Adaptación y supervivencia

POR **OBDULIO MARTÍN BERNAL**

La revista TELOS sigue manteniendo hoy las mismas motivaciones y objetivos que empujaron su arranque hace 25 años. Repasando aquellos inicios y la capacidad de adaptación que le ha permitido sobrevivir sin perder ni su calidad ni su interés, el autor reflexiona también acerca de los nuevos retos a los que sin duda se ha de enfrentar la revista en los próximos tiempos.

Bibliografía

Castells, M. (1997). *La sociedad red. La era de la información. Economía, sociedad y cultura.* Vol. 1. Madrid: Alianza.

Journalism.org (2009). *The State of the News Media 2005* [en línea]. Disponible en: http://www.stateofthenewsmedia.org/2005/index.asp

Smith, A. (1982). *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona: Gustavo Gili.

Wolton, D. (2000) *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.

A comienzos de la década de 1980, cuando la llamada Sociedad de la Información (SI) era poco más que un barrunto, un distinguido profesor y experto inglés en temas de comunicación, Anthony Smith (1982), publicaba un libro de título un tanto estridente para la época: *Goodbye Gutenberg*. Estábamos todavía en el rudimentario estadio del teletex, el videotex y la prehistoria digital y ya Smith vaticinaba -bien que un tanto retóricamente- la muerte de los medios impresos.

No era ésa, desde luego, la preocupación del pequeño equipo que, unos años más tarde, cuando el texto se difundió con un corto revuelo en España, preparaba en Fundesco la salida de la revista TELOS. «Los muertos que vos matáis gozan de buena salud», pensaríamos

Fundación Telefónica

Telefónica

seguramente como el clásico, los promotores de TELOS mientras intentábamos concebir una revista impresa -lo mejor impresa posible- del máximo nivel sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), a las que entonces todavía llamábamos 'nuevas'.

Tres objetivos fundamentales

TELOS nació a finales de 1984 -con fecha de enero de 1985-, con algunas ideas razonablemente precisas. La primera, que el estudio, investigación y debate sobre las TIC, que eran su razón de ser, debería hacerse desde una perspectiva múltiple que confrontara y articulara la imprescindible tríada de comunicación/tecnología/sociedad que campeaba en su subtítulo. Es decir, se pretendía movilizar un pensamiento crítico y plural, por aquel entonces básicamente inexistente -al menos en nuestro país- sobre el desarrollo de lo que, en términos casi metafóricos, empezaba a denominarse Sociedad de la Información, Sociedad Digital, Sociedad del Conocimiento…

La segunda clave era, sin duda, trabajar con la hipótesis, renovada cada día, de que la revista debía instalarse en el futuro, en un futuro que ya había comenzado y que seguiría y sigue recomenzando. TELOS quería ser en ese sentido una avanzadilla, pero sin caer en la tentación de inanes teorías anticipatorias; contribuir a través del análisis, la investigación y las experiencias; de la reflexión y el diálogo de expertos acreditados a proponer pautas, a ir dejando señales orientativas sobre las oportunidades, pero también sobre los problemas, en un hoja de ruta que facilitara el desarrollo e implantación de las TIC en nuestras sociedades. No sólo en el plano general, sino también prestando una atención muy tenaz a sectores considerados estratégicos, como la sanidad, la educación y, muy especialmente, los medios de comunicación y las industrias culturales.

La tercera idea fuerte era trabajar con un objetivo sumamente ambicioso. En un terreno baldío de publicaciones de referencia, TELOS se proponía no sólo ser una publicación singular, sino también convertirse en un referente en España e Iberoamérica. Más que el grado de cumplimiento de este desiderátum, -y hay datos para pensar que algo sí se ha avanzado- me importa destacar dos 'efectos colaterales', por esta vez venturosos, a los que este propósito, que iba en serio, dio lugar: la movilización de extraordinarios recursos intelectuales durante todos estos años en torno a la publicación y su prístina energía integradora de posiciones ideológicas distintas y de la diversidad de disciplinas científicas y académicas más o menos relacionadas con las TIC.

Así se concibió desde un principio un Consejo de Redacción de excelencia, al menos a mi juicio, en el que convivían con productiva naturalidad ingenieros de distintas ramas, profesores, sociólogos, lingüistas, economistas, comunicólogos, periodistas… Cuando la palabra 'convergencia' no era todavía el difuso vocablo multiusos que es hoy, TELOS jugó la baza de la convergencia de distintas culturas y lenguajes para encarar la convergencia de medios y tecnologías. Buscamos el acercamiento multidisciplinar a las TIC por su amplio espectro social, con la idea de ir acercándonos a planteamientos cada vez más interdisciplinares, que por lo general se quedaron -ocioso es reconocerlo- en bienintencionados objetos del deseo.

La adaptación como factor clave

Fundación Telefónica
Telefónica

Un reflejo -no el más relevante, pero puede que sí el más brillante- de ese esfuerzo de diálogo, especialmente entre las Ciencias y las Letras, entre ingenieros y humanistas, fueron los Cuadernos de Arte creados para cada número de TELOS por los pintores más reconocidos en la primera etapa de la revista; labor que ha propiciado una de las colecciones pictóricas en papel más originales y significativas de esos años en España.

Con estas y otras claves fundamentales que aún hoy autentifican su validez, TELOS ha transitado por estos 25 años promoviendo y proporcionando un canal privilegiado al estudio, el análisis, la investigación y el debate; viviendo desde dentro el proceso de cambio económico, social y cultural propiciado por las TIC, especialmente en el entorno iberoamericano, aunque con una proyección internacional también muy amplia en otros ámbitos. Ha estado acompañada por muchos cientos de colaboradores y expertos que han aportado un corpus teórico francamente más que notable en cantidad, calidad y rigor y a los que sin duda cumple dar las gracias en esta especie de efemérides de resistencia.

En este cuarto de siglo hemos recorrido un largo y rápido camino -al menos así nos lo ha parecido- desde los albores predigitales del telefax, del *ibertex,* de los primeros 'pecés', a la eclosión de Internet y la omnipresencia de los variados y sofisticados dispositivos móviles; de redes híbridas y cada vez más ubicuas, de servicios avanzados, hasta llegar a los albores de lo que Manuel Castells (1997) ha conceptualizado con magistral fortuna como la 'Sociedad Red': una sociedad de desarrollo complejo, difícil, desigual y aún escasamente equitativo, pese al enorme potencial de transformación socioeconómica y de progreso de las tecnologías digitales, con muchos baches y brechas, manifiestamente mejorable.

La revista, sin abandonar su vocación precursora, ha ido cambiando sus focos de interés en estos años. En la segunda etapa, iniciada en 2002 tras un discreto paréntesis (nada grave si consideramos el alto índice de mortalidad de este tipo de publicaciones), se ha centrado en estudiar y señalizar el despegue y la convergencia de los medios interactivos y, sobre todo, del fenómeno de Internet, que comenzaba a ser ya arrollador como nuevo escenario de llegada a la SI.

TIC y educación, la asignatura pendiente

Creo que salta a la vista que la transición digital es una asignatura todavía pendiente en algunos ámbitos y al menos dos de ellos de la máxima centralidad social: la educación y los medios de comunicación. En general en todos los países, pero no en todos por igual.

Quizá ensimismados en sus sólidos modelos tradicionales, parece que ninguno de los dos sectores ha afrontado hasta ahora el tránsito de forma profunda y rigurosa. La Escuela, con serias dificultades y barreras -pese a las bienvenidas pizarras digitales y los portátiles para profesores y alumnos-, parece que al fin está comenzando a caminar de forma decidida hacia los entornos digitales, lo que necesariamente implica nuevos paradigmas de enseñanza y aprendizaje, una estrategia global de innovación educativa. El estado de los medios -y en alguna medida también de las industrias culturales en general- es más complicado y confuso.

El estudio más clarividente sobre el sector (*Journalism.org*, 2009), que realiza desde hace ya

Fundación Telefónica
Telefónica

algunos años la prestigiosa institución norteamericana *Project for Excellence in Journalism*, viene dibujando en los últimos años un panorama, más sombrío en cada edición, que en realidad coincide con la percepción que se tiene casi a simple vista. Podríamos resumirlo así: los principales sectores mediáticos -es cierto que no todos por igual- se encuentran en una compleja encrucijada, debida en buena medida a la irrupción del mundo digital. Se está produciendo una quiebra rápida del tradicional modelo de medios de comunicación de masas sin que podamos contar todavía con un consistente modelo sustitutorio basado en Internet y los nuevos medios. Más bien estos nuevos canales son voraces agregadores que actúan sobre todo como parásitos informativos -el cuestionamiento de Google por los editores se ha convertido ya casi en una costumbre…- y contribuyen al enflaquecimiento de los medios clásicos.

Innovación en época de crisis

La situación se ha precipitado a partir de 2008 hasta límites cercanos a los de 'zona catastrófica' con la crisis económica, que se suma a otra, más profunda, de la pérdida fundamental de modelo. La proclama *Goodbye Gutenberg* podía parecer una ocurrente impudicia promocional en 1980, pero en el año 2008 desparecieron más de cien diarios impresos en EEUU; algunos grandes grupos editoriales están en suspensión de pagos y los grandes conglomerados audiovisuales ponen sus expectativas a remojar. La irrupción de la Galaxia 'Gutenet' parece haber sorprendido a este sector, un tanto absorto en los grandes movimientos de concentración, en los grandes mercados, en las grandes audiencias, en las grandes inversiones publicitarias y mucho menos en promover la innovación periodística y la calidad de la información.

Parece evidente que el enfoque de la innovación, que se ha convertido en el nuevo lema de TELOS en la última etapa, es el también el más indicado para afrontar la encrucijada que viven, entre otros sectores, los medios y las industrias culturales. La revista podrá profundizar en el estudio y el debate de esta transición pendiente, enfatizando con claridad la idea de que la innovación, cualquiera que sea su significado, es el final de un proceso que requiere sobre todo un gran esfuerzo de formación e investigación, algo que no parece haber brillado hasta ahora en los entorno mediáticos.

El debate proporcionará, sin duda, señales para, en palabras de Wolton (2000), «separar las cuestiones fundamentales de los falsos problemas», en un momento en el que es necesario ir mucho más allá de la búsqueda de soluciones de emergencia. Pero también, en esta situación de incertidumbre, la reflexión puede ayudar «a distinguir la lógica de los valores de la lógica de los intereses», algo que no parece estar hoy muy claro en el estado actual del periodismo y de los medios.

Fundación Telefónica
Telefónica