comunidade, máis útil e mantendo o rigor e o distanciamento das fontes que esixe un xornalismo de calidade.

Unha correcta xestión dos novos procesos que se abren para a produción da información aportaría, pois, esa dose de revitalización que necesita o xornalismo do século XXI. Pero iso só será posible se o xornalista mantén o seu papel de profesional que analiza desde a distancia os acontecementos que se producen na sociedade e realiza o seu papel de mediador e xestor da información. Non hai xornalismo sen xornalistas, estean onde estean formados e cheguen como cheguen aos medios. Hai fórmulas de facer comunicación, de elaborar e difundir información, etc., pero non pode haber xornalismo propiamente dito porque non hai distancia das fontes, non hai distancia do medio, non hai distancia dos intereses pessoais. En definitiva, non hai condicións adecuadas para exercer un xornalismo de calidade.

O xornalista, neste labirinto de entidades, organizacións, persoas... que subministran información, faise máis necesario ca nunca se as sociedades se fixan como principal obxectivo dispoñer dunha boa información e facer realidade o dereito que ten a sociedade a saber o que pasa. O motivo resulta obvio: o xornalismo, no fondo, segue sendo o mesmo, é dicir, ten que contar o que acontece na sociedade e contalo ben. Facer iso hoxe implica que o xornalista estimule esa interactividade que posibilita a rede, que actúe con profesionalidade e con ética (Edo, 2003:228) e que o seu traballo sexa honesto.

O xornalismo, que se transformou profundamente ao longo do tempo, asumindo diversos cometidos e funcións, deu un gran salto adiante cando conseguiu consolidar a figura do comunicador profesional. Desde ese momento, o xornalista asumiu que, antes que un informador, era un intérprete do acontecer (Núñez Ladevéze, 1995:21). Ese cometido do profesional da información comporta unha clara opción, que no seu momento elixiron as sociedades modernas e que tivo unha gran influencia na conformación da opinión pública das sociedades do século XX. Con todo, hoxe, máis dun século despois, podemos dicir que, a pesar do avance que supuxo a profesionalización do xornalista, o sistema xornalístico actual ten moitas deficiencias.

Diante deste panorama, no xornalismo actual multiplícanse as voces que reclaman un marco normativo axeitado para que os xornalistas poidan desenvolver o seu cometido na sociedade⁷, así como as que reivindicán que o xornalista aproveite as ferramentas actuais que favorecen a participación nos procesos de produción da información. O que algúns ven como unha ameaza para a supervivencia do xornalismo hai que convertela nunha oportunidade para esa revitalización e reinvención a que debemos contribuír os

⁷ No momento actual, en novembro de 2005, no ámbito do Estado español hai un movemento profesional e sindical de defensa dun estatuto para a profesión. Neste momento a súa principal actuación consiste na defensa dunha proposición de lei que se atopa en fase de debate parlamentario no Congreso dos Deputados. A tramitación desta iniciativa, que provocou división de opinións na profesión, levou a varias empresas de comunicación a expoñer públicamente a súa oposición ao proxecto de estatuto.

investigadores nesta área. A achega de solucións intelixentes debe estimular á sociedade a aplicalas e facer realidade un escenario onde sexa posible un xornalismo de calidade.

7. Algúns desafíos para os xornalistas

A participación dos cidadáns nos medios de comunicación aumentou nos últimos anos e, previsiblemente, seguirá incrementándose no futuro inmediato. O éxito de experiencias participativas, como o diario de Corea do Sur OhMyNews, apunta novas formas de construción dos contidos dos medios, nomeadamente na rede. Outros medios están ensaiando con acerto fórmulas similares. Trátase, pois, dunha tendencia que resulta imparabile e que, con bos sistemas de xestión, debere resultar positiva para o xornalismo de calidade e ao servizo da cidadanía.

En todo caso, na participación dos usuarios nos medios de comunicación debemos diferenciar varias formas, que implican distintos niveles de intervención nos procesos de produción da información. A xestión de todos eles debe recaer sempre na figura do xornalista, que, como mediador profesional e intérprete do que acontece, ten que velar polo cumprimento do obxectivo prioritario da información: que sexa veraz e estea ao servizo da sociedade. O importante ten que seguir sendo o xornalista porque el ten encomendada a misión de interpretar o acontecer social, político e económico, polo que debe figurar como responsable final da información que se difunde nos medios; é dicir, debe velar pola súa calidade.

As novas vías de participación nos medios de comunicación, tanto nos tradicionais como nos novos, poden recuperar a unha parte desa cidadanía receosa cos contidos dos medios sempre e cando eses sectores ate agora críticos encontren neles a posibilidade de dar o seu punto de vista e de interactuar. Nese caso, a participación podería contribuír a reforzar o papel dos medios na sociedade actual, pero tamén a unha recondución da súa función e das formas como cumpren esa función.

De cara ao futuro, non hai dúbida: o ciberxornalismo será cada vez máis participativo. Ante esa realidade, as redaccións dos cibermedios teñen que establecer renovados sistemas de organización para asegurar unha correcta xestión desas vías de participación a fin de que, baixo a coordinación dos profesionais da información, redunden sempre nunha información de maior calidade, comprometida coa cidadanía e ao servizo da comunidade. É dicir, cambian as técnicas pero mantéñense os cometidos e os principios, o que na práctica implica que a xestión deses mecanismos de participación deben estar nas redaccións e baixo a dirección dos xornalistas.

Os que teñen que cambiar son, pois, os xornalistas, que deben prestar máis atención as inquiredanzas e propostas da cidadanía. Nesa busca de novos sistemas de xestión e traballo nas redaccións que define a actual etapa do ciberxornalismo, o profesional da información ten que aproveitar todas as ferramentas

actuais e as posibilidades que ofrece Internet para estimular a participación, promover a conexión das comunidades e dos actores socioculturais cos cibermedios, e explicar aos usuarios o que realmente é importante e ten utilidade para moverse e actuar na sociedade. Se o sabe facer, dará continuidade ao papel central do xornalista nas sociedades actuais.

Aínda que non hai modelos moi definidos nos cibermedios actuais⁸, todo apunta que a xestión dos sistemas de participación cidadán no futuro faranse da man de modelos de redaccións moi diferentes as actuais. É dicir, serán redaccións circulares e pouco burocratizadas, con equipos que contén cun ciberxornalista que lidere os procesos participativos e estableza os pasos (os filtros) que aseguren a calidade da información (a súa veracidade, pluralidade e distancia das fontes). Nestes cometidos, a intelixencia artificial e as ferramentas actuais serán o principal apoio dos profesionais da información, que deberán deseñar e elaborar os distintos contidos que demandan os usuarios de Internet cando, como e desde onde queren. Na xestión dos procesos, nomeadamente dos participativos, estará, pois, unha das claves do éxito dos produtos informativos e da súa calidade.

8. Algúns desafíos para os diarios en papel

Nos próximos anos, posiblemente tódolos medios orientarán parte das súas actuacións á xestión dos procesos, nomeadamente dos participativos, porque no seu bo aproveitamento vai estar unha das claves do éxito dos produtos informativos e da súa calidade, como apuntamos. Isto, polo tanto, afectará tamén aos medios impresos, que non desaparecerán baixo da sombra dos cibermedios, senón que convivirán, pero con estreitas relacións e con Internet como unha das principais vías para estimular esa participación necesaria dos usuarios da información.

A curto e medio prazo, os datos apuntan que os medios en papel que aproveiten axeitadamente a rede e realicen bos produtos teñen opcións de manter segmentos importantes de cidadáns que consideran aos diarios como un referente informativo que forma parte das súas vidas, co que están familiarizados e que lle resulta útil. Esta hipótese, que defendemos, precisa, para que se cumpra, que os diarios miren ao futuro con vontade de anticiparse e de responder ás demandas dos seus lectores. Aqueles diarios que queiran sobrevivir, amais de cumprir diariamente co seu cometido de ofrecer produtos de calidade, terán que anticiparse ao futuro, porque atrevémonos a asegurar que só quen consiga anticiparse ao futuro terá posibilidades de chegar ao 2100.

⁸ No ámbito participativo, os modelos que máis interese suscitan na actualidade son os de OhMyNews (www.ohmynews.com) e Wikinews (<http://en.wikinews.org>). A filosofía dos dous produtos foi analizada polos profesores Rosental Calmon Alves, titular da Knight Chair en xornalismo da Universidade de Texas, e Xosé Pereira, profesor de Comunicación Audiovisual do Departamento de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago. Xosé Pereira analizou estes modelos nun artigo sobre Xornalismo en Internet que publicou no número 167 da revista *Grial*.

De xeito resumido, podemos indicar cinco aspectos básicos que hoxe, nos diarios impresos, supoñen anticiparse ao futuro:

- 1) Asumir con tódalas consecuencias que a base da súa actuación na sociedade é a información. Polo tanto, deben orientar os seus esforzos cara a elaborar modelos empresariais que garantan unha boa información prioritariamente para os diarios en papel e para os cibermedios, así como para calquera soporte no que teñan capacidade de intervir. A diversificación, ben programada, debe presidir as súas estratexias como grupo de comunicación;
- 2) Converter as redaccións, sobre todo, en turbinas informativas e centros de produción de contidos de calidade. A súa organización ten que fuxir da burocratización e camiñar cara a sistemas circulares que fomenten a creatividade e o talento dos redactores. Vellas e novas modalidades expresivas constitúen ferramentas axeitadas para contar o que pasa na sociedade e polo tanto deben aproveitarse en tódalas súas posibilidades;
- 3) Innovar. As editoras de diarios que levan moitos anos no sector dos medios impresos non deben tirar pola borda a súa experiencia, senón que deben aproveitala para, a partir dese coñecementos, explorar novos camiños que aseguren un mellor funcionamento da empresa, tanto no ámbito organizativo, de xestión como no de produción de contidos;
- 4) Implicarse na explicación dos problemas que afectan aos cidadáns e na busca de posibles solucións. As vías de participación, nas que centramos este traballo, constitúen un dos mellores camiños para coñecer cales son os intereses dos usuarios, cales son os seus puntos de vista e cales son as súas propostas. Os usuarios esixen, cada vez con máis intensidade, unha atención personalizada e segundo os seus intereses. Considéranse parte dun proxecto informativo, polo que desexan que se lles teña en conta;
- 5) Potenciar a formación continua dos xornalistas para coñecer novas técnicas e dar resposta aos novos perfiles profesionais que aparecen na sociedade actual. Os diarios teñen que reforzar os equipos que redactores que “pisen a rúa”, que “vaian, vexan e contan”, e os equipos de editores, que aseguren a edición final dos produtos. Tódalas medidas de formación deben completarse con sistemas de control da calidade dos produtos.

En definitiva, os diarios en papel, amais de aproveitar as posibilidades de participación que se abren da man das tecnoloxías actuais para facer un produto de maior calidade e máis próximo aos usuarios, debe incrementar as iniciativas para recuperar a sintonía cos lectores, que son os suxeitos da información, e aproveitar as fortalezas dos produtos en papel, que en breve verase reforzado co coñecido como papel dixital. Será outra oportunidade para definir o papel dos xornais neste novo escenario en construción, o da

sociedade da información, onde, amais dunha substitución tecnolóxica, haberá oportunidades para os vellos e os novos produtos informativos sempre que atendan as necesidades dos cidadáns.

Bibliografía

Boczkowski, P.J. (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Buenos Aires: Manantial.

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona: Plaza&Janes.

Diezhandino, P. (1994). *El quehacer informativo. El arte de escribir un texto periodístico*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Edo, C. (2003). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Fernández del Moral, J. (2002). Educación e información, en VV.AA.: *Estructura, tecnología y tratamiento de la información*. Tomo I, Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Fontcuberta, M.de (1993). *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona: Paidós.

Franquet, R. (1999). *Comunicar en la sociedad de la información*. En: Revista Zer, número 7, Diciembre.

Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.

López, X. / Otero, M. (2005). *Las herramientas tecnológicas de la nueva información periodística*, A Coruña: Netbiblo.

Martínez Albertos, J.L. (1997). *El ocaso del periodismo*, Barcelona: CIMS.

Moragas, M.de (2003). *Do global ó local como referente mediático. A aposta polos gratuitos*, en VV.AA. : Medios locais e prensa gratuita. Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.

Núñez Ladevéze, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación.

Ortega, F. & Humanes, M^a.L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel Sociología.

Pavlik, J.V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Túñez, M.(2002). *Situación laboral dos xornalistas galegos*. Santiago de Compostela: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.

Van Der Wurff, R. & Lauf, E. (2005). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis Publishers.