

Los editores advierten de que "no se puede traficar" con sus contenidos en Internet "como si no costaran nada"

El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (Aede), Antonio Fernández Galiano, señaló este lunes que un artículo o un reportaje "cuesta mucho" a los editores "cuando se ha elaborado bien" y advirtió de que "no se puede estar traficando --en Internet-- con el contenido como si no costara nada". Durante la inauguración de la jornada Medios de Comunicación y Ciudadanía, organizada en Madrid por Aede con la colaboración de Telefónica, Galiano reconoció que los nuevos soportes tecnológicos ofrecen al ciudadano "grandes posibilidades donde elegir", pero afirmó que, con la irrupción de las nuevas tecnologías, también "surge el problema" de la propiedad intelectual de la información.

En este sentido, recordó que los editores tienen que invertir "cantidades importantes" para llenar de contenidos sus medios y, debido a la manera en que actualmente está organizado Internet, "al final el producto resultante acaba en manos de cualquiera". "Perdemos ese producto como fuente de financiación", se quejó Galiano, quien en alguna ocasión se ha mostrado contrario al uso que algunos agregadores de contenidos como Google News hacen de las noticias.

Asimismo, aunque el presidente de Aede se mostró convencido de que los medios de comunicación se encuentran en una "profunda crisis", señaló que la labor de los diarios debe seguir siendo elaborar "información fiable y de calidad" para el ciudadano que le proporcione "los elementos necesarios para conformar un criterio fundamental a la hora del juego democrático".

Por su parte, la directora del International Press Institute (IPI), Alison Bethel, indicó que la información de calidad "es tan vital como el aire limpio" para la democracia y apuntó que las nuevas tecnologías suponen un reto para los medios tradicionales que tiene que "ser más concisos" y entender que "las salidas --de la información-- ya no están limitadas a las páginas de los periódicos". En este sentido, valoró la versión para Internet de 'El Mundo', Orbyt.

Asimismo, hizo un llamamiento a los gobierno para que no "restringan" la distribución de la información y recordó que el IPI ha condenado la sentencia contra dos periodistas de la Ser por desvelar una lista de presuntas afiliaciones irregulares al PP de Madrid y la petición de tres años de cárcel e inhabilitación profesional para el subdirector de 'El Mundo' Antonio Rubio por un supuesto delito de 'revelación y descubrimiento de secreto'.

Sobre la propiedad intelectual, Bethel expuso la posición de Rupert Murdoch, propietario de News Corporation, que ha emprendido una campaña en contra de los agregadores de contenidos como Google News, que, a su juicio, "roban el periodismo de los medios", y el de Google, que afirma que "no está

robando sino beneficiando" a los medios, que gracias al buscador tienen "más fuentes que nunca" y "más lectores que nunca". "Es un tema que no podremos resolver aquí", subrayó.

"Negocio de personas"

Por su parte, el presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid, Fernando González Urbaneja, reivindicó la labor de los periodistas en los medios de comunicación y señaló que el sector de los medios es "un negocio de personas, de personas bien formadas". Asimismo, recordó que "los ciudadanos son los que sustentan el negocio" y pidió a los medios un esfuerzo para ofrecer "datos fiables".

Mientras, el decano del Colegio de Periodistas de Cataluña, Josep María Martí, afirmó que "la larga lista de suposiciones basadas en espejismo tecnológicos" que pronosticaban que "todo el mundo puede ser periodista" no se han visto confirmados y se mostró convencido de que en la "nueva etapa" va a ser "necesario que continúe habiendo empresas solventes con conocimiento" y "que sigan existiendo profesionales preparados". Por último, el secretario general de Telefónica, Luis Abril, reconoció que el futuro del sector es "una incógnita grande", aunque coincidió en que "este es un negocio de personas".

"Todo lo que trate de sustituir el talento por 'commodity' significará el final del periodismo de calidad", subrayó Abril, quien afirmó que "la independencia económica" de los medios "se hace más necesaria que nunca", así como que en el futuro el papel de los medios de comunicación "va a tener que ver" con las empresas de telecomunicaciones.

Directores de medios de comunicación advierten de que "no todo lo que se difunde en Internet es periodismo"

Directores de distintos medios de comunicación advirtieron de que no toda la información que circula por Internet es "periodismo" y apostaron por la "calidad" y una "mayor formación" de los periodistas, frente a la corriente de "pesimismo" que afirma que "la prensa se muere" debido a la irrupción de las nuevas tecnologías.

Así, durante las jornadas Medios de comunicación y ciudadanía en la sociedad de la información, organizada por la Asociación de Editores de Diarios Españoles (Aede) y Telefónica en Madrid, el director de Abc, Angel Expósito, afirmó que "no todo lo que se difunde en la Red es periodismo" y se quejó del "exceso contaminante de productos supuestamente periodísticos" que compiten con los medios de comunicación en Internet.

En este sentido, el director de Abc calificó de "eufemismo" el nombre de "periodismo ciudadano" para calificar la información escrita en blog o en redes sociales por usuarios no profesionales de la

información y se mostró convencido de que, ocurra lo que ocurra con las nuevas tecnologías, " la información seguirá haciéndose por periodistas".

Por otro lado, afirmó que el futuro del sector pasa por "redimensionar los modelos, redefinir la oferta y que coexistan todos los modelos". En este sentido, señaló que actualmente "hay demasiadas" cabeceras y subrayó que "muchas no podrán aguantar" la crisis económica, que calificó de "tormenta perfecta". "No tiene sentido que haya seis periódicos nacionales y cuatro económicos", insistió Expósito, quien apuntó que "esta revolución va a producir muchísimo dolor desde el punto de vista laboral", pero que las empresas que superen la crisis, lo harán "reforzados".

Por su parte, el director de Europa Press, Javier García Vila, aunque reconoció que es cierto que se está pasando por "uno de los peores momentos de la profesión periodística", se mostró convencido de que "los periodistas siguen siendo imprescindibles aunque sólo sea para contar historias" y de que "no todo el mundo puede ser periodista".

Además, apostó por una mayor formación de los profesionales del periodismo. Así, afirmó que para ser periodista "hace falta curiosidad, perseverancia, formación, criterio e interés" e insistió en que "no vale cualquier cosa" que se publique en Internet, a pesar de que las nuevas plataformas hayan provocado que "algunas personas se planteen que el intermediario no es necesario". Asimismo, reivindicó el diario de papel en una democracia y señaló que un periódico es "una cosa mucho más amplia" que "un contenedor de noticias".

"Es una propuesta ética de organización social", aclaró. Mientras, el director de Público, Jesús Maraña, calificó de "sospechoso" la "unanimidad de que la prensa se muere" y abogó por "la apuesta por la calidad" como forma de diferenciar los artículos realizados por periodistas de la información que se publica por el resto de usuarios en Internet.

No obstante, pidió "humildad" y aunque coincidió en que "a lo mejor el periodismo ciudadano no es periodismo", afirmó que es una "forma de comunicación" que hay que respetar. "Si tenemos algún futuro es la calidad de lo que hacemos, debemos hacerlo mejor que el ciudadano de a pie que ya tiene todos los medios para comunicar, nos va la función en ello", subrayó. Además, se lamentó de que la prensa no se ha "cansado de pegarse tiros en la rodillas" en la última década haciendo creer a la nuevas generaciones que la información que se publica en Internet es "gratis" cuando no es así.

El director de Diario Noticias, Joseba Santamaría, abogó por su parte por desarrollar en cualquier soporte "un ejercicio de periodismo honesto" y señaló que "guste o no" la imagen de los periodistas se ha deteriorado en los últimos tiempos. "Los periodistas y los medios de comunicación son de los peor valorados en las encuestas", subrayó. En este sentido, abogó por reflexionar sobre "el porqué ocurre eso" y el motivo por el que los medios de comunicación han perdido credibilidad.

"Si queremos abordar la crisis no sólo hay que hablar de las empresas, hay que hablar de los periodistas, recuperar esa idea del periodismo como ejercicio profesional en el que tiene que ver la ética para situarnos ante los ciudadanos con cierta credibilidad", concluyó.