



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

 OK


Reseña /

Víctor Manuel Pareja Pérez

Guía de Internet para periodistas

Cindoc, Madrid, 2003, 196 pp.

El empleo de Internet en los medios de comunicación ha pasado de ser un privilegio más o menos disfrutado por los jefes de sección, a una imprescindible herramienta de trabajo, e incluso, para algunos periodistas, su propio medio de comunicación. Este desembarco acelerado ha suscitado, a partes iguales, fascinación por las posibilidades que la red ofrece al profesional de la información, y desconcierto por no disponer de las destrezas suficientes con las que aprovechar todas las potencialidades comunicativas y documentales de Internet. La eclosión de la red, así como su dinámico desarrollo, ha obligado a las instituciones públicas y los organismos privados –con un destacado papel de las Universidades– a trazar líneas formativas y educativas que construyan, en paralelo a la nueva infraestructura, una necesaria cultura de la información, para ayudar a los usuarios, no ya a entender qué es la red, sino a saber cómo y de qué manera optimizarla. A dicha misión educativa se lanza un equipo interdisciplinar, constituido por Víctor Pareja, Isabel Fernández, y Laura López, todos ellos profesionales del Centro de Información y Documentación Científica (CINDOC), del CSIC, y por Elea Giménez Toledo, profesora de Documentación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Su esfuerzo conjunto se materializa en esta obra, en la que se aúna la reflexión teórica sobre la repercusión de Internet en los medios de comunicación y la orientación práctica que precisa el periodista para buscar y encontrar información en la web. El diluvio de información que inunda Internet afecta de modo directo a los periodistas, quienes se encuentran desbordados por el paso de la escasez a la sobreabundancia de información, y porque la cantidad de información no ha procurado un mayor conocimiento, sino más bien una desinformación, por su exceso y desorden. Ante la desestabilización que ha supuesto Internet en las rutinas profesionales de los periodistas, esta guía pretende “dar cabida a esa amplitud de fuentes que ayudará a los periodistas a saber bandearse mejor por la Red, y sacarle así mayor partido en la elaboración de sus informaciones” (p. 12). Para alcanzar dicha meta, la obra podría haberse limitado a ofrecer un directorio al uso, en donde se sintetizaran las mejores fuentes que Internet procura para el trabajo informativo. Sin embargo, y en coherencia con los cambios que se le piden al nuevo periodista digital –saber cribar, jerarquizar y organizar operativamente la información sensible–, los autores han optado por enriquecer sus objetivos, y estructurar el volumen en dos partes fundamentales: una primera, en la que se trazan las coordenadas teóricas que delimitan el nuevo contexto, el nuevo medio y el nuevo profesional; y una segunda, donde proponen un abanico, filtrado y analizado, de fuentes digitales vinculadas con el periodismo y pertinentes para elaborar mensajes informativos. Por tanto, la primera parte de la obra presta atención a tres cambios cruciales desencadenados por la llegada de Internet: la primera transformación –expuesta por Isabel Fernández– ha sido la emergencia de la Sociedad de la Información, un nuevo entorno político, económico, social y cultural, que Castells conceptualiza matizadamente como sociedad informacional, por tratarse de una nueva forma de organización social en donde la generación y el procesamiento de información se ha convertido en el motor de productividad y poder (cfr. Manuel CASTELLS, *La era de la información. La sociedad red*, Alianza, Madrid, 2002). En segundo lugar, y como consecuencia de esta nueva sociedad horizontal, abierta y descentralizada, emerge un nuevo medio de comunicación, al que Víctor Pareja caracteriza por su interactividad, inmediatez, espacialidad indefinida, multimedia, funcionalidad y personalización (cfr. pp. 39-40). Finalmente, y fruto de la aparición del nuevo medio, surge el periodista digital, cuyo perfil, delineado por Isabel Fernández, pierde el privilegio tradicional de ser el único emisor de información; se enfrenta a un nuevo medio que le exige unas rutinas y unas formas narrativas distintas; y debe gestionar el torrente de información de la red, para lo cual ha de sumar, a las clásicas habilidades informativas, destrezas documentales y conocimientos informáticos, sin olvidar el sentido ético irrenunciable de cualquier informador, sea digital o tradicional. Precisamente para colaborar con la adaptación de los periodistas al medio digital está pensada la segunda parte de la obra, en donde Elea Giménez y Laura López presentan una guía de recursos en red sobre periodismo y para periodistas –desde los portales verticales, los anillos temáticos, los observatorios, hasta las empresas de comunicación y los espacios de comunicación interprofesionales más destacados, a escala internacional, aunque con especial atención a la producción propia–. Además de esta primera aportación, las autoras proponen un segundo directorio con las fuentes digitales más útiles para la elaboración de mensajes informativos –obras de referencia clásicas, como diccionarios, enciclopedias o atlas, bases de datos, fondos de información retrospectiva o bancos de imágenes–. En suma, más de trescientos recursos en red doblemente avalados: primero, porque se trata de fuentes ya citadas, empleadas y validadas en distintos recursos digitales; y segundo, porque descubren nuevas fuentes que se escapan de los sitios tradicionales, gracias al minucioso buceo, análisis y propuesta de estas expertas en Documentación y Comunicación, enriquecedora sinergia que se materializa notablemente en la guía. La Guía de Internet para periodistas cubre una de las grietas abiertas por la penetración de Internet sin un simultáneo acompañamiento educativo. Sin embargo, este primer esfuerzo no debería dejar en el olvido la adaptación del resto de actores que participan en el nuevo proceso comunicativo; de ahí que las próximas reflexiones teóricas deberían guiar a los usuarios en la adquisición de nuevas habilidades, o enseñar a los periodistas a construir historias que aprovechen las propiedades del medio, por citar algunos frentes que todavía se encuentran en proceso de transición. En lo que atañe a la guía, contribuye brillantemente con la necesaria instauración de la infoestructura (Alfons CORNELLA, “El concepto de infoestructura” en Enredando, 1997), esto es, el fomento de la educación y capacitación formativa que los usuarios precisan para navegar por Internet. Y la educación es todavía más urgente para los periodistas, quienes han abandonado su tarea de guardabarreras para convertirse en intérpretes, orientadores y guías de la información que los usuarios necesitan conocer, de manera completa, comprensible y adaptada a las características del nuevo medio. Hoy es más relevante que nunca la figura del periodista, pues ayudará a organizar el caos de la red, y sacar a la luz informaciones útiles sepultadas por el alud de datos. Obras como ésta orientan el rumbo del periodista –sea digital, sea tradicional– para acertar con la navegación más adecuada.

María RUBIO LACOB
mrubiola@upsa.es

[arriba](#)

Communication & Society - Facultad de Comunicación - Universidad de Navarra | www.unav.es | [Contacto](#) | [Aviso legal](#) | [Mapa del sitio](#)