

# Medios de comunicación y fin de siglo

*Patricia Politzer\**

## RESUMEN

Llegamos al tercer milenio en plena Revolución de la Información. Gracias a las nuevas tecnologías, ya no se necesita un espacio físico para comunicarse, basta un interés común. El monopolio del conocimiento, que hasta comienzos de siglo era un privilegio de unos pocos elegidos, está siendo reemplazado por la posibilidad de acceder a cualquier información en cualquier parte, por cualquier persona. Un cambio estremecedor. Un cambio que penetró en los medios de comunicación con la violencia de un huracán: si cada persona puede acceder directamente a la información que le interesa, entonces los periodistas ya no tendríamos razón de ser. Afortunadamente para quienes ejercen el periodismo, los medios de comunicación no estaban tan obsoletos como pensaban los pesimistas. Por el contrario, hoy los medios electrónicos parecen estar generando los proyectos periodísticos más innovadores, atractivos y estimulantes. La Internet es el primer medio de comunicación en el cual la noticia está esperando al público para ser consumida. Y su tecnología permite superar el gran dilema de los medios de comunicación modernos: cómo lograr la masividad sin ser superficiales.

■ **Patricia Politzer** es periodista, escritora y profesora universitaria. Ha desarrollado su trabajo profesional en los principales medios de comunicación del país, destacándose como analista política y entrevistadora de personajes nacionales y mundiales, incluyendo varios Jefes de Estado. Entre 1991 y 1994 fue directora del Departamento de Noticias de Televisión Nacional de Chile. Actualmente es analista política del diario *La Tercera* y colaboradora del diario *El País de España*. Ha participado en importantes congresos y seminarios sobre comunicaciones a nivel internacional como el *Engelberg Forum* (Suiza, 1995) sobre "Comunicación: Tecnología, Economía y Cultura". Ha publicado cuatro libros –"Miedo en Chile" (1985), "La Ira de Pedro y los otros" (1987), "Altamirano" (1989), "El libro de Lagos" (1998)– que se han convertido en relevantes éxitos editoriales.

---

\* Nota: este artículo fue recibido para su publicación en diciembre de 1998.

**PATRICIA POLITZER**, periodista y escritora, Santiago, Chile.

Fax: (56-2) 273 1545

Email: [politzer@netup.cl](mailto:politzer@netup.cl)

## INTRODUCCIÓN

**A**diferencia de otras épocas, el ciudadano de nuestro tiempo tiene ideas y opiniones rotundas acerca de lo que son los medios de comunicación a fines del siglo 20. Un hito importante en esta dirección fue el último Mundial de Fútbol “Francia 98”, que copó los medios de comunicación, especialmente las pantallas de televisión, donde muchos programas informativos quedaron reducidos a su más mínima expresión.

Lo primero y más evidente de este fin de siglo es que los medios de comunicación de masas lograron plenamente su objetivo: lo masivo. Hay que reconocer, sin embargo, que hace 50 años, cuando se analizaban y proyectaban los medios de comunicación de masas, ni el más preclaro de los periodistas imaginó que serían los futbolistas los únicos capaces de unir a todos los pueblos del mundo tras un mismo interés.

Más allá del contenido de esta comunicación, el último Mundial de Fútbol dejó en evidencia la naturalidad con que los seres humanos estamos conviviendo con las nuevas tecnologías. Nadie se sorprendió de la calidad de las imágenes que transmitía la televisión, ni de las espectaculares tomas en primer plano –y en cámara lenta– de las jugadas más relevantes, ni de que un país bastante remoto –como Chile– instalara en Francia sus propios equipos para que los periodistas chilenos transmitieran sus despachos cuando quisieran y como quisieran.

A quienes ya entraron en la era de Internet tampoco les maravilló la posibilidad de entrar a la red y encontrar instantáneamente los resultados, las imágenes y toda la información de los partidos que no alcanzaron a ver. Nadie sonrió, pensando que era una broma o una ironía, frente a la publicidad de un teléfono celular con el cual se podía hablar a Chile desde el corazón mismo de París; incluso pidiendo un teléfono prestado si se tenía el “chip” adecuado.

Todo esto nos parece absolutamente natural; es parte de nuestra vida cotidiana.

Llegamos al tercer milenio en plena revolución tecnológica, entrando de lleno en la llamada Sociedad de la Información.

## 1. La aldea global

Hace sólo cinco años, la Revolución de la Información era sólo un enunciado de un cambio por venir. Hoy existen evidencias suficientes para decir que la revolución está aquí en gloria y majestad.

A juicio de muchos analistas, la Revolución de la Información será tanto o más importante que la Revolución Industrial. Y aunque aún es difícil dimensionar la profundidad y el alcance que tendrán los cambios, lo que sí está claro es la velocidad con que están ocurriendo.

El proceso ha sido insospechadamente acelerado:

- El primer satélite artificial fue lanzado hace poco más de 40 años, en 1957. Y hoy usamos los satélites de comunicación en nuestra vida diaria sin siquiera notar su presencia.
- Hace recién 10 años, en 1988, comenzó a operar la primera fibra óptica transoceánica, que permitió ocupar parte importante del espacio que tenían los satélites y, sobre todo, bajar los costos de la comunicación cotidiana.

La televisión, la informática y las telecomunicaciones, que hace apenas unos años se desarrollaban por caminos separados, convergieron rápidamente para dar vida a los prometedores multimedia, o al “Teleputer”, como le llaman algunos a ese aparato capaz de servir de televisor y computadora al mismo tiempo.

Lo cierto es que a fines del siglo 20 ya no se puede hablar de los medios de comunicación sin referirse al desarrollo de las telecomunicaciones. En Chile, por ejemplo, esta área ha tenido un crecimiento impresionante en los últimos años. Más aún, es el sector con mayores tasas de inversión y rentabilidad en la economía chilena.

La cobertura telefónica prácticamente se ha triplicado desde 1990. A fines de 1997, se superaron los dos millones de líneas en servicio, lo que significa 14 líneas por cada 100 habitantes. Y lo que es más trascendente, la red telefónica chilena está hoy completamente digitalizada.

Chile no es una excepción, en la mayoría de los países del mundo está ocurriendo algo similar. Y es precisamente este tremendo avance de las telecomunicaciones el que ha permitido el espectacular desarrollo de los multimedia.

Los multimedia son simplemente una combinación de datos, imágenes, sonidos y vídeo que se produce en un canal digital interactivo único, a través del cual se transmite y distribuye a un número indefinido de puntos geográficos, y que permite que los usuarios tomen parte activa en la comunicación.

El resultado concreto de este gran adelanto tecnológico de la última década es permitir que los seres humanos recolecten, procesen y transmitan información en forma instantánea y global en cualquier momento. La tecnología hizo realidad la aldea global que pronosticó Marshall Mc Luhan hace 30 años.

Hasta hace unos decenios, para poder comunicarse era indispensable compartir el espacio físico. En el último siglo, gracias al desarrollo del transporte, grandes grupos humanos pudieron trasladarse de un punto geográfico a otro, compartir un espacio común con seres humanos de otras latitudes y así poder comunicarse. Hoy, gracias a las nuevas tecnologías, las personas pueden comunicarse y compartir sin necesidad de moverse ni transportarse. Para comunicarse ya no se necesita un espacio físico, basta un interés común.

Tal como ocurrió en el pasado con otras tecnologías, la Revolución de la Información está cambiando la vida humana. Está modificando nuestra manera de vivir y de trabajar juntos. Con seguridad, dentro de unas décadas nuestros estilos de vida, nuestro entorno laboral, nuestros gustos, nuestra manera de pensar y hasta nuestros valores serán distintos. Habrá un nuevo equilibrio entre las cosas que se harán con otros en contacto directo y las que se harán con otros a través de los multimedia. La comunicación cara a cara –que nadie duda es la mejor– tendrá una nueva dimensión.

Algunos pensadores ven con horror el desarrollo de las nuevas tecnologías y sus efectos en la convivencia humana, pero también hay quienes prevén un nuevo auge de las pequeñas localidades agradables para vivir, desde donde las personas se conectarán con el resto del mundo. Las carreteras físicas serán reemplazadas por las supercarreteras de la información.

Lo cierto es que mucho de esto ya está ocurriendo. El futuro se nos vino encima. Y en este contexto, cabe preguntarse qué está pasando con los medios de comunicación de masas. Como lo constatamos a raíz del Mundial de Fútbol, los medios ya están sintiendo el impacto de esta revolución y están en pleno proceso de adaptación a la nueva realidad.

Durante muchos años las posibilidades de difusión (*broadcasting*) estaban limitadas por el espectro de ondas disponibles. En la actualidad, el desarrollo tecnológico ha permitido la incorporación del cable y el satélite a la industria televisiva, lo que ha significado un incremento gigantesco de la competencia y una oferta prácticamente ilimitada para los consumidores. Esto ha obligado a los medios a asumir el carácter global y universal de su comunicación. Hoy, canales de televisión, tan lejanos y locales como los chilenos, sienten la obligación de participar de la aldea global: tanto Televisión Nacional de Chile como el canal de la Universidad Católica actualmente tienen señales internacionales que cubren todo el continente.

Sin embargo, por más que nos atraigan e impresionen los avances logrados por la televisión, no es allí donde se ha producido el gran salto informativo de los últimos años. La gran novedad y el gran desafío están en Internet.

## 2. La gran supercarretera de la información

En 1996, las conexiones a Internet en todo el mundo ya superaban los 10 millones. Se calcula que la cifra aumenta en unas 10 mil conexiones cada día. Los analistas estiman que cada conexión es utilizada por unas diez personas, lo que significa que, en la actualidad, puede haber más de 150 millones de personas conectadas a esta red alrededor del planeta.

Basta una computadora, un módem, un teléfono con la tecnología digital de nuestros aparatos y menos de 10 mil pesos mensuales (20 dólares), para poder acceder a esta red mundial y comunicarse con millones de personas en las más diversas latitudes.

Hoy, un científico chileno puede conectarse –prácticamente desde cualquier lugar del país– con el 80 por ciento de los científicos del mundo. No sólo no necesita esperar que los descubrimientos sean publicados por algún medio de comunicación, ya sea masivo o especializado, sino que puede comentar en forma inmediata con sus pares los nuevos avances del conocimiento.

Esto significa que –al borde del 2000– el monopolio del conocimiento, que hasta comienzos de siglo era un privilegio de unos pocos elegidos, está siendo reemplazado por la posibilidad de acceder a cualquier información en cualquier parte, por cualquier persona.

Este es, sin duda, un cambio verdaderamente revolucionario. Un cambio que penetró en los medios de comunicación con la violencia de un huracán. Los periodistas somos el intermediario entre la noticia y el público. Por lo tanto, si cada persona puede acceder directamente a la información que le interesa, entonces los periodistas ya no tendríamos razón de ser. Algunos pesimistas llegaron a pensar que la Internet terminaría con esta profesión.

En medio de una revolución exitosa, no hay nada peor que ser conservador, la ola del cambio pasa por encima sin contemplaciones.

Lo cierto es que las fuentes noticiosas, es decir, todo aquel que tiene –o cree tener– algo que informar, descubrieron y aprovecharon las nuevas tecnologías antes que los medios de comunicación.

Hace ya unos cinco años que todos los gobiernos y las grandes empresas tienen sus páginas en Internet. Más aún, entendiendo el valor de interactividad, estas fuentes informativas no sólo entregan información sino que también la reciben desde los usuarios o de la opinión pública general.

No sólo las organizaciones establecidas empezaron a usar estos nuevos medios, también aquellos que no tienen dirección conocida, aquellos que no tienen espacio

en los medios tradicionales o que sienten que su voz puede ser distorsionada. Así, por ejemplo, en México, los zapatistas han utilizado la Internet desde que estalló el conflicto de Chiapas en 1994. A través de ella han presionado al gobierno, han explicado su causa y, sobre todo, han conseguido apoyo internacional.

En Chile, hace tres años, la Internet fue la vía de comunicación que utilizaron los voceros del Frente Patriótico Manuel Rodríguez luego de la cinematográfica fuga en helicóptero que protagonizaron sus militantes desde la Cárcel de Alta Seguridad.

Afortunadamente para quienes ejercen el periodismo, los medios de comunicación no estaban tan obsoletos como pensaban los pesimistas. Por el contrario, hoy los medios electrónicos parecen estar generando los proyectos periodísticos más innovadores, atractivos y estimulantes.

Hace unos cinco años, los medios escritos tomaron conciencia de la existencia de la Internet y se dieron cuenta de que no podían quedarse fuera de la ola informática. Reaccionaron un poco a regañadientes, colocando sus ediciones diarias en la red. En la actualidad, todos los diarios importantes del mundo –y muchos que no lo son tanto– están en Internet, y suman más de 1.500. También están las revistas, las agencias de noticias, los canales de televisión y las radios. Hoy todos quieren tener sus informaciones en Internet. Más aún, muchas de las informaciones que actualmente aparecen en la red han comenzado a ser independientes de su empresa de origen. O dicho de otra manera, las grandes empresas periodísticas están creando empresas autónomas para trabajar en Internet.

La experiencia chilena –similar a la de otros grandes conglomerados periodísticos– sirve de ejemplo. En noviembre de 1994, el Consorcio Periodístico de Chile S.A. (Copesa) –empresa propietaria de los diarios *La Tercera*, *La Cuarta* y revista *Qué Pasa*– inició su aventura en Internet colocando en la red el *Diario Electrónico de Copesa*, un resumen semanal de *La Tercera* que aparecía todos los jueves. El 1º de junio de 1997, partió *La Tercera Internet* con la emisión del diario de todos los días, incluidos el 1º de mayo y el 1º de enero, días en que no aparece la edición tradicional en papel.

Un año después, además de *La Tercera*, Copesa está colocando en Internet la revista *Qué Pasa*, todos los suplementos del diario, un servicio instantáneo de noticias durante el día y un conjunto de sitios con temas específicos, permanentemente actualizados, como “El Caso Pinochet”, “Tenistas Chilenos” o “Candidaturas Presidenciales”. Durante el Mundial de Fútbol, ofreció un servicio especial al cual los usuarios podían suscribirse para recibir un resumen diario de lo ocurrido en sus propios correos electrónicos.

Uno de sus productos más interesantes es *Icarito*, una publicación que partió como un simple suplemento especializado en temas estudiantiles y que se ha convertido en una enciclopedia virtual de Chile. En ella se pueden encontrar todo

tipo de datos sobre la historia del país, biografías de sus Presidentes o antecedentes de los primeros indígenas. Sin embargo, quizás lo más relevante es que si algún dato no se encuentra o se quiere profundizar en algún tema, basta con preguntar al respecto y un profesor, especialmente contratado, le dará la respuesta. El buscador Yahoo en español, uno de los más importantes de Internet, entrega algunas recomendaciones (denominadas “Sitios chéveres”) entre las cuales sólo hay un sitio chileno: *Icarito*.

En pocos meses, *La Tercera Internet* es mucho más que la mera publicación electrónica del diario que sale cada mañana a la calle. De hecho, se ha convertido en una dirección autónoma dentro de la compañía –Dirección de Medios Digitales– que ya no depende del director del diario, sino de la gerencia general de la empresa. En ella trabajan 11 personas, 10 de los cuales son periodistas, los cuales tienen sus propios proyectos de información y sus propios planes de negocios frente a los avisadores.

El proyecto de Copesa es, hasta ahora, el más desarrollado en periodismo digital chileno, pero no es el único. Por el contrario, la mayoría de los medios de comunicación ya están en la red y algunos diarios regionales como *El Sur*, de Concepción, han realizado experiencias interesantes. La empresa *El Mercurio*, si bien tiene un enlace permanente con el *Wall Street Journal* y con el Grupo de Diarios de las Américas, que reúne a los principales periódicos del continente, no mantiene todavía un proyecto realmente propio. Sin embargo, durante 1998, ha estado preparando un plan que promete ser bastante ambicioso, que por razones empresariales se mantiene en absoluto secreto, y que debiera comenzar a funcionar en un futuro cercano.

El ejemplo de *La Tercera Internet* permite apreciar que los medios de comunicación digitales están tomando vida propia. Si bien por ahora siguen siendo complementarios con los medios tradicionales, es probable que se independicen cada vez más y que, por lo tanto, el periodismo en la red vaya adquiriendo cada vez mayor importancia.

Nos guste o no, en la década de los noventa, la Internet ha tenido un fuerte impacto en el periodismo. Y, por cierto, ha implicado nuevos desafíos y problemas como los planteados a continuación:

## **2.1 Competencia con las fuentes noticiosas propiamente tales**

Continuando con la experiencia deportiva, los medios de comunicación digitales son altamente eficientes para entregar los resultados de las más diversas competencias de manera prácticamente instantánea. Así, por ejemplo, *La Tercera Internet* ofrecía los resultados de los partidos del Mundial de Fútbol mientras se jugaban los partidos, indicando la hora y el marcador del minuto. Sin embargo, lo mismo hacen las organizaciones deportivas que tienen sus propias páginas en la red.

Internet está plagada de fuentes noticiosas emitiendo informaciones. Además de la competencia informativa, esta realidad plantea importantes interrogantes en el campo legal. En todos los países democráticos, los periodistas gozan de ciertos derechos especiales para cumplir con su profesión, como el secreto de la fuente, pero paralelamente están obligados a responder por lo que publican. ¿Quién responde, ahora, frente a esas montañas de información de toda índole que circulan en la red?

Un caso interesante se produjo hace unos meses en Estados Unidos. Matt Drudge mantiene una columna permanente de chismes en Internet (“The Drudge Report”). En ella publicó que, de acuerdo a fuentes anónimas, uno de los asesores del Presidente Bill Clinton, Sidney Blumenthal, golpeaba a su mujer. El afectado decidió querellarse, Drudge desmintió de inmediato el comentario, pero Blumenthal mantuvo la querrela. El juicio no ha terminado y está por verse quién será responsabilizado: ¿sólo el autor de la crónica? ¿Y qué pasa con American Online, el servidor que distribuye la información?

Aunque la legislación varía de un Estado a otro, en Estados Unidos se supone que un periodista que se retracta –como lo hizo Drudge– no es sancionado por un error en la información que entrega. Sin embargo, una corte de Wisconsin ya estableció que esto no rige para los mensajes de una red electrónica (que no es una publicación periódica, sino permanente). Es decir, no hay una próxima edición para retractarse y, por lo tanto, el responsable puede ser condenado aunque se arrepienta y rectifique. Esto representa un serio peligro para los periodistas ya que los deja extremadamente desprotegidos en el ejercicio de su trabajo. Por eso, muchos juristas esperan con bastante ansiedad el resultado del caso Blumenthal *versus* Drudge que será un precedente importante en esta materia.

## 2.2 Acceso a la información *versus* derecho de autor

En los últimos decenios la protección de la propiedad intelectual ha tenido un enorme –y justo– progreso en los países desarrollados. La protección de este derecho es cada vez más estricto y eficiente. Sin embargo, los periodistas temen que, por defender la distribución ilegal de información a través de los medios digitales, se estén levantando obstáculos graves al derecho de los profesionales de la prensa a recolectar y distribuir información (pasos que son indispensables para asegurar la libertad de expresión). El límite entre lo que es la información pública –o información calificada como de “uso justo” para la comunidad– y lo que merece el rótulo de propiedad privada es, muchas veces, equívoco. Podría llegar un momento en que los periodistas no pudieran entregar ninguna información sin pagar por ella. Esto podría tener graves consecuencias para la opinión pública, por ejemplo, en el caso de la información sobre un determinado medicamento.

## 2.3 Filtros *versus* censura

A mediados de 1997, preocupado por la gran cantidad de jóvenes y niños que estaban utilizando la Internet, el Presidente Bill Clinton llamó a la industria involucrada en los multimedia a limpiar el ciberespacio de contenidos ofensivos. La prensa norteamericana aplaudió a Clinton, destacando que había evitado una regulación gubernamental –que siempre es dañina para la libertad de expresión– y había optado por impulsar la autorregulación del sector privado.

Las empresas se tomaron en serio el desafío y, en pocos meses, crearon una gran cantidad de programas (*software*) capaces de calificar los contenidos de la información que circula en la red (por supuesto, una vez clasificados, los contenidos no deseados pueden ser fácilmente filtrados). La mayoría de los programas establece cuatro categorías básicas de calificación: violencia, desnudos, sexo y lenguaje. En cada una de estas categorías se establecen distintos niveles y, posteriormente, se aplican los filtros. El sistema se basa en que cada uno se autocalifique o elija una empresa independiente para que lo haga.

Considerando que la Internet está repleta de informaciones falsas, de rumores y de datos inexactos, los medios de comunicación vieron con placer la llegada de los filtros y la posibilidad de obtener una calificación que les reconociera su responsabilidad y acuciosidad frente a la recolección y distribución de la información.

Sin embargo, a poco andar, los profesionales de la información se dieron cuenta de que cualquier sistema de calificación, de evaluación y de filtros puede caer irremediablemente en la censura. Las empresas periodísticas se vieron obligadas a echar marcha atrás bruscamente, olvidar los aplausos iniciales y retomar la histórica lucha por la libertad de expresión.

Con los parámetros de evaluación que comenzaron a imponerse, muchas noticias no serían publicables: los horrores de la guerra no pasarían el filtro de la violencia; el embarazo adolescente sería rechazado por el filtro del sexo; la crudeza de la violencia intrafamiliar no pasaría las barreras del lenguaje...

Apenas un par de meses después del llamado del Presidente Clinton, la Internet Content Coalition (ICC), organización creada para proteger los intereses de los periodistas y los medios de comunicación que operan en la red y que había promovido intensamente la autocalificación, tuvo que reconocer su error y dar un vuelco en 180 grados. En agosto de 1997, en una reunión de sus miembros en Nueva York, la idea de la autocalificación fue rechazada prácticamente por unanimidad.

Empresas tan importantes como el *Wall Street Journal* y Time Inc. debieron hacer su *mea culpa*. El *Wall Street Journal* ya había puesto en práctica su autocalificación pero, al día siguiente de la reunión de Nueva York, el editor del diario electrónico, Neil Budde, junto con anunciar la eliminación inmediata de esta práctica

reconoció que “algunos de nosotros nos dejamos llevar por los aspectos tecnológicos sin pensar en las consecuencias de esta acción”.

Time Inc., fundadora de la Internet Content Coalition, también se sintió obligada a declarar públicamente que “nunca calificaremos nuestros contenidos, y tampoco promoveremos la calificación de otros”.

Esta es una batalla que recién comienza. Los filtros ya existen y se están usando sin que la inmensa mayoría de los usuarios lo sepa. Los grandes “buscadores” de la red (como Netscape o Explorer) exigen a quienes piden ser distribuidos por ellos que autocalifiquen sus contenidos. Por cierto, esta exigencia no será impuesta al *Wall Street Journal* ni a Time Inc., pero una empresa menos conocida tendrá que someterse a los filtros.

De hecho así ocurre hoy con *La Tercera Internet*, que, para incorporarse a Netscape, tuvo que acogerse a la calificación de Recreational Software Advisory (RSAC), una de las principales empresas especializadas en este servicio; de lo contrario, no sería distribuida por ellos.

Los especialistas están preocupados. El profesor Lawrence Lessig, de la escuela de Derecho de la Universidad de Harvard, afirma que “este tipo de regulación privada de la Internet representa un peligro mucho mayor para la libertad de expresión que la regulación gubernamental”. A lo que se refiere es que, como se trata de un asunto entre privados, cada uno puede hacer lo que quiere. Cualquier grupo, desde los conservadores de Moral Majority hasta Microsoft o Disney, puede censurar la información que quiera a sus miembros o usuarios. Así, por ejemplo, Netscape podría hacer invisible para sus usuarios todo lo que provenga de sus competidores de Microsoft.

## 2.4 Globalidad y legalidad territorial

¿A quién recurrir si uno no está satisfecho con lo que está ocurriendo en Internet? ¿A quién reclamar contra la censura o por un contenido no deseado? El caso Blumenthal *versus* Drudge es un caso entre norteamericanos, procesado en Estados Unidos, donde las personas, las empresas y la tecnología pertenecen a dicho país. Sin embargo, la naturaleza global de la red permite que muchos casos tengan su origen en distintos países y/o que los protagonistas pertenezcan a distintos continentes y usen la tecnología de terceros países.

Hasta ahora, el grueso de la legalidad relacionada con la comunicación y la libertad de expresión rige en determinados territorios; por lo tanto, resulta completamente inútil para resolver los conflictos que pueden presentarse en Internet.

No obstante, en la medida en que se extiendan los filtros de que hablábamos en el punto anterior, y se adapten a las legislaciones más restrictivas, podría ocurrir que la información fuera bajando y bajando de nivel para poder pasar todas las barreras y censuras.

Por ahora, en todo caso, la legalidad territorial se ha vuelto inútil frente a las posibilidades tecnológicas.

Hace dos años, Chile acaparó todas las miradas de los medios electrónicos del mundo al evitar la censura periodística a través de Internet. En junio de 1997, los Tribunales de Justicia le prohibieron a los medios de comunicación del país publicar toda información con relación a la detención e investigación de una red de narcotráfico encabezada por el “Cabro Carrera”, un antiguo y conocido delincuente. Dos días después de establecida la censura, *La Tercera Internet* comenzó a publicar una edición internacional en la que se siguió informando a la opinión pública de todos los pormenores del caso. Simplemente le bastó con contratar un servidor en Estados Unidos y almacenar allí toda la información que los periodistas seguían recogiendo. El trabajo de los profesionales era totalmente legal ya que la prohibición, que afectaba a todos los medios de comunicación de Chile, no incluía la recolección de la información.

Hasta ese momento la Internet había sido usada en casos similares, pero sólo para evitar restricciones impuestas por regímenes dictatoriales. Esta fue la primera vez que la red sirvió para desconocer la legislación de un país democrático.

La iniciativa de *La Tercera* tuvo un fuerte impacto en la prensa mundial. Prácticamente todos los medios de comunicación digitales analizaron el asunto. Incluso, el editor del *New York Times en Internet* organizó un foro digital sobre el asunto, planteando qué hubiera pasado si, en 1970, su diario hubiera podido desconocer la orden judicial que lo obligó a detener la publicación de los famosos documentos del Pentágono.

Para los periodistas del diario *La Tercera*, esta experiencia fue su primer contacto realmente profesional con las nuevas tecnologías. Cuando el director, Fernando Paulsen, les instruyó para seguir reportando el caso aunque no pudiera publicarse en el diario impreso, los reporteros elegidos arriscaron la nariz. Sintieron que era como trabajar para su diario de vida. ¡Cuál no sería su sorpresa al ver que lo que escribían en Internet era leído por miles de personas en Chile y en el mundo entero! Al tercer día del experimento, los que arriscaban la nariz sacaron pecho: fueron las estrellas del periodismo por esos días. Todos querían trabajar para la edición en Internet.

### **3. Tiempo, profundidad y credibilidad**

Junto con reconocer el enorme potencial de comunicación de las nuevas tecnologías, los periodistas que se incorporan a esta nueva tecnología han ido descubriendo una de las grandes maravillas del periodismo electrónico: no hay hora de cierre, el trabajo es continuo.

La Internet es el primer medio de comunicación en el cual la noticia está esperando al público para ser consumida. Todos los demás medios de comunicación generan sus eventos informativos a una hora determinada. Incluso la CNN con sus noticias permanentes es esclava del tiempo. Si se tiene mala suerte al encender el televisor, la espera puede prolongarse hasta por media hora para poder ver la noticia deseada. En la Internet, en cambio, una vez procesada la noticia y colocada en la red, el público puede acceder a ella cuando quiera y cuantas veces quiera. El receptor es quién activa la noticia.

Más aún, el receptor determina los niveles de profundidad y complejidad con que quiere recibir la información. La tecnología de la red permite superar el gran dilema de los medios de comunicación modernos: cómo lograr la masividad sin ser superficiales.

Los periodistas saben que si publican una crónica de más de media página, perderán miles de lectores. Lo mismo sucede en la televisión donde –salvo excepciones– las noticias que duran más de dos minutos producen una caída inmediata en el *rating*.

Gracias a los enlaces con otros documentos y otros sitios, la Internet permite que el receptor decida si le basta tener los titulares de la información, si quiere conocer los aspectos generales del tema o si quiere profundizar haciendo un simple “clic” en aquellos enlaces que lo llevan a una mayor especialización sobre el asunto.

Otro aspecto importante es la revalorización de la palabra escrita. Con el espectacular desarrollo de los medios audiovisuales muchos pronosticaron la muerte de la lectura; sin embargo, en Internet el grueso de la comunicación se produce a través de la lectura. Quizá quienes temen que el *homo sapiens* se está convirtiendo en un limitado *homo videns* pueden estar más tranquilos. Un estudio realizado recientemente en Estados Unidos por Nielsen Media Research, la empresa más importante del mundo en auditorías televisivas, revela que en los hogares que están conectados a Internet las personas ven un 15 por ciento menos televisión que en aquellos que no tienen acceso a la red. Esto significa que dichas personas ven una hora menos de televisión al día.

A futuro puede que desaparezcan los diarios impresos, pero ya nadie predice el fin de la lectura.

Los medios electrónicos están abriendo posibilidades fascinantes de comunicación que aún ni siquiera imaginamos; porque lo cierto es que el periodismo electrónico está recién comenzando.

Casi sin proponérselo, los medios de comunicación digitales le están ganando la competencia a las fuentes directas. De alguna manera, el motor que está impulsando el desarrollo de este nuevo periodismo es la convicción, que se ha producido en el último tiempo, de que los medios de comunicación constituyen una necesidad dentro de la comunicación electrónica.

La experiencia de los millones de personas de todo el mundo que navegan habitualmente por la red han confirmado lo que decía, en la Sexta Conferencia del Foro Engelberg (1995), el Dr. Heinrich Rohrer, premio Nobel de Física 1986: “Hemos llegado a un punto en que tenemos que pelear contra la información y no pelear por obtenerla”.

Efectivamente, hoy podemos acceder a una cantidad ilimitada de información a través de Internet, pero una cantidad inmensa de esa información es simplemente inútil, es sólo basura o “ruido”, como le llaman los teóricos. Más aún, una vez descartada la basura, la información desechable, lo que queda son verdaderas montañas de datos, que tampoco sirven de nada si no somos capaces de transformarlos en conocimiento, es decir, en información útil para la humanidad.

Los que han navegado en Internet saben que pedir la búsqueda de un nombre o de un tema dentro de la red implica esperar cada vez más tiempo para que los buscadores respondan que han encontrado algo así como 156.876 sitios que coinciden con la solicitud. Esto ha llevado a algunos a cambiar el desglose de la sigla WWW de World Wide Web a World Wide Wait.

Ante esta realidad, diversos estudios y encuestas están indicando que la gente navega cada vez menos y que el 90 por ciento de las veces visita los mismos sitios. Hoy existen más de 50 millones de páginas en la red, pero aquellas páginas cuyos contenidos son realmente interesantes y de fácil acceso son proporcionalmente muy pocos. En esta nueva forma de interactuar con la red, los sitios más visitados son precisamente los noticiosos. Es decir, la gente está valorando la responsabilidad, la jerarquización y la credibilidad de la información que proporcionan los medios de comunicación.

Aunque en el último decenio las nuevas tecnologías han cambiado de manera dramática y revolucionaria la forma como se materializa la libertad de expresión a través de los medios de comunicación, lo cierto es que los problemas esenciales del periodismo siguen siendo los mismos.

Pueden haber cambiado las formas y los énfasis, pero los desafíos que está planteando este periodismo de última generación han estado presentes a lo largo de toda la historia de los medios de comunicación: la relación con el público y, más exactamente, la lucha por la libertad de expresión.

Hoy es prácticamente un lugar común señalar que sin libertad de expresión no hay democracia. La libertad de expresión no es un adjetivo de la democracia sino un elemento inherente a ella. El desafío es saber si la sociedad de la información nos ayudará, o no, a mantener y profundizar la libertad de expresión y, por ende, la democracia. Eso aún está por verse. Es difícil pronosticar con seriedad si en la sociedad global habrá más trabajo, más libertad, más diálogo entre las naciones o si será al revés, y las nuevas tecnologías profundizarán nuestra Torre de Babel.

