

Nuevos retos para un nuevo periodismo

Cada época trae consigo entusiastas de los cambios que vaticinan, la mayor parte de las veces de forma precipitada, la muerte de anteriores tecnologías, hábitos y oficios. Muchas voces se han levantado para vaticinar el fin de la radio, la televisión, el periódico y el celuloide, y hasta las más moderadas aceptan que los medios tradicionales tienen que evolucionar para estar a tono con los nuevos usuarios de los medios, tal como lo comentábamos en nuestra edición anterior.

La velocidad de los avances tecnológicos ha llevado a que hoy convivan casi armónicamente la tecnología de punta con los aparatos tradicionalmente usados, y que oficios como el periodismo deban entrar en nuevas dinámicas, resistiéndose en algunos casos a abandonar algunas de sus prácticas profesionales habituales.

Lo cierto es que la prensa, la televisión y el cine están más amenazados que nunca por la expansión y las crecientes aplicaciones de Internet y las tecnologías digitales.

El periodismo, puesto en esta encrucijada, tiene además otro reto importante: hacer frente a la irrupción pública de las voces de los ciudadanos. En un proceso similar al ocurrido en la educación, en donde el profesor ya no es el único dueño de la información, el periodista debe adaptarse a una realidad en la que el ciudadano exige calidad de la información, tiene acceso a gran cantidad de fuentes, y puede incluso transformarse en un agente activo que informa y expresa su opinión a un público que potencialmente puede ser más amplio que el de muchos grandes medios.

Abordamos en esta edición el tema de los nuevos retos que enfrenta el periodismo actual, en

la época de la cibercultura y de los usuarios activos. Contrario a lo que podría pensarse, el papel del periodista es cada vez más importante ante la avalancha de información de nuestros tiempos. Los retos que se le presentan hoy, le exigen la adopción de un papel que no se agota en ser el vocero de la ciudadanía, o el dueño de los datos. El nuevo periodista va más allá, y su presencia es clave en la organización y sistematización de la información, la formación de la opinión pública, el análisis de los procesos sociales y la construcción de comunidades mediáticas. Es fundamental, por lo tanto, que medios y periodistas entiendan y estén dispuestos a asumir estos retos.

Abren la edición dos artículos de la Universidad de La Sabana. En primera instancia, el profesor Germán Suárez, abogado y comunicador, nos presenta un estudio sobre el valor probatorio que tienen las publicaciones periodísticas a la luz de la legislación colombiana, partiendo de recientes y resonantes casos que han impactado la vida nacional. Por otra parte, la profesora Clara Pardo hace un análisis de contenido de seis diarios colombianos y su papel en la difusión, promoción e interpretación de los temas relacionados con los objetivos de desarrollo del milenio.

Es claro que los medios de comunicación tienen una importante responsabilidad social, y este es el llamado de Irizar y González, de la Universidad Sergio Arboleda, que retoman el concepto filosófico de humanismo cívico para enfatizar en la necesidad de que los medios pongan al ser humano en el centro de las discusiones socio-políticas.

Celebramos la importante participación de nuestros colegas españoles en la presente edición, con siete artículos provenientes de universida-

des tan prestigiosas como las de Navarra, País Vasco, Autónoma de Barcelona, Málaga y Complutense, entre otras.

Ganzábal y López hacen un análisis de contenido de los más importantes diarios españoles con respecto al tratamiento de la información de la reciente ley del cine, haciendo énfasis en la toma de posición del medio y el conflicto entre sus intereses y los de la opinión pública.

La irrupción de Internet y los medios digitales ha llevado a repensar la función del periodismo y, en esta vía, se expresan los profesores Jarque y Almiron cuando cuestionan la pertinencia de un nuevo periodismo para Internet.

Planteamiento opuesto al de Parra Valcarce quien indica el nacimiento del *zoon tecnologí.com* en una época de revolución tecnológica, enfatizando la necesidad de un nuevo periodismo.

Desde España, igualmente, Caminos, Marín y Armentia presentan un diagnóstico sobre las principales novedades en la prensa digital española.

En nuestra sección de Realidades Comunicativas presentamos una reflexión histórica sobre el papel de la prensa en la construcción de comunidad mediática durante la época de la transición a la democracia en la España posfranquista.

En la misma sección presentamos tres artículos relacionados con la industria audiovisual. El primero es un texto que escribo sobre el tema del consumo ligero de cine que se impone desde

la oferta de las grandes distribuidoras, el segundo es un análisis de la estética y la técnica del cine de Pedro Almodóvar a la luz de su relación transgresora con la cultura dominante, y el tercero es un análisis de la industria televisiva en España y la competencia existente entre la televisión pública y la privada con interesantes datos prospectivos frente a este tema.

Cierran nuestra edición dos textos sobre el tema de la comunicación comunitaria. En primera instancia, Uribe y Peña presentan los resultados de su investigación sobre emisoras radiales colombianas que promueven los idiomas autóctonos como forma de resistencia cultural y preservación del patrimonio ancestral. Finalmente, la profesora brasileña Cicilia Krohling analiza, desde un punto de vista histórico y dialéctico, la transformación de algunos conceptos de la comunicación popular, alternativa y comunitaria en Brasil que permiten, incluso, hablar de reconsideraciones en este importante sector de la comunicación.

Las miradas globales y locales se articulan en esta edición para mostrarnos un buen panorama de lo que han sido, son y serán los medios de comunicación, y su innegable influencia en los fenómenos sociales. Los invito a leer, cuestionar y participar en el crecimiento de nuestra revista, acompañados por las voces de los autores que analizan la sociedad, reconociendo que en su desarrollo la comunicación es una palabra clave.

Jerónimo León Rivera-Betancur
jeronimo.rivera@unisabana.edu.co