



El periodismo en tiempos de realidad virtual



Isaac López Redondo

(Universidad de Sevilla)

[ilopez6@us.es]

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/IC.2020.i17.27>

E-ISSN: 2173-1071

IC - Revista Científica de Información y Comunicación
2020, 17, pp. 573 - 576

Ruiz Acosta, M.J. y López Hidalgo, A. (2019). *El periodismo en tiempos de realidad virtual*. Salamanca: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones. Salamanca, Comunicación Social.

Las máquinas han entrado de lleno en nuestras vidas y la convivencia con ellas parece inevitable. También el periodismo, una profesión en continuo cambio, ha recibido con los brazos abiertos a las tecnologías emergentes con el incuestionable objetivo de mostrar al ciudadano, del modo más efectivo posible, el mundo en el que vive. Realidad virtual e inteligencia artificial son conceptos que tendrán un peso incuestionable a la hora de dibujar el futuro de la información y es preciso reflexionar sobre un horizonte profesional que se antoja repleto de incógnitas. Este es precisamente el principal cometido de *El periodismo en tiempos de realidad virtual*, donde doce investigadores académicos se dan cita para analizar algunas de las cuestiones más problemáticas y urgentes del ejercicio periodístico en este primer tercio del siglo XXI.

La obra arranca con la reflexión del catedrático Ramón Reig y Rosalba Macinas-Chávez acerca de los retos y perspectivas del periodismo digital dentro de una

profesión que está viendo morir cabeceras de referencia en el sector impreso. En su opinión, la irrupción de las TIC lleva aparejada consigo una serie de factores negativos. Con el fenómeno de la posverdad y el auge de las *fake news*, el público tiene el reto de distinguir entre lo real y lo inventado, mientras proliferan los medios que se dedican, precisamente, a estas tareas. Sin negar la utilidad de las nuevas tecnologías, los autores reconocen que el periodista actual ha de ser especialista en ellas, pero también en captar publicidad, además de hacer buen periodismo. Sin embargo, las repercusiones de este profesional multitarea se dejan ver en los diarios digitales en el *copia y pega* de teletipos de agencia, con plantillas de dos o tres redactores y la emergencia del falso autónomo como uno de los grandes males del periodismo. A su vez, el público tiene ante sí el reto de sostener económicamente a los nuevos medios nativos digitales que, por su parte, han de ganar la batalla de la credibilidad en un momento especialmente delicado para las cabeceras de referencia, cuyo prestigio está en entredicho por los intereses políticos y económicos que evidencian las empresas periodísticas.

Valores y preceptos como la veracidad, la objetividad, la pluralidad o la diversidad están también en el punto de mira de María José García Orta y María José Ruiz Acosta en “La identidad del periodismo del siglo XXI: entre la desinformación y las *fake news*”. El texto plantea un viaje al pasado para mostrar cómo la desinformación estaba presente ya en los albores de la comunicación periodística. Tras un breve recorrido histórico por los usos y abusos de la manipulación informativa, las autoras reconocen que el auge de las redes sociales y el uso de aplicaciones de mensajería instantánea han facilitado la distribución rápida de muchas noticias que juegan con la apariencia de verosimilitud, pero que son intencionadamente falsas. De ahí la importancia del *fact-checking*, el proceso de verificación de noticias que en 2003 puso en marcha FactCheck.org y al que han seguido otras muchas iniciativas a nivel internacional, con equipos permanentes de más de 80 periodistas dedicados a estas labores en medios como *BBC* o *Der Spiegel* o proyectos tan contundentes como *Google News Initiative*, en el que el gigante de internet ha invertido más de 300 millones de dólares. A su vez, las autoras se detienen también en las iniciativas de esta naturaleza llevadas a cabo en España, con ejemplos como *Malaprensa*, *Miniver*, *Verdad-mentira*, *Maldita* y tantos otros que recurren a fuentes públicas para la verificación pero que cuentan también con la ayuda de la ciudadanía a través de la mensajería instantánea.

La proliferación de nuevos espacios comunicativos en la era digital ha traído consigo también un cambio en los procesos de producción, distribución y recepción de la información y, por tanto, una necesaria redefinición de los roles dentro de la profesión

periodística. José Luis Rojas y Concha Pérez Curiel analizan en el tercer capítulo de la presente obra algunos de estos nuevos perfiles profesionales, defendiendo el papel motor de la universidad en una formación que contemple el emprendimiento, la creación de empresas periodísticas y el autoempleo. Asimismo, los mencionados autores reclaman una nueva relación del periodista con sus fuentes informativas en una era en la que hay más canales de distribución para llegar al público, pero también la necesidad de reinventarse para contar las historias de una manera diferente.

Otra forma de contar historias en estos tiempos en los que las nuevas tecnologías demandan inmediatez es, precisamente, a través de textos largos que piden una lectura pausada. Esta es la razón de ser del capítulo cuarto, que lleva por título “La especialización periodística como valor añadido en formatos digitales largos y pausados: *Contexto*, *Esglobal* y *Yorokobu*”. En opinión de Maritza Sobrados-León y Manuel J. Cartes Barroso, autores del mismo, el periodista especializado encuentra en el formato digital largo y pausado, así como narrativo, un terreno fértil para su trabajo, donde puede centrarse en un ámbito temático, contextualizando y profundizando en sus contenidos, así como en las necesidades e intereses de la audiencia. Las tres publicaciones analizadas comparten un carácter emprendedor e innovador, haciendo uso de géneros periodísticos extensos como el análisis, el reportaje, la entrevista o el artículo, y anteponiendo la calidad a la rapidez y brevedad.

En el capítulo quinto, “Riesgos y desafíos del periodismo inteligente”, Antonio López-Hidalgo e Isaac López-Redondo, dibujan un escenario futuro en el que los periodistas coexistirán con los drones y los robots en las redacciones, donde se irá instaurando, poco a poco pero inevitablemente, la Inteligencia Artificial. Todo ello traerá, más allá de la pérdida de puestos de trabajos, un cambio en las tareas de los periodistas, que habrán de someterse a una actualización continua de sus conocimientos para aprender a trabajar en estrecha colaboración con máquinas capaces de redactar. También las facultades de comunicación habrán de adaptar sus planes de estudio a una realidad en la que los códigos deontológicos habrán de ser la luz que guíe a la profesión en mitad de la niebla.

José Álvarez Marcos reabre el debate sobre la muerte del papel en “La transformación digital de la Prensa”, capítulo que repasa la historia de los ciberperiódicos y reflexiona sobre cómo internet ha cambiado radicalmente la manera de comunicar. El autor sitúa a *The New York Times* y *The Washington Post* como adalides de la transformación digital y relata los estrategias emprendidas en los últimos años por los principales diarios internacionales para la búsqueda de ingresos.

Por último, Inés Méndez Majuelos deja constancia de otras formas de contar historias condicionadas por el avance y la innovación en la tecnología. El capítulo que cierra esta obra, “Nuevas narrativas en el periodismo audiovisual. Realidad aumentada en la información audiovisual en España”, recuerda que la realidad virtual, la realidad ampliada o la tecnología de grabación de 360 grados pueden ser eficaces aliadas a la hora de narrar, y analiza algunas de las apuestas más interesantes en este sentido llevadas a cabo por medios de comunicación españoles. Técnicas que permiten acercar a la ciudadanía determinados acontecimientos imposibles de abordar de otra manera, pero que, como recuerda la autora, no deben olvidar nunca aspectos tan fundamentales como la calidad y el rigor periodístico.

Como si se tratara de una película de ciencia ficción, los tiempos cambian. El periodismo, también. Sostenía Isaac Asimov que la ciencia ficción es esa rama de la literatura que trata de la respuesta humana a los cambios en el nivel de la ciencia y la tecnología. En cierto modo, esa es la pretensión de esta obra: ofrecer respuestas, en estos tiempos de incertidumbre, a través de la reflexión y el rigor científico. Pero siempre en el terreno de la realidad, virtual o no.