

Entrevista

El desafío multimedia: Rosental Calmon Alves

Convencido de que el carácter revolucionario de la web afectará de modo radical a la prensa gráfica, este experto en periodismo on line, analista de las consecuencias sociales y políticas de las nuevas tecnologías, reflexiona sobre las tensiones del nuevo escenario de la comunicación y asegura que habrá "mediacidio", un suicidio de medios tradicionales, sino saben comprender de qué se trata este momento

Ni líneas de evolución, ni otro inventito más detrás del telégrafo, la radio, la televisión, esa sucesión de maravillas a las que nos fuimos acostumbrando a fuerza de despertarnos cada día con una nueva sorpresa tecnológica. No, dice Rosental Calmon Alves: Internet no es apenas un paso más en el camino, Internet rompe con el camino conocido y, en muchos sentidos, obliga a reinventar el juego otra vez. Es otra cosa, insiste: un cambio de paradigma, una revolución en los procesos del conocimiento.

Director del Knight Center for Journalism in The Americas y profesor de periodismo en la Universidad de Texas, Calmon Alves bien podría haberse convertido en un "dinosaurio de papel", tal como él define a los periodistas que se resisten a entrar de lleno en la era digital. Para la época en que empezó la web, llevaba ya dos décadas como periodista del *Jornal do Brasil*, del que había sido corresponsal en Buenos Aires y Washington; al regresar, en 1991, creó la agencia de noticias on line del *Jornal do Brasil* y, luego, en 1995, la plataforma on line del diario. "Pero yo no soy un *nerd* o un *techi* -se ataja, con el típico decir brasileño-; nunca lo fui: soy más un analista de las consecuencias sociales y hasta políticas de la tecnología. Tengo los mismos temores y dificultades que otros de mi generación tienen como inmigrantes digitales. Pero sí trato de entender al nativo digital y su mundo. Y pienso que nosotros corremos el riesgo de naturalizar todo esto, porque es tan parte de nuestro día a día que nos habituamos y las cosas nuevas que van incorporándose parece que son nada más una sucesión de otras. Pero es importante entender la verdadera dimensión política, social, económica y cultural de este cambio."

Y si esa idea, la de que internet es una revolución cultural comparable a la de Gutenberg con la imprenta, aun después de 10 años de creada la red sigue dividiendo aguas entre apocalípticos e integrados, Calmon Alves se cuenta claramente entre los segundos, los que no sólo "abrazan el cambio", como le gusta decir a él, sino que ven imprescindible impulsar una tarea "evangelizadora".

De hecho, así define él esa misión que lo lleva a dar conferencias alrededor del mundo, como la que vino a dar en LA NACION, para machacar sobre su idea rectora: es necesario entender el carácter revolucionario de la web y poner ya en marcha los procesos de adaptación. ¿Y si no qué? "Y si no -dice-, asistiremos a un 'mediacidio', al suicidio de los medios tradicionales que no hayan sabido comprender de qué se trata este momento."

-¿Qué es exactamente lo que el periodismo tiene que comprender?

-Que el cambio que introdujo internet afecta al trabajo periodístico de manera absoluta, afecta el modo de hacer periodismo, de comunicar la información; obliga no sólo a trabajar sobre un texto escrito para el que habrá que empezar a probar también nuevos lenguajes, sino también a pensar en otras posibilidades de contar esa historia, a través de los soportes audiovisuales. También afecta la estructura de negocios de la empresa periodística, por supuesto. Por primera vez en la historia de la comunicación social, el aparato receptor también es transmisor; hay una ruptura del paradigma de la comunicación de masas vertical y unidireccional; las audiencias pasivas se tornan comunidades participativas facilitadas por redes digitales. Nos guste o no, los medios están perdiendo poder y control, mientras que los individuos, conectados en redes que se expanden exponencialmente, ganan poder y control.

-¿Cómo ha sido hasta ahora el impacto de estos cambios sobre los diarios?

-En Estados Unidos, ya se habla de la más dramática crisis en la historia de la industria. La circulación ha caído sistemáticamente y llega hoy a los niveles más bajos en más de 60 años. Los informes de los últimos seis meses muestran una caída promedio de 3.5% en ese período; muchos diarios tuvieron caídas de más del 10% en el semestre. En EE.UU. ha habido despidos masivos, la caída de la circulación viene siendo sostenida y el valor de las compañías periodísticas también: las acciones de *The New York Times* valen hoy la mitad de lo que valían hace dos años. No es que las empresas periodísticas no sean aún lucrativas, pero a Wall Street no le importa lo que ganaste antes, ni siquiera lo que estás ganando hoy, sino la percepción de lo que vas a ganar mañana, cuál es el futuro de ese negocio. Y es justamente ese futuro el que está en discusión hoy.

-Como asesor de muchos de los grandes diarios del mundo, ¿cuál es la primera recomendación?

Fotos

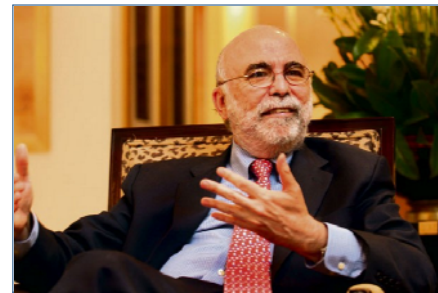


Foto: Andrea Knight

-Yo diría que el cambio más grande que tienen que hacer las empresas es, primero, dar el paso de ser un monomedio a un multimedio, es decir, de ser sólo un productor del periódico de papel a ser una empresa de información con distintas plataformas. Y, luego, dar el paso de la transición del modelo de producto a un modelo de servicio. Un producto es algo estático, y un servicio de información, en el celular, en la computadora, donde sea..., es algo dinámico que le sirve al lector en cualquier plataforma.

-Las empresas y los periodistas, ¿están reaccionando adecuadamente?

-Hoy el eje principal de la producción periodística se mueve despacio hacia Internet. Hay muchas experiencias en marcha y distintos ejemplos. Yo diría que los grandes diarios han pasado del escepticismo inicial a un shock de realidad en las redacciones y a un esfuerzo por adaptarse. Prácticamente todos los periódicos en Estados Unidos juntaron sus redacciones para crear un nuevo modelo de periodismo híbrido: papel + digital. Todos los grandes diarios del mundo tienen ya su plataforma on line y hay consenso en que es necesario integrar las redacciones para que no estén por un lado los periodistas digitales y por el otro los de papel. Todos son periodistas y todos tienen que poder manejarse en las distintas plataformas. Al unificar las redacciones se cambia el objetivo, el modo de contar historias, y obliga a nuevos roles para todos.

-¿En qué lugar quedarán los diarios con el impresionante crecimiento de blogs, redes, comunidades y foros, muchos de ellos manejados también por periodistas especializados?

-El diario perdió su poder centralizador de la información, su poder para hablar y ser escuchado sin réplicas; hoy tiene que aprender a dialogar. No nos viene mal a los periodistas este baño de humildad, disfrutamos por mucho tiempo de un lugar de privilegio que ahora se ve obligado a transformarse, a aprender cómo dar lugar a esas otras voces, al juicio de miles de lectores que están conectados y pueden tener una participación activa por medio de las redes de comunicación. Pero los periódicos siempre fueron creadores de comunidades, lo que unía a los lectores era el mensaje del periódico, todos se encuentran por las mañanas en el periódico. Lo que pasa ahora es que esas comunidades de antes ahora se están organizando en redes donde hay comunicación permanente entre ellas; porque además no mandan su opinión sólo hacia el periódico sino que se mandan entre ellos, el periódico se vuelve un foro, sigue teniendo un papel, pero no es el mismo que antes. Por eso hay una búsqueda de adaptación. Es lo que yo llamo ecología mediática: un cambio en el rol del periodismo y de sus editores.

-¿Y qué tipo de evolución puede tener el rol del periodismo en las democracias occidentales?

-El periodismo ha tenido un rol fundamental en las sociedades democráticas, de hecho la democracia no existe sin una prensa libre, vigilante, activa, independiente. Si la prensa pierde el rol que tiene en este nuevo mundo, pierde la democracia también. Una cosa es celebrar el surgimiento del periodismo ciudadano, periodismo amateur, que todos puedan ser periodistas, todo muy lindo y muy poético y muy idealista, pero en verdad se necesita el periodista profesional que se guía por un cuadro de ética y que...

-Y que tiene tiempo para investigar. Porque cuesta plata invertir en pagar a equipos de periodistas para que informen a los lectores.

-Claro, que tiene tiempo porque se le paga para dedicarse a investigar, para chequear fuentes, para trabajar una nota. Por eso hacer buen periodismo es tan caro. Yo no creo que una cosa vaya a reemplazar a la otra, en todo caso, lo del periodismo ciudadano puede complementar.

-No es una amenaza para los medios tradicionales.

-No, al contrario, lo veo como algo que suma, que incluso crea una cacofonía que es muy positiva para ayudar a distinguir al verdadero periodismo. En un mundo donde "todos son periodistas", todos hablan, todos expresan su opinión en los blogs, la jerarquización de la información, justamente, esencial en la definición de lo que es el periodismo, se vuelve imprescindible. Porque uno puede recibir en su celular un paquete de noticias personalizado y tiene *google* y lo que sea, pero no creo que se pueda reemplazar ese valor que tiene para el lector la confianza en los periodistas de su medio, que son los que seleccionan, en ese mundo caótico de información, cuáles son las informaciones más relevantes.

-Sin embargo, en Davos se volvió a hablar del fin de los grandes diarios. ¿Puede ser ése el futuro?

-Esa preocupación es tan grande que algunos millonarios con conciencia social y política empezaron a impulsar acciones concretas para ayudar a financiar un periodismo sin fines de lucro que pueda no sólo competir sino también ayudar a mantener la llama del periodismo de investigación, que es muy caro, y que es la primera víctima de esta crisis, con el nuevo modelo de negocios. En el fondo, lo importante es ver que una sociedad democrática no puede darse el lujo de ver morir al periodismo independiente, porque es uno de los pilares de las sociedades democráticas.

Por Carolina Arenes

■ **Más sobre medios digitales en:** <http://www.inteve.com/video3186-entrevista-a-rosent-al-calmon-alvez>

http://www.lanacion.com.ar/edicionimpresa/suplementos/enfoques/nota.asp?nota_id=1015220

LA NACION | 25.05.2008 | Página 3 | Enfoques