



Periodismo en el Ciberespacio

Sebastião Carlos Squirra
CJE Curso de Periodismo y Editoriación
ECA Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo
E-mail: ssquirra@macbbs.com.br
ssquirra@usp.br

Cyberspace is the "place" where a telephone conversation appears to occur. Not inside your actual phone, the plastic device on your desk. Not inside the other person's phone, in some other city. The place between the phones. The indefinite place out there, where between the phones. The identifiable place out there, where the two of you, human beings, actually meet and communicate.

OBSERVACIONES INICIALES

- a) La cita de arriba fue obtenida en investigación "on line" a partir de un computador doméstico, acceso telefónico en una cuenta en universidad.
- b) El término "cyberspace" fue creado por William Gibson en el romance Neuromancer.
- c) La palabra "cyber" deriva del verbo griego "kubernao" que significa guiar, pilotear, dirigir y trae la raíz del verbo "gobernar".
- d) En el "cyberspace" es posible navegar dentro de un texto como en el recurso del hipertexto, que sucesivamente lleva al lector a documentos localizados en otros centros y computadores, muchas

veces funcionando en diferentes partes del globo.

Those who use these tools (computer _assisted reporting) will be ahead.

Those who don't will be left behind— and may not survive"
Pat Stith— News and Observer.

I. Introducción

En los días actuales en las sociedades dinámicas, especialmente en los Estados Unidos, grandes cambios están ocurriendo en la relación de la oferta y del consumo de la información. Nuevas áreas y usos comunicacionales están siendo redefinidos, provocando el surgimiento de nuevos conceptos y aplicaciones. La sociedad en el sentido general, pero principalmente este segmento económico cultural, está recibiendo el fuerte impacto de los recursos informatizados aplicados en prácticamente todos los niveles.

Esto provocó, por ejemplo, que la redefinición ampliamente aceptada de lo que sea comunicación electrónica resulte más amplia, pasando por ejemplo, a englobar también aquellos sectores que tradicionalmente publican productos impresos. En el país líder en publicaciones y formas de entretenimiento, un profundo cambio está ocurriendo en la industria y mercado, aquí definido como de la "información", concepto que subrayo, es mucho más envolvente que el brasileño.

Las transformaciones en este sector están siendo tan amplias y alcanzando un volumen tan significativo de personas que es posible afirmar que está ocurriendo un proceso de democratización en el acceso a la información, en un país ya tan vigoroso en la publicación de toda suerte de periódicos, libros y revistas. Y donde se ha dado

la diseminación de gran número de programas en un vasto número de emisoras de radio y televisión, medios hegemónicos a partir de la mitad del presente siglo.

Actualmente se percibe que nuevas formas de Comunicación están consolidándose, confirmando la tendencia de los países avanzados en adherirse en forma resuelta a la tecnología de punta. La comunicación electrónica instantánea, propiciada por la unión del computador con el teléfono, (y los sistemas de satélite y televisión por cable) más las empresas prestadoras de servicios y los grandes "Databank" están delineando de forma radical cómo las personas en los Estados Unidos, por ejemplo, están y deberán obtener informaciones, ya sea para la distracción o para el trabajo (que se convirtió en "Telecommuting", o trabajo a distancia). El uso de la palabra "radical" es justificable, ya que muchos creen inclusive que estas nuevas formas significan una real revolución en las comunicaciones (sea personal o colectivo empresarial). Resalto, como no podría ser diferente, el fenómeno está también verificándose de forma irreversible en el área periodística.

II. La nueva comunicación

Las semillas de los cambios fueron lanzadas a inicios de los años 70, cuando los EUA comenzaron a delinear experiencias de lo que pasarán a ser llamadas las "ciudades cableadas" (después, naciones cableadas). El gobierno quería implementar programas que aumenten la calidad de vida en las pequeñas ciudades, estimulando patrones para el desarrollo cultural regionalmente localizado, que acabaron creando el concepto de "Think global, act locally".

Los experimentos y conceptos en comunicación de ahí derivados propiciaron el surgimiento de la "Infovía" o "Information Superhighway", hoy detenidamente discutida en las sociedades modernas. Un reciente doc-

"La Infraestructura Nacional de información (NII- National Information Infrastructure) va a revolucionar la forma cómo trabajamos, aprendemos compramos y vivimos, y va a proporcionar a los americanos todo lo que ellos necesitan , en el momento que ellos necesitan, tanto en la forma de texto, imágenes, sonido y video."

umento del gobierno Clinton destacó que:

Los recursos de esta modernísima comunicación van a revolucionar la forma cómo las personas se entretienen pero, sobre todo, cómo ellas acceden a cualquier tipo de información. El cambio es tan significativo que se prevee que en vez de tener que ir tras la información, está "vendrá hasta el ciudadano". En este escenario -digno de ficción científica- la interactividad con el medio será posible (eliminando definitivamente la dirección única de los tradicionales medios de comunicación de masas), haciendo con que se vea lo que se desea, cuando se está dispuesto a esto, uniendo definitivamente el computador personal, el aparato de televisión doméstico y la disponibilidad de las personas.

Todo comenzó con la revolución de las computadoras que, hace menos de 10 años atrás, provocó un fantástico cambio en los hábitos de los consumidores de los EUA. La adhesión se ha dado de forma tan rápida, que las compras realizadas "on line" deben crear de 200 millones

en 1994, a 4,8 billones en 1998, y el número de consumidores "electrónicos" debe pasar de 4,2 millones en 1994 a 19,5 en 1998 . Un reciente estudio de la Stanley Research estimó que en los EUA hoy uno de cada tres domicilios posee computador en casa, que las ventas de computadores en 1994 representaron más de 8 billones de dólares, acumulando poco más de 31 millones de unidades en todo el país. Hoy, más del 90% de los computadores vendidos contiene CD-ROM y recursos para conexión vía línea telefónica.

Este fenómeno llevó a Nicolas Negroponte, del Media Lab/ MIT, uno de los más respetables científicos a afirmar que:

La red combinada de fibras ópti-

"El crecimiento de los computadores personales está ocurriendo rápidamente que el futuro de la televisión es el PC. No habrá industria de televisión en el futuro, ella será nada más ni nada menos que la industria de los computadores".

cas/cables; coaxiales/teléfonos debe convertir en realidad el fantástico sistema de 500 canales en la televisión por cable, prometida en los EUA para el 94. Datos disponibles revelan que los operadores todavía no consiguieron colocar todo ese enorme sistema en orden, pero las nuevas tecnologías ya permitieron un significativo aumento en la oferta de opciones en las casas de los consumidores norte americanos.

Con esto, avalaron inapelablemente el ya tambaleante poderío de los concesionarios de los sistemas de televisión convencional, alcanzando profundamente las "tres hermanas" (CBS, NBC e ABC) que venían de caídas de audiencia continuas en

los últimos años y que ahora parecen estar recibiendo el "coup de grace" en su hegemonía - supuestamente insuperables de cerca de medio siglo. De acuerdo al estudio, hoy son casi 51 mil "redes" (56% de ellas en los UEA) que proporcionan acceso a Internet . Para el año 2000 se prevé que en el mundo existirán 150 millones de personas accediendo a las redes y 175 millones de usuarios de correo electrónico. Este escenario (aquí relleno de números) está determinando el comportamiento de buena parte del mercado (blanco fijo de los investigadores sociales de EUA). Pero está también redireccionando el foco de las investigaciones académicas y redefiniendo los objetivos de los editores y periodistas de todos los vehículos.

III. El "nuevo" periodismo

Para George Landau, periodista de ST. Louis Post-Dispatch, los periódicos convencionales van a morir si no aprenden cómo usar las informaciones "on line", hoy ampliamente disponibles en los Estados Unidos. Esta radical opinión fue transmitida en un reportaje en la edición del 17 de febrero de 1997, en la revista Editor y Publisher (p.14).

Ella servirá como ejemplo de la evidencia de las nuevas formas de acceso a las informaciones que están siendo ampliamente practicadas por los periodistas e investigadores. La cita de arriba fue extraída de un texto electrónico, obtenido a partir de la investigación realizada con computador personal en Database académico localizado en la Universidad de Estado de Colorado (a partir de la residencia en Carolina del Norte). Para esto, hice "download" del texto sumariado para mi computador

en casa, sin necesitar ir a la biblioteca o suscribirme a la edición de la revista. En realidad realicé una extensa investigación usando algunas palabras clave y me fue ofrecida razonable cantidad de "papers" y artículos sobre el asunto escogido. Esto, en el confort del escritorio y en la facilidad de acceso instantáneo disponible en la punta de mis dedos.

Pero, el material ofrecido no se resumía solamente a ese texto, encontré más cosas interesantes: a partir de las palabras claves definidas, descubrí también que la Universidad de Indiana hizo investigación, seleccionó y puso a disposición "online" las 12 mejores direcciones (sites) para el trabajo diario de los periodistas (profesionales y aspirantes). Usando el acceso electrónico vía computador, un periodista del Philadelphia Inquirer descubrió y reveló que la prefectura de una pequeña ciudad estaba desviando recursos para cubrir déficit sin el conocimiento de la Cámara de Concejales. El original de esta historia también estaba la American Journalism Review del 29 de marzo del corriente (p.34) disponible en biblioteca central.

De la misma forma, fue posible saber que ya son 240 los periódicos con versión electrónica hoy en los Estados Unidos (anexo relación de los mismos también obtenidos electrónicamente). Otra investigación "on line" me dio la siguiente información original que presento en su forma original:

Es importante resaltar que estas son versiones electrónicas de relatos disponibles gratuitamente en Bancos de Datos.

FOURTH ESTATE LIKES CYBERSPACE

A survey by the Columbia University School of Journalism and Middleberg & Associates found that more than two thirds of journalists polled use the Internet or commercial online services to track breaking news or do research, and almost 25% go online every day. Daily journalist are the most likely to be Net surfers. More than half of the respondents favored phasing out paper press releases, preferring online versions. The publishing industry is responding to the online revolution as well-- more than three fourths of the newspapers and magazines represented in the study plan online editions, up from 54% last year. (Investor/s BusinessDaily 1 Feb. 96 A 10).

La facilidad y la profusión de fuentes de información es seguramente la razón por la cual gran volumen de personas está buscando tener alguna forma de acceso electrónico. Una investigación reciente realizada por la "Dataquest" reveló que 60 por ciento de las 100 mayores medias y grandes empresas hoy practican alguna forma de acceso a Internet . Y, ciertamente, están valorizando esta forma como sistema de diseminación de informaciones para el significativo número de personas con acceso al sistema hoy. Con la extraordinaria ventaja de que a partir de una conexión a la red, cualquier persona, de cualquier lugar del planeta podrá tener acceso a las informaciones. Esto realmente, cambió la forma cómo las empresas difunden informaciones e interpretan la comunicación en los días actuales.

Los empresarios de la comunicación (y sobre todo los anunciantes) están satisfechos pues sus usuarios están siendo simultáneamente sometidos a formas dinámicas y no agresivas de publicidad. Estos

formatos de comunicación están demostrando que pueden atender y agradar a todos, tanto consumidores como productores.

En la práctica del periodismo, se pasó a convivir con la "palabra digital", disponible en los diversos Bancos de Datos públicos o pagados, en los sistemas de las universidades, los innumerables computadores de las entidades de los gobiernos local, regional y federal, en las diferentes fuentes alternativas de información (ONGs, por ejemplo) y muchas otras. O en la floreciente industria de los CD-ROMs. ¿Cómo resistir?: en un único disket caben 300 mil páginas de texto, de mil a 40 mil imágenes, de 1 a 40 horas de audio, de unas 5 horas de vídeo y que dependiendo de los cuidados puede durar hasta 250 años. Vale recordar que el papel no soporta audio, ni vídeo y tiene vida útil estimada entre 50 a 100 años.

En el acceso llamado "on line", la potente Knigh-Ridder (que tiene 26 periódicos diarios en los Estados Unidos) compró el año pasado un emergente servidor que planea colocar 100 periódicos en el sistema informatizado hasta el año que viene. Esta empresa y la NCN-New Century Network planean colocar todos los periódicos de los Estados Unidos en Internet en un futuro próximo. No sólo los periódicos están preparándose para estar en la WWW : las principales revistas ya están allá y las menores procuran entrar. La Enciclopedia Británica ofrece sus servicios "on line". Como buscan hacer muchas publicaciones individuales (en la "zines"), los periódicos electrónicos (de asociaciones profesionales y de investigación académica).

En cuanto a los periódicos impresos la adhesión esta siendo tan grande que la NAA - Newspaper Association of America reveló que el número de adhesión a las formas digitales había triplicado el año pasado, comparativamente al año del 94. En febrero del corriente año, eran 175 periódicos norte-americanos, y levantamientos indicaban ser 775 el número global de periódicos en la Web. En todo caso, muchos todavía deberán hallar su camino, pues la NAA representa cerca de 1.500 periódicos de los Estados Unidos y Canadá. Estos datos fueron todos obtenidos en documentos electrónicos que informan que el lector puede hacer "links" con cualquier periódico "on line" a partir de la dirección: <http://www.infi.ne/naa>.

Éste fue, además, el local donde fui a buscar los datos presentados aquí. Lo importante resaltar es que cualquier periodista puede acceder a estas fuentes y usar los datos disponibles para realizar su trabajo.

Mientras tanto algo queda en el aire, la cuestión de la confiabilidad de las fuentes disponibles "on line". Éste no parece ser un problema difícil de resolver, pues los periodistas e investigadores siempre tienen cómo saber si las fuentes son confiables y si lo que ellas están diciendo podrá ser confirmado en otras instancias.

Entretanto una nueva legislación está en preparación para resolver las cuestiones cibernéticas latentes, como el derecho autoral, por ejemplo. Los legisladores están preocupados con la pornografía y los abogados se están preparando para enfrentar cuestiones referentes a la privacidad y los derechos individuales.

Las universidades americanas están invirtiendo en laboratorios, Web-servidores, facilidades informáticas y en la formación de LANs (Local Area Networks). Desde el inicio de los años 90, disciplinas del

CAR (Computer-Assisted Reporting) están siendo ofrecidas y hoy están integradas en los pensums de la gran mayoría de los cursos de periodismo del país. Actualmente es difícil imaginar un alumno de periodismo (no sólo de periodismo) sin dirección de correo electrónico, (en muchos lugares esto es obligatorio para todos los alumnos). Con este recurso, puede realizar "search" para sus investigaciones y prácticas académicas o inclusive hacer transferencias de informaciones vía FTP (File Transfer Protocol). Muchos mantienen inclusive una "Home Page" donde difunden informaciones sobre asuntos de sus especialidades e intereses específicos.

Las computadoras que permiten acceso al fantástico Banco de Datos Lexis-Nexis son disputadas por todos en la Biblioteca Central. A partir de una simple indagación en ese sistema descubrí, por ejemplo, que Internet recibió una media de 5.6 referencias por edición de New York Times durante el mes de enero del corriente año, revelando la importancia dedicada al tema por el más importante diario del país.

En este escenario, varias entidades académicas y de investigación están ofreciendo interesantes ediciones científicas en forma electrónica. Diferente de los congéneres impresos, éstas pueden ser conectadas instantáneamente de cualquier local del globo y, para evitar el problema del idioma, están siendo traducidas para diferentes idiomas en varias partes. Es el caso de la "Edupage" (Folleto electrónico trisemanal de la Educom norte americana que se define por ser un "consorcio formado por diferentes facultades y universidades que buscan transformar la edu-

cación a través del uso de tecnología de la información”) que está siendo ofrecida en el Brasil, con traducción y distribución en portugués por la RNP, un órgano del CNPq. Todos los investigadores que se inscriban en este servicio recibirán gratuitamente las informaciones en su computador doméstico. Este es uno de los servicios disponibles y que aborda uno de los segmentos de la ciencia de la comunicación.

Otra noticia, aquí presentada en forma electrónica original revela la dimensión de este tipo de práctica:

En anexo, un ejemplo de un boletín de la Edupage en portugués y cómo hacer para suscribirse al servicio. Las fuentes vienen con sus referen-

EDUPAGE IN LITHUANIAN

We are pleased to announce a Lithuanian edition of Edupage, which will be produced and distributed by the Open Society Fund of Lithuania, in Vilnius, Lithuania. Welcome to our Lithuanian readers of Edupage! Sveiki, naujieji Edupage skaitytojai is Leituvo! To receive the Lithuanian edition of Edupage, send mail to: osflistserv a osf. It with the message: suscribe edupage-It. (Besides English, Edupage is now available in French, German, Hebrew, Hungarian, Italian, Lithuanian, Portuguese, Romanian and Spanish editions.)

cias, lo cual posibilita usarlas en trabajos científicos y profesionales. Este es un buen camino y todos están buscando encontrar su identidad en este escenario. La universidad está procurando adaptarse a la nueva realidad. Vean otra información electrónica:

El “Periodismo Ciberespacial”

está captando la atención de muchos profesionales del periodismo,

OPEN UNIVERSITY TRAINS 25% OF ALL MBA STUDENTS IN U.K

The Open University in the United Kingdom, which specializes in “distance education,” is educating one fourth of all MBA students in the U.K. (1200 in the current academic year), and is one of just a few business schools to have been given an “excellent” rating by the Higher Education Funding Council. Distance learning is the only method of instruction offered by Open University, and one administrator says: “For us it’s the only thing we do; we have to get it right.” (Financial Times 11 Mar 96 p. 9) .

pues significa un proceso irreversible en el ejercicio de esta forma de actividad. Representa una natural consecuencia de la informatización de las redacciones, fenómeno recientemente experimentado también en nuestro país. En un primer momento, la informatización posibilitó economizar razonablemente el tiempo, facilitando en mucho el trabajo del periodista que, todavía, permanecía

atado a los archivos de la empresa y a las fuentes que conectaba por el teléfono. La combinación del computador con el “modem” (Línea telefónica) posibilitó que él “navegase” por donde quiera y conectase fuentes antes no disponibles. Muchas de ellas, representantes de otros sectores de la sociedad y no solamente aquellos segmentos acostumbrados de las vías tradicionales.

Por eso, creo que el periodismo vive hoy un momento realmente muy importante (reflejado sobre el uso del término “revolucionario”) tanto del lado de quien practica como de quién usa los servicios. Una cosa es cierta: quién sepa adaptarse y beneficiarse de las modernas facilidades de acceso a las múltiples fuentes de información estará al frente.

Obviamente, esto no es todo, el periodista necesita de otras habilidades, persistencia y mucha devoción (pero, todos están cansados de saber eso).

Lo que pretendo enfatizar es que el dominio de la habilidad que trato en este “paper”, con certeza, ayudará para que un periodista sea más pluralista, dinámico y universal.

Y, justamente por eso, tenga su “pase” ardientemente disputado en el mercado.