Huesca, lugar de encuentro de los profesionales españoles

POR **FERNANDO GARCÍA**

En enero de 2000 reunir a un numeroso grupo de periodistas digitales en una ciudad de la periferia podía tener un imprevisible resultado. La elección de la fecha no fue casual. La burbuja de Internet todavía no había estallado y encontrar unos días libres en el calendario de eventos relacionados con la Red no era una tarea fácil. La organización decidió realizarlo en la tercera semana de enero para evitar la coincidencia con la ingente cantidad de seminarios, congresos y seminarios que incluían la palabra ?digital? en el título de la convocatoria.

Encuentro, incluso de adversarios empresariales

A diferencia de otros eventos, el de Huesca ha sobrevivido y ha crecido en número de asistentes. La propuesta oscense siempre se ha basado en la necesidad de crear un lugar de encuentro entre profesionales de distintos medios e, incluso, de adversarios en cuanto a intereses empresariales se refiere.

En las cinco ediciones del congreso de periodismo digital de Huesca han participado alrededor de 1.400 profesionales y más de 100 ponentes de medios de comunicación, empresas y universidades. Aunque pretende ser un congreso donde se debatan los temas que interesan a los periodistas españoles, por el escenario oscense también han pasado representantes de *Clarín, Wall Street Journal, El Comercio de Lima, Wired News, Le Monde, BBC, El Nuevo Herald* de Miami, *Il Messaggero, Lancenet* de Brasil, *Financial Times* y *Reuters*.

De 2000 a 2004 se han producido importantes cambios en el periodismo digital español. Por ejemplo, en el terreno laboral. Al primer congreso acudían empresas que necesitaban incorporar con urgencia a 40 ó 50 periodistas para llevar a cabo sus proyectos digitales. En 2004, muchas de esas empresas ya no existen, se han cerrado varias publicaciones y las redacciones digitales de casi todos los medios han sufrido un importante recorte de sus

Fundación Telefónica
Telefónica

plantillas.

La financiación de los medios digitales ha sido uno de los temas recurrentes en cada una de las ediciones. La apuesta de algunos periódicos digitales por el cobro a los lectores avivó el debate. Los defensores de la gratuidad y los de fórmulas mixtas, que proponen el pago por el acceso a unos contenidos y la gratuidad de otros, también han participado en el congreso. Por el momento, la publicidad que financia a los medios tradicionales no ha cuajado en la cuenta de resultados de las publicaciones de Internet. La búsqueda de la rentabilidad sigue siendo el reto tanto de los grandes grupos con intereses en otros soportes (radio, prensa, televisión) como de las empresas pequeñas que sólo publican en la Red. Otro de los retos es que Internet como soporte alcance las magnitudes de negocio de sus hermanos mayores. Las cifras de las publicaciones digitales son insignificantes si se comparan con las de la prensa de papel y, mucho más, si se trata de las televisiones.

El reto de la calidad

Las bitácoras o *weblogs*, que publican en la Red decenas de miles de internautas, se han convertido en un nuevo medio de información. Algunos periodistas han comenzado a publicar sus *blogs*, pero en la mayoría de los casos se trata de personas que dedican unos minutos al día a escribir sobre lo que les interesa. La marca es el mayor activo de las publicaciones tradicionales. En Internet, los enlaces entre *blogs* saltan de un ordenador a otro y, en algunos casos, consiguen más visitas que publicaciones que cuentan con decenas de años de experiencia en el mundo de la información.

La calidad sigue siendo, como en el resto de los soportes, el reto para los próximos años. Como explica Rosental Calmon Alves, profesor de periodismo de la Universidad de Texas, «el periodismo digital de verdad será el *post-web* y no dependerá del ordenador». A su juicio, uno de los desafíos es «desarrollar un nuevo lenguaje apropiado para un soporte donde el texto se encuentra con el vídeo, bases de datos, audio, fotos?». Pero no hay que olvidar que el buen periodismo es el que trata sobre la gente. Pla decía que «el periodismo en el mundo siempre se ha hecho con lápiz». Da igual que ahora se emplee un pequeño ordenador de bolsillo para tomar las notas. Frente al periodismo de «copiar y pegar», que se ha popularizado en algunos medios de Internet, siempre estará el otro, el que cuenta con rigor las cosas que pasan en la calle.

Fundación Telefónica
Telefónica