Los expertos aconsejan innovación, adaptación y creatividad en la Red

El V Congreso Nacional de Periodismo Digital, celebrado a principios de este año en Huesca, congregó a alrededor de 300 asistentes para debatir, entre otros temas, sobre los modelos de negocio y la calidad del periodismo *on line*. Además, se reflexionó sobre los cambios introducidos por la tecnología en el trabajo de los corresponsales o la formación digital en las universidades españolas.

Una vez más, la rentabilidad de las cabeceras *online* fue motivo de preocupación y debate en un encuentro de profesionales y especialistas sobre medios de comunicación en Internet. Durante la conferencia inaugural del *V Congreso Nacional de Periodismo Digital* (www.congresoperiodismo.com), Jesús Ceberio, director del diario *El País y de su versión online* de pago, aconsejó la continua revisión de los modelos de negocio de los medios de comunicación en la Red. En este sentido, argumentó que solamente con ingresos publicitarios no es posible ni previsible la subsistencia de un medio en Internet a medio plazo. Asimismo reconoció la existencia de grupos de usuarios ?como los jóvenes? que no pueden pagar una suscripción, y a los que su editora estudia permitir el acceso a partes del diario.

Por su parte el profesor Rosental Calmon, de la Universidad de Texas, también se pronunció sobre los modelos de negocio de la prensa *online* en la conferencia que brindó. Durante ésta recordó que aún no hay un modelo consagrado, aunque en Estados Unidos la palabra clave es «afinidad», es decir, lo que vale una determinada marca. En su país, explicó Calmon, la mayoría de los diarios apuesta por el modelo abierto del *New York Times* (www.nytimes.com) y luego el *targeting* a partir del registro. Es decir, por unos ingresos basados en la publicidad, pues «el dinero no está en la suscripción».

Fundación Telefónica
Telefónica

Para Calmon, «Google y Yahoo van comiendo mercado publicitario, lo que constituye una amenaza para el periodista porque daña al modelo de negocio que le paga», pero afirmó que por su parte atisbaba, sin embargo, un camino hacia un modelo mixto, aun reconociendo que puede que ahora no sea la solución. En declaraciones a TELOS, Calmon subrayó que un aspecto fundamental para el futuro de los diarios en la Red es atraer la atención de los públicos más jóvenes, al tiempo que se preguntó que si proliferan los periódicos gratis para este sector ¿por qué vamos a cobrarles los diarios digitales?

Eduard Ramos, director gerente de la cabecera *online* catalana *La Vanguardia.es* (www.lavanguardia.es) se pronunció también en torno a los modelos de negocio de la prensa *online*. Aunque satisfecho con la experiencia de su diario, reconoce que aún se pueden desarrollar nuevos servicios y recalcó que Internet es un medio en el que queda mucho por experimentar.

Calidad del producto y formación

El reto de la calidad centró el segundo debate de la primera jornada. Los panelistas Arcadi Espada (*El País*), Pepa Bueno (*Televisión Española*), Eduardo Pedreño (*DiarioRed.com*) y Matías Antolín (radio *COPE*) reconocieron que nunca antes se ha transmitido información con tanta rapidez. Este hecho, sumado a la competencia feroz entre medios, ha conducido a la publicación de informaciones poco o nada contrastadas, hasta el punto de que incluso la posterior rectificación de rumores publicados en los denominados «confidenciales» se ha convertido en una práctica rutinaria. Espada recordó la necesidad de distinguir entre el periodismo y el género de las variedades: «No hay que asociar telebasura a periodismo porque salgan por el mismo canal». Por su parte, Pedreño afirmó que en Internet el problema es otro ya que «está de moda la paradoja de la agregación: tú copias lo mío y yo lo tuyo».

Sin duda, una formación basada en los principios éticos de la profesión puede contribuir a eliminar estas malas prácticas. Y de esta forma, en la mesa redonda dedicada a reflexionar acerca de la formación de los futuros periodistas, los participantes reclamaron una mayor formación e investigación en el campo del periodismo digital y argumentaron la necesidad de aumentar la colaboración entre las universidades y las empresas mediáticas. Los profesores Xosé López (decano de Periodismo de la Universidad de Santiago de Compostela), Joan Francés Cánovas (Universidad Pompeu Fabra), Francisco Olivares (director del Máster de Periodismo Digital de la Universidad Autónoma de Madrid y *El País*) y María Teresa Sandoval (Universidad Carlos III) coincidieron en la necesidad de que todas las asignaturas que se imparten en las facultades de periodismo o comunicación tengan un componente digital.

Guerra y fútbol en la Red

Sobre los cambios introducidos por la tecnología en el trabajo de los corresponsales y enviados especiales debatieron Enrique Serbeto ?corresponsal en Bruselas del diario *ABC*?, Joaquín Ibarz ?corresponsal en Latinoamérica de *La Vanguardia?* y los corresponsales de guerra

Fundación Telefónica
Telefónica

Gustavo Sierra y David Beriain ?de los diarios *Clarín* y *La Voz de Galicia*, respectivamente?. Todos ellos alabaron las posibilidades que brinda la telefonía vía satélite, entre ellas el envío de texto, audio y vídeo desde cualquier punto del planeta de forma inmediata. Sin embargo, aclaró Ibarz, «esto no quiere decir que se cuente mejor la guerra», ya que la inmediatez deja menos tiempo a los periodistas para internarse en las historias: de esta forma, la transmisión en directo ?sin importar la calidad? desde la línea de combate, durante la guerra contra Irak, convirtió nuevamente la información en espectáculo.

Por su parte, el corresponsal del diario *La Voz de Galicia* (www.lavozdegalicia.es), Beriain, subrayó los buenos resultados obtenidos con su «diario de campaña» sobre su experiencia durante la guerra, en el que «cabían cosas que normalmente quedan fuera de un reportaje». Y Enrique Serbeto defendió la necesidad de estar en el lugar de los hechos cuando éstos se producen, a pesar de que hoy día la tecnología facilita la obtención de información a través de la distancia.

Otro de los foros de este V Congreso estuvo abocado a analizar la presencia del rey de los deportes mediáticos, el fútbol, en la Red. Juan José Anaut, del diario deportivo *Marca.com* (www.marca.com) comentó que las estadísticas indican claramente que el fútbol despierta mucho más interés que cualquier otro deporte también en Internet, y subrayó el poder de convocatoria que tiene «la liga fantástica». A modo de ejemplo de este atractivo, el actual director de Nuevas Tecnologías del Real Madrid C. F., Miguel Ángel Hernández, indicó que el sitio *web* oficial trilingüe (español, inglés y japonés) del club (www.realmadrid.es) recibe un millón y medio de visitas al mes, la mitad de fuera de España.

Expectativas en torno a la telefonía móvil

La información a través de la telefonía móvil, un medio que ofrece numerosas posibilidades tanto para los proveedores de contenidos como para sus usuarios, centró otro de los debates del V Congreso de Periodismo Digital. Según datos del Ministerio de Ciencia y Tecnología español, en el país existen más de 37 millones de clientes de telefonía móvil, lo que supone una penetración del 88 por ciento en la población española. Entre otros datos significativos que demuestran las expectativas de este sector, Esther Tapia, gerente de contenidos de Telefónica Móviles España, comentó que su empresa cuenta con 220.000 abonados a los avisos de resultados futbolísticos. Mientras que Gumersindo Lafuente, director del diario en español que recibe el mayor número de visitas diarias *El Mundo.es*, aseguró que su medio posee ya cinco mil abonados al servicio de alertas informativas a teléfonos móviles; y, al señalar que Internet es un medio muy utilizado por los jóvenes, estimó que si éstos se han acostumbrado a escribir en una pequeña pantalla, «podrían recibir de mayores la información a través de ese soporte».

Por último, Juan Manuel Terrado, de la empresa fabricante de terminales telefónicos Motorola, comentó las tecnologías que se utilizarán próximamente, como la PTT (*push to talk*) que permitirá utilizar los teléfonos móviles como si de *walkie talkies* se tratara; la incorporación de Windows a los móviles, y el UMTS, que comparó con el ADSL de la telefonía fija, lo que permitirá videoconferencia, descarga y reproducción de vídeos.

Fundación Telefónica
Telefónica

El diario Clarín, premiado

El V Congreso Nacional de Periodismo Digital celebrado en Huesca también se ha convertido en el lugar idóneo para premiar aquellos trabajos periodísticos singulares realizados para la Red. Así, este año, el subdirector del programa de televisión «Informativos Tele 5» (*Tele 5* / www.telecinco.es), Jesús María Santos, entregó el Premio de Periodismo Digital José Manuel Porquet a la edición electrónica del diario argentino *Clarín* (www.clarin.com.ar), por el trabajo del periodista Gustavo Sierra y su equipo sobre los «espaldas mojadas» de origen argentino que cruzan clandestinamente la frontera entre México y Estados Unidos. Además del valor periodístico del trabajo premiado, «Informe especial los ?Espaldas mojadas? argentinos» (http://old.clarin.com/diario/2003/09/07/i-01815.htm), el jurado destacó su acertado uso de los recursos multimedia; y recordó el alto nivel de otras candidaturas, como las de *Elmundo.es* (www.elmundo.es) y *La Vanguardia Digital* (www.lavanguardia.es).

María Teresa Sandoval

BY NC ND