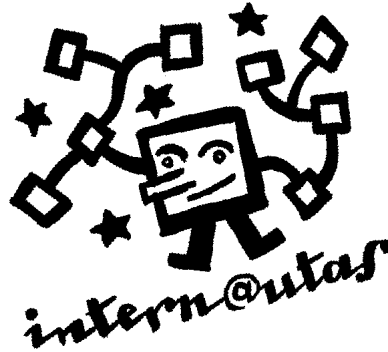




Tinta Digital?

*Ponència presentada per Carles Bellver Torlà i Jordi Adell Segura
al IV Congrés de Mitjans de Comunicació. Setmana dels Premis Octubre, València 1995*



La utilització de la Internet als mitjans de premsa

Després d'una fase de desenvolupament al CERN que va durar més de tres anys, la tecnologia del World-Wide Web es va difondre per les universitats d'arreu del món. Però la facilitat d'utilització del sistema va servir precisament per a traure la Internet del reducte universitari. I les seues possibilitats van començar a trobar múltiples usos imprevists, que són els que han motivat l'interès del públic i han omplert les pàgines dels diaris i les pantalles de televisió: el teletreball, la compra i venda de productes, o la publicació electrònica, per exemple. En tots aquests camps, la Internet és ara mateix un formiguer. Les expectatives i les iniciatives comercials fan córrer la tecnologia. Resulta impossible pronosticar què es podrà fer i que es farà d'ací a uns pocs anys, o fins i tot d'ací a uns mesos. Però en tot cas, amb les tecnologies actuals ja tenim disponibles alguns prototips d'aqueix futur immediat, i ens podem afegir unes quantes coses.

La premsa és un dels sectors involucrats en aquest maremàgnum. En aquest moment [octubre de 1995] més de quatre-cents diaris de tot el món ofereixen serveis a la Internet per mitjà del WWW. Steve Outing manté una llista de diaris online: Newspaper Services Accessible on the Internet. La major part es troben, és clar, als EUA, però fins i tot a Espanya també n'hi ha uns quants. Els primers van ser catalans: L'AVUI, El Periódico de Catalunya i La Vanguardia. Després s'hi van afegir l'ABC i altres. El nombre creix ràpidament, és una mena de cursa, tant ací com a tot el món.

Què ofereixen aquests diaris a la Internet? El més normal és que posen gratuïtament a l'abast del públic versions electròniques de les seues edicions diàries. Cada matí podem llegir als monitors les mateixes notícies que als fulls del diari, amb el mateix text i, amb una mica de sort, amb les mateixes fotografies. És com si fora la mateixa publicació però l'hagueren impresa a la pantalla amb tinta digital.

És això tot el que podem esperar? Creiem que no.

Ens agradaria transmetre sobretot aquesta idea: que el paper imprès i la Internet són medis de publicació i de distribució distints. A la Internet, la informació es busca, es troba i es llegeix d'una altra manera, i també s'escriu i es presenta o s'hauria de presentar d'una altra manera. Els usuaris avesats de la xarxa són conscients de les diferències, perquè formen part de la seua pràctica quotidiana. No és que la premsa online no tinga res a veure amb la premsa dels quioscs. Òbviament, un servei de premsa online ha de partir de la metàfora del diari si vol mantenir la clientela, simplement perquè el diari és el producte que el públic coneix des de sempre. Les novetats es comprenen sempre en termes de les coses antigues i ja conegudes. Ignorar o no respectar la metàfora del diari té un perill, que és la incomprensió i l'abandó del públic. Però el perill d'encadenar-nos a la metàfora és construir un producte que no s'ajuste a les característiques del nou medi ni aprofite les noves possibilitats, i resulte incòmode i inútil, i per tant a mitjà termini el resultat seria el mateix: que no interessaria el públic.

Les empreses de comunicació que més esforços han dedicat a la transformació de l'edició impresa en un servei online, li han donat moltes voltes. En general, tots consideren que els elements mínims essencials que cal conservar són: la primera plana, els titulars i les seccions. És a dir, un periòdic online pareix que també ha de tenir una primera plana, pot estructurar els continguts en seccions i pot presentar aquests continguts per mitjà de titulars, igual que els diaris impresos. Però, què hi ha d'haver darrere de la primera plana, dins de les seccions i davall dels titulars? Ací no podem donar una resposta completa i definitiva, però almenys podem enunciar una sèrie de consideracions que aclarisquen la qüestió, combinant el que un usuari de serveis online pot demanar amb el que la tecnologia pot proporcionar avui mateix.

Les possibilitats de la tecnologia

Multimèdia. Il·lustracions, vídeo i so
El primer que cal remarcar és que una pàgina del WWW pot contenir text i imatges, igual que un

full imprès. Però amb un avantatge: no hi ha limitacions d'espai estrictes. Ni les dimensions de les columnes, ni l'espai de la publicitat, condicionen un número invariable de línies o de caràcters. Això hauria de permetre contar les històries senceres i il·lustrar-les generosament, sense més limitacions que les que imposen l'estil, la claredat, la legibilitat, etc.

D'altra banda, les possibilitats multimèdia del WWW no es limiten a les imatges estàtiques, a les fotografies o els diagrames: també s'hi poden incloure, per exemple, seqüències de vídeo o gravacions de sons o veu. Per tant les mateixes imatges que als noticiaris de televisió són la sensació del dia o de l'any, com una jugada en un partit de futbol, o qualsevol actuació de Boris Ieltsin o del president de les Corts Valencianes, poden formar part de les planes del WWW.

Hipermedia. La Biblioteca Virtual

L'altre element bàsic del WWW són els enllaços, l'hipertext. Aquesta ha de ser una clau de la premsa online: les notícies que es redacten poden enllaçar-se amb qualsevol informació relacionada. Aquest plus proporciona un valor afegit als articles. Els enllaços poden portar, per exemple, a explicacions annexes que aclarisquen punts concrets. Una mena de notes al marge, com els requadres que s'utilitzen habitualment als diaris impresos. Per exemple, quan es dona la notícia de la concessió del Nobel de Medicina, s'hi pot incloure un enllaç que esbosse breument les teories o els descobriments que són la raó del premi, i un altre amb una nota biogràfica del científic. Però l'hipertext ens pot portar també a edicions passades: si es transcriu, per exemple, les declaracions d'algun personatge públic sobre la política econòmica del Govern, amb un clic podríem comparar-les amb les posicions oficials d'abans de l'estiu.

Finalment, per aquest camí podríem aprofitar també fonts externes. El WWW és, entre altres coses, una enorme biblioteca virtual. Hem dit que hi ha més de quatre-cents diaris al WWW, però és que a més a més hi ha milers d'altres serveis d'informació, oferts per departaments universitaris, organismes estatals, editorials de tota mena, tota mena d'empreses... Per a quasi qualsevol tema que es vulga tocar en un article, hi pot haver informació disponible a la Internet. Imagineu una

notícia que té a veure amb una llei promulgada per les Corts Valencianes. La Generalitat, pel seu compte, fa temps que publica el text del DOGV a la Internet. Per tant, l'article podria proporcionar fàcilment al lector el contingut de la llei per mitjà d'un simple enllaç, sense que el redactor s'haja d'encarregar de copiar-la.

Periodicitat. Informació al minut

Una altra cosa que podria canviar a la Internet és la periodicitat de les edicions. La periodicitat diària és un imperatiu de l'altre medi, del paper. En algun moment s'ha de posar en marxa la impremta i s'han de repartir els fulls, i més d'una vegada per dia resulta costós. Però les notícies passen quan passen, en qualsevol moment del dia, i d'altra banda hi ha articles o seccions que ni tan sols són estrictament notícia i no tenen una vinculació forçosa amb un dia concret. Per exemple: reportatges, articles d'opinió, crítiques de llibres i de pel·lícules o suplements temàtics.

A la Internet, no hi ha per què seguir aquest imperatiu del paper. És més natural presentar taulers de notícies que es vagen revisant al llarg del dia, al costat de seccions que duren tot el dia i altres, per exemple, la setmana sencera, com alguns suplements. Això ja ho fan alguns serveis de premsa online: San Jose Mercury News, per exemple.

Amb cert tipus d'informacions ja feia temps que açò era habitual, a la xarxa: la Universitat d'Edinburgh actualitza les imatges del Meteosat tres vegades per dia; la Borsa de Madrid actualitza les cotitzacions al WWW cada deu minuts. La premsa pot aprofitar tot això, i en pot prendre exemple.

Hemeroteques online.

La memòria il·limitada

I després, quan l'actualitat de la informació passa, quan les informacions caduquen, tot es pot arxivar i quedar accessible per sempre. Les edicions passades es poden guardar automàticament als discs, però això no serveix de res si no disposem de bases de dades d'aquests arxius i mecanismes de recerca que ens permeten trobar-hi el que volem. No és prou, per posar un exemple, que puguem recuperar l'edició del dia 31 d'agost de 1995. Si un busca la informació dels primers atacs de l'OTAN a Bòsnia, no hauria de ser necessari que recordara quin dia es van ressen-

yar, i a més a més, segurament també voldrà trobar el que es va publicar sobre aquest tema els dies següents. Hauria de ser prou preguntar pel tema en un camp de text i obtenir una llista dels titulars dels articles rellevants. I després, amb un clic damunt del titular, obtenir el text complet de l'article.

Tècnicament, això ja es pot fer, i de diverses maneres. Per a crear i mantenir bases de dades d'aquest tipus hi ha dos camins: la intervenció de professionals, d'especialistes que revisen i indexen cada article i l'introduïsquen a la base de dades, o l'automatització del procés per mitjà d'eines de software. Els resultats més bons, més intel·ligents, més adequats, en definitiva, potser els produeixen encara els especialistes humans, però el seu cost és en comparació més elevat. Cal tenir en compte el volum de la informació que han de processar diàriament, i per tant el nombre de gent que se n'ha d'encarregar.

La segona opció és la que representa WAIS i altres programes per l'estil. WAIS és un software que crea automàticament índexs de tot el text publicat i efectua les recerques que demanen els lectors. Es tracta d'un procediment relativament sofisticat que mig entèn preguntes en llenguatge natural. Continuant amb l'exemple anterior, podríem preguntar-li: "Quin dia es van produir els primers atacs de l'OTAN a Bòsnia?", així, tal com sona, sense paraules clau, i respondria amb una llista ordenada dels documents arxivats que són rellevants per a la pregunta.

Hi ha una aplicació concreta d'aquests mecanismes d'arxivament i de recerca que els diaris estan trobant particularment interessant: els anuncis classificats. Penseu la utilitat que pot tenir això, per a certs tipus de clients: poder seleccionar tots els anuncis d'un fabricant determinat, o tots els d'un sector econòmic determinat, o, per altra banda, les demandes de personal que s'ajusten al perfil d'un.

Edicions personalitzades. The Daily Me

Una aplicació revolucionària de la tecnologia de bases de dades és aquesta: les edicions personalitzades. És clar que cada lector s'interessa per unes coses i no per altres: pels esports i l'economia però no per la tauromàquia, per exemple. La premsa impresa pot fer, com a molt, edicions

locals, però no edicions personals per a cada subscriptor. En canvi la Internet sí que es pot permetre aquest luxe. És el que se sol anomenar Daily Me. El secret consisteix a definir un perfil d'interessos amb paraules clau o descripcions que identifiquen les preferències de cada u, i després se li pot servir el seu diari personal. Els ingredients, fins i tot podrien venir de fonts distintes: la informació comarcal d'un diari local, i la política internacional de Le Monde.

S'han utilitzat les dues vies esmentades abans: l'automatització amb WAIS la fa servir Ensemble, que distribueix seleccions personalitzables del New York Times i The Wall Street Journal, i la intervenció d'especialistes és l'opció, per exemple, de Newpage, un servei que permet seleccionar notícies de més de 500 fonts.

Interactivitat. En contacte amb els lectors Una experiència que han tingut els responsables de les publicacions que hi ha a la xarxa és que els lectors esperen contactar amb els redactors i els editors per correu electrònic. Les eines de la Internet, començant pel correu electrònic, acurten i relativitzen la distància entre els productors de la informació i els consumidors. El lector d'un diari de paper espera comptar amb una secció de cartes al director per expressar la seues opinions, els seus suggeriments, o les seues queixes. Per al lector del nou medi això no és prou, espera molt més: espera que aquells que signen la informació, se'n facen càrrec i estiguen disposats a respondre per correu electrònic pel que han dit. És la pràctica habitual a la Internet. Si els diaris volen donar satisfacció a aquesta demandes dels nous lectors caldrà proporcionar, almenys, grups de discussió, de l'estil de les news, on es puguin comentar i discutir els articles i les notícies que surten a l'edició online, i adreces de correu per als redactors, els quals s'hauran d'acostumar a rebre notes i a dialogar amb els lectors, dins dels límits que siguin.

Conclusions : una amenaça d'extinció

La idea principal és que la Internet és un nou medi de publicació, un medi distint, amb noves

possibilitats i nous requeriments. A la Internet, la informació es llegeix i s'escriu d'una altra manera, i les relacions entre les persones que llegeixen i escriuen és també distinta. Tot això, és clar, representa molta feina per fer, i noves habilitats que caldrà aprendre. Per als diaris, la Internet no pot ser només cosa d'uns informàtics que s'encarreguen de posar les planes a les pantalles. Un exemple actual: The Washington Post ha creat una companyia subsidiària, Digital Ink Co., amb uns quaranta treballadors permanents, per fer-se càrrec exclusivament de l'edició electrònica.

La feina haurà de ser, inevitablement, distinta. Els nous periodistes necessitaran habilitats noves. La informació s'haurà de redactar a propòsit per al WWW, si és que es vol aprofitar els avantatges del nou medi. Una notícia extreta tal qual de l'edició impresa ja es va escriure sota les limitacions d'espai pròpies del paper, i potser fins i tot es va retallar, i si la il·lustrava alguna imatge, potser havia calgut triar-ne una sola i rebutjar-ne d'altres. Mantenir aquestes restriccions a la versió online manca de justificació. I també serà injustificat no incloure seqüències de vídeo, quan siguin rellevants, i enllaços amb altres informacions importants, si existeixen. No és excusa que tot això, al paper, no hi figure.

Això, és clar, requereix que els periodistes tornin a aprendre a escriure, a escriure d'una altra manera. Vannevar Bush, el pare intel·lectual de l'hipertext, deia que pensem així, connectant les coses, que no pensem linealment, sinó que seguim associacions múltiples i simultànies. Però la tecnologia d'escriptura que ha existit fins ara, el paper i el bolígraf o el processador de texts, ens ha obligat a imposar al pensament un ordre seqüencial, lineal, una cosa darrere de l'altra des del principi fins al final, sense desviacions. Això és el que hem après i és el que hauríem d'oblidar, en part. Aprendre a escriure hipertexts requerirà que oblidem una part del nostre entrenament previ d'escriptors de texts.

I a més d'aprendre a escriure hipertexts, caldrà que els periodistes aprenguen a treballar a la Internet per localitzar tot el que sigui rellevant per als seus articles. Hi ha milers de serveis d'informació disponibles a la Internet. És obvi que aquest cabal no es pot desdenyar. Ben aprofitat permet enriquir el text molt econòmicament amb

recursos externs, però cal saber-los trobar. O siga, cal que els redactors coneguen les eines de la Internet: el sistema de notícies, les llistes de correu, les bases de dades WAIS, els serveis de recerca del WWW, etc. No és prou que el diari pose les pàgines a la Internet. Cal que es redacten a la Internet i pensant en el públic de la Internet.

Es reorganitzarà la feina de les redaccions. De fet, en algun moment no caldrà ni que existisca la redacció com a espai físic en què els periodistes executen tots plegats l'última fase de la seua feina. Podran treballar des de casa, o des del lloc on es produeix la notícia, o des d'on siga. Això no són fantasies, ja es fa: la redacció de l'*American Reporter*, un diari que només existeix a la Internet, és la Internet. Els redactors viuen i treballen en ciutats distintes, arreu del món. El seu únic lligam és el correu electrònic. Aquesta redacció té una existència únicament virtual, com deia Ryan Donmoyer a l'*Internet World* de setembre de 1995, però el producte és molt real: té una audiència diària de milers de persones.

No hem dit, per cert, per què les empreses de comunicació haurien de voler comerciar en aquest món digital. Això, segurament, ens ho haurien de contar ells. Pareix que la intenció de la majoria ha estat acumular experiència per a quan calga tenir-la en un futur pròxim, i també guanyar-se una imatge d'abanderats de la tecnologia. Molt pocs intenten convertir-ho ara mateix en un negoci, i encara menys ho han aconseguit ja. Una línia que va definint-se consisteix a oferir gratuïtament el text de les notícies, o almenys els titulars, o un resum, i fer pagar pels serveis afegits: les recerques en l'hemeroteca, els fòrums de discussió, les edicions personals, etc. Tampoc no hem dit si les edicions de paper desapareixeran o no. Pensem que això és un dilema simplista i fals. Hem preferit explicar coses concretes: uns quants serveis nous que es pot donar, i alguns dels vells que ara és possible donar més bé a les pantalles. Ja anirem veient què queda per al paper, per a què és millor el paper. En tot cas, al sector de la premsa hi ha la percepció que el futur va per aquest camí, que les noves possibilitats són un nou mercat, i que si hi volen competir i no perdre'l hauran d'aprendre a fer la mena de coses de què hem parlat avui. És significatiu que el millor servei de notícies que es fa

al WWW siga el de la CNN, una companyia no vinculada al paper. Si no s'afanyen, pot ser certa l'amenaça d'extinció que Michael Crichton llançava en un article titulat '*Mediasaurus*' fa un parell d'anys: els mitjans de comunicació d'avui, deia, són el combustible fòssil de demà.

Algunes lectures interessants

Pràcticament tota la informació important sobre diaris online és recopilada per Steve Outing en l'*Online Newspaper Services Resource Directory* (<<http://www.mediainfo.com/edpub/e-papers.home.page.html>>).

Algunes lectures que ens han resultat especialment profitoses són les següents:

Vannevar Bush. As We May Think (publicat parcialment en castellà per Anaya Multimedia al volum 'CD-ROM. El nuevo papiro'). Aquest article, escrit l'any 1945, donava la idea d'una eina que permetera seguir tots els fils de la informació. Llavors era només un somni, però ara fa l'efecte que parla del WWW.

Melinda McAdams. Inventing an Online Newspaper (<<http://www.sentex.net/~mmcadams/invent.html>>). El relat del procés de creació d'un diari online a partir d'un diari de paper, *The Washington Post*.

David Craknell. A study into the future of newspapers on the Internet (<<http://www.warwick.ac.uk/guest/cracknell/nwww.html>>). Un estudi del futur de la premsa en el medi digital. ✍

