

La figura del comunicador digital en la era de la Sociedad de la Información: Contexto y retos de futuro

Beatriz Correyero Ruiz¹

“Cabe al periodista asumir el papel que el enciclopedista trazara para sí mismo en los albores de la Modernidad; más que el desarrollo de las ciencias se trata de la selección, organización y transmisión de una información más o menos general accesible para todos y a todos dirigida.” - Tocqueville. *La Democracia en América*

El desarrollo de la Sociedad de la Información ha supuesto una renovación de todos los órdenes de la vida actual empezando por las relaciones sociales y continuando por las prácticas económicas y empresariales, los medios de comunicación, la educación, la salud, el ocio y el entretenimiento.

Lo peculiar de esta nueva sociedad emergente es precisamente el carácter ilimitado que en ella tiene el acceso a los recursos informativos². Sus protagonistas son las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), y entre ellas, especialmente Internet, un sistema de información automatizado e interactivo dotado de un gran potencial comunicativo que abre un abanico ilimitado de oportunidades de acceso a la información y a la cultura.

Por otra parte, los elementos fundamentales que configuran esta nueva sociedad de la información, cuya denominación fue acuñada en los años sesenta por Daniel Bell y otros sociólogos y economistas, son los usuarios, las infraestructuras, los contenidos y el entorno³.

Hay quien da un paso más y afirma que el mundo en el que vivimos está inmerso en una nueva etapa de transición: el paso de una Sociedad de la Información a una Sociedad del Conocimiento en la cual “la comunicación es el nexo que favorece la relación entre los individuos y el conocimiento es el vector estratégico para generar valor agregado a la información y potenciar la inteligencia

humana”⁴. En la Sociedad del Conocimiento la información adquiere su valor en la medida que es contextualizada por un individuo y utilizada como un conocimiento aplicado a las tomas de decisiones y la solución de problemas de su vida cotidiana⁵.

Lo cierto es que en el marco de este nuevo orden social – auspiciado por una revolución tecnológica sin precedentes – podemos observar a la consolidación de un nuevo paradigma comunicacional de carácter segmentado e interactivo cuya máxima expresión es la creación de comunidades con rasgos de fuerte dependencia cultural y social y la aparición de nuevos espacios para la pluralidad, la diversidad, el intercambio multicultural y la participación ciudadana a escala global. Es decir, gracias a la nuevas tecnologías la comunicación tiende a democratizarse y va dejando poco a poco de ser monopolio de unas empresas dedicadas tradicionalmente al sector, puesto que se convierte en un canal de comunicación accesible a todo aquel que disponga de un ordenador y una conexión telefónica o eléctrica.

Sin embargo, la adaptación de los ciudadanos al nuevo entorno comunicativo, propiciado sobre todo por Internet, ha sido lenta y, en mi opinión, es todavía un proceso abierto en el cual estamos inmersos. A ello están contribuyendo varios motivos:

1. La limitación al acceso a la tecnología en muchos lugares del mundo bien por motivaciones económicas, o bien por el excesivo temor de algunos gobiernos al desarrollo de estas nuevas formas de comunicación que son prácticamente incontrolables.

2. El analfabetismo tecnológico de gran parte de la población mundial. Especialmente en el segmento mayor de 40 años. En este apartado habría que señalar también la falta de conocimiento y manejo de las TIC.

3. La desinformación. En un mundo en el que la información es vital para ser

competitivo se da la incongruencia de que existen ciudadanos que continúan desinformados por varias razones entre las que podríamos citar:

a) El **exceso de fuentes de información indiscriminadas** que la tecnología pone a nuestro alcance.

b) La **escasez de tiempo para procesar la información** y transformarla en conocimiento.

c) La **carencia de verdaderos profesionales de la comunicación** que sean capaces de discriminar, estructurar y organizar la información de manera que ésta satisfaga las necesidades cognitivas de los usuarios.

Vamos a centrarnos concretamente en dos aspectos clave: las limitaciones al acceso tecnológico y la figura del profesional de la comunicación en el marco de una Sociedad de la Información paradójicamente desinformada.

Limitaciones al acceso tecnológico

Se da la circunstancia de que en China, segundo país del mundo en número de usuarios de Internet, el desarrollo de la Red de Redes se ve como una amenaza al férreo control ideológico del Gobierno. Por este motivo, las autoridades del país han bloqueado el acceso a determinadas páginas, entre las que cabe citar medios de comunicación como la BBC, el Wall Street Journal – incluso el buscador Google ha sufrido algún que otro bloqueo temporal –, además se han cerrado páginas web colectivas y personales así como determinados foros de debate, e incluso se ha prohibido la apertura de cibercafés cerca de las escuelas primarias y secundarios del país bajo el pretexto de “preservar la salud mental de sus 329 millones de menores de edad”⁶.

Algo similar sucedía en el Irak de la postguerra, donde estaba vetado el acceso a las páginas relacionadas con Israel, la política estadounidense o la educación en otros países. Los 57 cibercafés de titularidad pública de la época de Sadam Husein se han convertido hoy en centenares gracias a la iniciativa privada. Sin embargo las conexiones siguen siendo difíciles, lentas y caras⁷.

Pongamos otro ejemplo. Las telecomunicaciones en Cuba son las menos desarrolladas

de América Latina y el Caribe. Los 11 millones de habitantes de la isla no tienen acceso a teléfonos móviles, algo de lo que el Gobierno culpa al embargo impuesto desde hace más de cuatro décadas por EE.UU. Para demostrar, sin embargo, que desde el poder se quiere solventar esta situación las autoridades cubanas afirmaron el mes pasado que este año distribuirían hasta 300.000 móviles. Juzguen ustedes mismos...

Y todo esto sin hablar de los países al tercer mundo que se encuentra a años luz de una conexión a Internet como la conocemos en las sociedades occidentales.

Obviamente las diferencias entre los que tienen acceso a la tecnología y los que aún están lejos, existe. Expresémoslo en cifras: El 70% de los usuarios de Internet vive en los 24 países más ricos, aunque éstos sólo cobijan al 16% de la población mundial. La brecha digital existe pero será mucho menor dentro de unos años, cuando se haya implantado la moderna tecnología que permite acceder a Internet, telefonía y vídeo a través de la red eléctrica. Este sistema abrirá la posibilidad de ampliar la sociedad de la información tanto a zonas rurales como a países subdesarrollados en los que el coste de acceso por teléfono sería impensable, pero donde ya llega la red eléctrica, por lo que los usuarios podrán acceder a la banda ancha y utilizar el teléfono a través de cualquier enchufe de su vivienda.⁸

Sin duda existen iniciativas para tratar de generalizar el uso de las tecnologías en todo el mundo y lograr poner en marcha la aldea global macluhiana en la que cualquier individuo en cualquier lugar podría consultar y confrontar las informaciones sin más limitaciones que las idiomáticas. Una de ellas ha sido promovida por la Organización de Naciones Unidas (ONU). Se trata de la organización de una Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información que se desarrolla en dos fases. La primera de ellas tuvo lugar en Ginebra acogida por el Gobierno de Suiza, del 10 al 12 de diciembre de 2003. En ésta se abordó toda una gama de temas relacionados con la sociedad de la información y se adoptaron una Declaración de Principios y un Plan de Acción en los cuales se manifiesta el compromiso común de “construir una sociedad de la información

centrada en la persona, incluyente y orientada al desarrollo en la que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan desarrollar su pleno potencial en la promoción de su desarrollo sostenible y mejorar su calidad de vida [...]”. La segunda fase tendrá lugar en Túnez del 16 a 18 de noviembre de 2005.

La propuesta de la ONU: Conseguir la implantación de las TIC en todo el mundo para 2015 es todo un reto y, tal vez, una de las proposiciones más igualitaristas y globalizadoras que se hayan hecho en los últimos tiempos. Sin embargo, algo parece preocupar a esta organización internacional. Algo que choca con la vocación liberalizadora de Internet ¿se pueden poner controles al tráfico de información en la Red? En este sentido el pasado mes de marzo la ONU organizó un foro para debatir la “gobernabilidad de Internet” explicando la necesidad de “equilibrar la legitimidad y la transparencia con la innovación y la creatividad”.⁹

La reglamentación de Internet tardará algún tiempo, aunque es un proceso que, a pesar de ir en contra de la vocación liberadora de la Red, se va acelerando paulatinamente. Por otra parte, dada la multiplicidad de conexiones y la facilidad con que uno se hace emisor los reguladores lo tienen francamente difícil.

Sin duda “las tecnologías – entre ellas la web – actúan como mecanismos de refuerzo y de extensión de ideas que se transmiten socialmente a nivel informal y de persona a persona en un espacio global”¹⁰. En este sentido, podemos afirmar que hay consecuencias funestas y otras libertarias. Pongamos dos ejemplos ilustrativos centrados en la actualidad. La Red es mucho más que un instrumento informativo porque permite hacer circular también bulos, rumores, campañas de propaganda y comunicaciones de todo tipo a lo largo y ancho del planeta. La herramienta está ahí pero el uso que se hace de ella puede ser positivo o nocivo, depende de los individuos. Se ha comprobado que Internet se ha convertido en un instrumento muy útil para los terroristas. Según las últimas noticias la amenaza a España como posible objetivo de los

extremistas islámicos circulaba ya en varias páginas en la Red mucho antes del 11-M. Pero también Internet es un canal de comunicación solidaria. El pasado mes de marzo se creó el portal www.quienmeayudo.com con el objetivo de facilitar la toma de contacto entre las víctimas de los atentados en Madrid y las personas que acudieron en su ayuda.

Lo mismo podríamos decir de otros vehículos de comunicación como los teléfonos móviles. A través de esos aparatos de uso común se activaron los detonadores del fatídico atentado que costó la vida a 190 personas en Madrid. Asimismo, el éxito fulgurante de las movilizaciones convocadas vía Internet y a través de mensajes cortos de telefonía móvil (*flashmob*) alcanzó en España el rango de fenómeno social durante los llamados “cuatro días que cambiaron España” (del 11-M al 14-M)¹¹. Como bien indica José Luis Orihuela, Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, la lectura positiva de lo sucedido estos días de conmoción en España es “que la sociedad civil se ha apropiado de la tecnología para comunicar, convocar y movilizar muchísimo más de lo que lo hacen los partidos políticos, las empresas o las instituciones; lo peligroso es que el anonimato de Internet facilita la difusión de rumores y convierte esta herramienta en una tecnología que, en vez de liberarnos, nos somete a los nuevos medios supuestamente independientes. Éstos pueden envenenarnos al difundir su información rápida y sin filtros. Su influencia es inversamente proporcional a la información veraz que ofrecen los medios tradicionales.”¹²

La figura del comunicador digital

En este contexto en el que la tecnología permite a cualquier usuario de la misma participar de forma activa o pasiva en los procesos comunicativos hay quien pronostica que en cinco años cada internauta tendrá su propio portal a través del cual podrá enviar y recibir toda clase de contenidos¹³, en el que la sociedad demanda una mayor cantidad de información, servida de forma más rápida, por más medios y con más opciones, los profesionales de la comunicación, debemos reflexionar sobre el papel que nos

corresponde desempeñar en la era de la Sociedad de la Información¹⁴.

En este sentido se expresa el Profesor de la Universidad Complutense de Madrid, José Luis Dader, al afirmar que “la proliferación de informadores y comentaristas virtuales espontáneos no puede llevarnos a engaño respecto a la necesidad en una democracia madura de un servicio de información de actualidad amplio, contrastado, clarificador y riguroso respecto a los asuntos de máxima trascendencia para la vida pública de las comunidades. Tales condiciones sólo puede garantizarlas un periodismo de calidad y sometido a una exigente criba de profesionalidad, que sin negar – e incluso aplaudiendo – el derecho a la libertad de expresión de cuantos quieran contribuir con su granito de arena electrónica, suministre más allá de ese primer nivel de libertad, un consumado ejercicio de información selecta – tanto en el plano de la descripción de hechos, como del análisis y el contraste de opiniones, con el que facilitar en las mejores condiciones de reflexión y suministro de datos, el ejercicio de la deliberación democrática”¹⁵.

Internet no sólo ha cambiado los modos de acceso a la información por los usuarios, el modelo de comunicación tradicional, la economía mundial y las empresas de comunicación, sino también el perfil del comunicador¹⁶. Surgen multitud de interrogantes al respecto: ¿qu nuevos modelos informativos ha impuesto la Red?; ¿hasta qué punto las tecnologías de la información condicionan la presentación y la propia esencia de la información?; ¿qu cambios se están imponiendo en la propia profesión del profesional de la comunicación?

En este sentido, y como bien apuntan Jaime Alonso y Lourdes Martínez, hoy en día ya no es merceder en exclusiva del apelativo de “comunicador digital” el periodista que trabaja en los diarios y medios de información digitales, sino todo aquel individuo cuya labor se encuentra estrechamente ligada, de una u otra manera, al tratamiento de la información y la comunicación en red. Entre las labores que puede desempeñar un comunicador digital estos autores señalan las siguientes¹⁷:

- **Producir informaciones** utilizando las herramientas propias de la tecnología digital

(hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, etc.)

- **Estructurar y organizar la información** (labor llevada a cabo por las personas que trabajan en los buscadores y directorios as como por las encargadas de filtrar la información que llega a la empresa facilitando únicamente la que es relevante para ésta)

- **Crear y gestionar los flujos de comunicación** en los entornos de comunicación compartidos por varios usuarios (por ejemplo dentro de las comunidades virtuales)

- **Crear y gestionar servicios**. En cuanto que el comunicador hace uso de la tecnología que le permite conocer las necesidades de los usuarios – ya sean éstas comerciales, de entretenimiento y de otra índole – y satisfacerlas.

En mi opinión, para lograr una total eficiencia comunicativa, es decir que el mensaje llegue y sea correctamente decodificado por el receptor final de cualquier actividad relacionada con la comunicación digital, perteneciente o no al sector de los medios de comunicación, ésta deber ser realizada por profesionales de comunicación, es decir, por aquellos individuos que gozan de la cualificación necesaria para el desempeño de la función de buscar, analizar, elaborar y transmitir contenidos que agreguen valor añadido a la información bruta y codificar los mensajes para adaptarlos a las peculiaridades comunicativas que posee el medio digital.

Ahora bien, para hacer frente este reto se impone la necesidad de un reciclaje profesional que capacite a los comunicadores del entorno digital para asumir las nuevas rutinas profesionales que imponen la tecnología digital¹⁸ y que influyen en la manera de “contar las cosas”, esto es, de comunicar.

En virtud de todo lo expuesto anteriormente definiendo la necesidad de devolver al profesional de la comunicación su función informativa en el marco de la moderna Sociedad de la Información; puesto que las fuentes son hoy en día accesibles a cualquiera, esta figura profesional de la comunicación tendrá el cometido de dar las claves de contextualización de las informaciones convirtiéndose en un auténtico

gestor de información y de conocimientos más que un transmisor de contenidos. Esta es su gran aportación a la Sociedad de la Información.

Lo que hoy puede parecer una utopía será posible siempre y cuando las empresas tomen conciencia de los beneficios que les va a reportar un profesional en cuanto a eficiencia comunicacional; cuando los periodistas se preocupen de adquirir las destrezas necesarias y asuman la responsabilidad social de lo que publican; y cuando las Facultades encargadas de formar a estos nuevos profesionales adecuen sus planes de estudio para ofrecer a los futuros profesionales los conocimientos necesarios para acceder al entorno digital capacitándoles en el conocer y dominar las herramientas de la comunicación digital - multimedialidad, hipertextualidad, instantaneidad, interactividad y universalidad¹⁹ y ser hábiles a la hora de seleccionar los hechos relevantes, jerarquizar, profundizar y contextualizar la información.

Frente a esta postura, que tal vez pueda ser tachada de excesivamente optimista existe otra radicalmente pesimista que vaticina que la profesión como tal está en “vías de extinción”. Entre los principales defensores de esta corriente se encuentran el Catedrático Jos Luis Martínez Albertos o el Director de *Le Monde Diplomatique* Ignacio Ramonet. Entre sus causas de la desaparición de los profesionales del periodismo estos autores señalan, respectivamente, la falta de ética a la hora de presentar la realidad²⁰ y la “tiranía de la comunicación” sobre la esfera de la información que, al pasar de ser un bien escaso a abundante, deja de tener valor en sí misma para convertirse en una mercancía de manera que “lo que da valor a la información es la cantidad de personas susceptibles de interesarse por ella, pero este factor no tiene nada que ver con la verdad.”²¹

En este sentido, debo hacer una llamada a la reflexión del lector. Bajo mi punto de vista esa “verdad” a la que hace referencia Ramonet será precisamente uno de los pilares que apoyan mi tesis de que la comunicación digital debe dejarse en manos de los auténticos profesionales puesto que comunicación es también asumir la responsabilidad de aquello que se difunde. La deontología profesional será pues un valor añadido en alza en una sociedad en la que nadamos en una superabundancia informativa descontrolada y, en muchos casos basada más en la especulación y la rumorología que en el verdadero conocimiento. Lo que distinguir al comunicador digital de sus compañeros de otros medios serán los métodos, las técnicas, y las herramientas pero nunca los objetivos: la información veraz, rigurosa y honesta al servicio exclusivo de la sociedad.

Conclusiones

- Internet ha creado una necesidad de comunicación y de interacción con la información de enormes proporciones; sin embargo la excesiva cantidad y redundancia de información amenaza con entorpecer los flujos comunicativos generando situaciones de “incomunicación”, “desinformación” o “intoxicación informativa”;

- Gestionar y organizar de forma estructurada los contenidos y los flujos comunicativos en la Red para evitar las situaciones descritas anteriormente pasa a convertirse en la principal tarea del comunicador digital, un profesional cualificado y capacitado especialmente para establecer procesos comunicativos utilizando las nuevas posibilidades que brinda la comunicación digital, esto es: conjugando los tres parámetros vertebrales que le dan forma: la tecnología, la información y la comunicación.

Bibliografía

Abram, S., “Posicionamiento de los profesionales que trabajan en las bibliotecas especializadas en la post-era de la información” en *Revista de Tecnologías de la Información* n°4. Año I. Maracaibo-Venezuela, Biblio Service C:A, 1999.

Alonso J. y Martínez, L.: “Medios interactivos: caracterización y contenidos”, en **Daz Noci, J. y Salaverría, R.** (Coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, 2003.

Beckett, C. et al., “Desconstruyendo la identidad del homo-digitalis”. En *Revista Comunicación* n° 109. Caracas-Venezuela, Centro Gumilla, 2000.

Calmon, R., “Arancelar los contenidos de los diarios digitales es un camino de ida” en **Blanco, D.**, en *Clarín.com*, número 2775, de 6 de noviembre de 2003, en la dirección: [http://old.clarin.com/diario/2003/11/06/t-654102.htm]

Dader, J. L: *Los cinco jinetes apocalípticos del periodismo español actual* en *Sala de prensa* (www.saladeprensa.org) n° 65 Marzo 2004. Año VI. Vol. 3.

Fernández Morales, I., “Sociedad de la Información e Internet” en **Pareja, Víctor Manuel** (Coord.), *Guía de Internet para periodistas*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 2003.

García De Madariaga, J. M., “El periodista profesional ante la interactividad digital” Comunicación presentada en el V Congreso de Periodismo Digital celebrado en Huesca entre los días 15 y 16 de enero de 2004.

En [http://www.congresoperiodismo.com/actualidad/noticia.asp?idNoticia=15].

Martínez Albertos, J. L., *El Ocaso del Periodismo*, Barcelona, CIMS, 1997.

Negroponte, N., *El mundo digital*, Barcelona, Ediciones B (4ªEd.), 1999.

Pineda Alcázar, Migdalia, “El papel de Internet como un nuevo medio de comunicación social en la era digital”.

En [http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=62], 2003.

Ramonet, I., *La tiranía de la Comunicación*, Madrid, Debate, 2001.

¹ Universidad Católica San Antonio (UCAM) - Murcia (España).

² Isabel Fernández Morales, “Sociedad de la Información e Internet” en Víctor Manuel Pareja (Coord.), *Guía de Internet para periodistas*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), 2003, p. 13.

³ *Ibid.*

⁴ Migdalia Pineda Alcázar, *El papel de Internet como un nuevo medio de comunicación social en la era digital*,

[http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=62], 2003.

⁵ S. Abram, “Posicionamiento de los profesionales que trabajan en las bibliotecas especializadas en la post-era de la información”, *Revista de Tecnologías de la Información* n°4. Año I., Maracaibo-Venezuela, Biblio Service C.A., 1999.

⁶ En China existen más de 80 millones de personas que se conectan a Internet. Estados Unidos es el primer país del mundo en número de usuarios (150 millones). Véase la siguiente noticia: “China prohíbe abrir cibercafés cerca de las escuelas para proteger a los jóvenes” en IBLNEWS (25/03/2004) [http://iblnews.com/news/print.php?id=103913]. En este texto se indica además que según Amnistía Internacional China ha incrementado en un 60% el número de detenciones de cibernautas en los últimos dos años.

⁷ Una hora de conexión cuesta 2.000 dinares (algo más de un dólar). Según una noticia publicada en Libertad Digital (02/12/04) “El uso de Internet, ahora sin censura, se dispara en el Irak de la posguerra” [http://www.libertaddigital.com/./noticias/noticia_1275770873.html] el ciudadano que quiera conectarse a Internet hoy en día tiene tres posibilidades: acudir a un cibercafé, aprovechar las dos horas de conexión gratuitas ofrecidas por el Ministerio de Información de 4 a 6 de la madrugada o comprar un acceso en el Ministerio (50 horas por 28 dólares) que por motivos de saturación sólo se pueden usar a partir de la medianoche y hasta las 6 de la mañana.

⁸ La red eléctrica es una red “global” que llega a los lugares más remotos que podamos imaginar. Se estima que 3.000 millones de hogares del mundo tienen acceso a la red telefónica, frente a los 8.000 millones de hogares que cuentan con red eléctrica. *Op. cit.* “Empresa valenciana diseña un chip para la transmisión de Internet por la luz” en:

[http://iblnews.com/news/noticia.php?id=94664&PHPSESSID=ccb22627160e051d45f0daae689ce9bf] [Consulta: 11/12/2003].

⁹ Véase [http://www2.cronica.com.mx/nota.php?idc=116960]

¹⁰ C. Beckett et al., “*Desconstruyendo la identidad del homo-digitalis*”, *Revista Comunicación n° 109*, Caracas-Venezuela, Centro Gumilla. 2000, p. 59.

¹¹ El sábado 13 de marzo, jornada de reflexión anterior a las elecciones generales el tratamiento de la información sobre el 11-M se conjugó con las nuevas tecnologías para sacar a la calle a miles de personas. En 24 horas se dieron la vuelta los sondeos electorales y de las urnas salió un Presidente del Gobierno que unos días antes veía incierta su victoria. Véase el artículo “Pásalo” en *La Razón digital* de 26/03/2004 [http://www.larazon.es/ediciones/anteriores/2004-03-24/noticias/noti_rep03.htm]

¹² *Íbid.*

¹³ Así lo ha declarado, por ejemplo Tom Hogan, Director General de Vignette, una de las empresas líderes en el mercado de gestión de contenidos en Internet que soporta los portales y aplicaciones web de más de 1.600 empresas e instituciones -entre ellas Telefónica, Vodafone y Amena.

¹⁴ Es muy interesante el trabajo realizado por un equipo de profesores de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) en el que también ha colaborado el Profesor Jerome Aumente, Director del Journalism Research Institute (JRI). Se trata del PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PMAFI-PI-07/1C/01 “Transformaciones e innovaciones en las estrategias, protocolos y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos

tecnológicos”, cuyos resultados se publicarán en breve en un libro titulado *El comunicador digital*. Un avance del mismo puede consultarse en <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/g24.htm>.

¹⁵ Jose Luis, Dader, “*Los cinco jinetes apocalípticos del periodismo español actual*, *Sala de prensa* [<http://www.saladeprensa.org>] n° 65, Marzo 2004, Año VI, Vol. 3.

¹⁶ Nicholas Negroponte (1999:32) afirmaba ya en 1995 que “Ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo. Surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industriales locales de proveedores de información y entretenimiento”.

¹⁷ Jaime Alonso y Lourdes Martínez, Medios interactivos: caracterización y contenidos, en Javier Daz Noci, y Ramón S (Coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003, p. 281.

¹⁸ En este sentido el periodismo digital tiene por delante un gran reto: desarrollar un lenguaje apropiado para el nuevo soporte en el que convergen texto, audio, imágenes fijas y en movimiento y bases de datos y adaptado a un nuevo modelo de comunicación en la que el receptor (usuario) decide qué contenido quiere recibir, cómo y cuándo lo quiere.

¹⁹ Jaime Alonso y Lourdes Ortiz, *Op. cit.*, p. 264.

²⁰ José Luis Martínez Albertos, *El Ocaso del Periodismo*. Barcelona, CIMS, 1997.

²¹ Ignacio Ramonet, *La tiranía de la Comunicación*. Madrid, Debate, 2001.