



*Homenaje*

# Mariano Cebrián Herreros

## (1943~2013)

BEATRIZ SZNAIDER

*Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad mediatizada  
Año IV, # 10, Segundo semestre 2013  
Buenos Aires ARG | Págs. 166 a 169

Conocimos personalmente a Mariano Cebrián Herreros cuando en el mes de septiembre de 2011 nos visitó en la Facultad de Ciencias Sociales, UBA, para disertar sobre la radio y sus transformaciones en el nuevo ecosistema mediático. Unos meses después tuvimos la oportunidad de acompañarlo en una nueva visita que realizó acompañado por su encantadora esposa. El anuncio de su temprana muerte nos sorprendió y conmovió. Cebrián Herreros fue un autor prolífico y también, un hombre de los medios. Fue catedrático de Teoría y Técnica de la Información Audiovisual desde 1983 en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Trabajó durante 15 años en la Radiotelevisión Española en diversos programas, puestos de responsabilidad y dirección de investigaciones y fue representante de Radiotelevisión Española en el Comité de Televisión Escolar de la Comunidad Europea desde 1977 hasta 1980. Es autor individual de más de una veintena de libros, entre otros: *Géneros informativos audiovisuales; Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación; La radio en la convergencia multimedia*. Su último libro fue *La Radio en Internet*, publicado en 2008 en Buenos Aires por Editorial La Crujía. Tuvo la gentileza de prologar el libro del director de esta revista, *La captura de la audiencia radiofónica* (Liber Editores, 2012). También fue coautor de más de ochenta libros y autor de más de un centenar de artículos científicos. Miembro del Comité Científico de casi 20 revistas científicas nacionales y extranjeras, organizó diversos congresos nacionales e internacionales e impartió múltiples cursos de doctorado y de formación profesional relacionados con la televisión, el periodismo audiovisual, contenidos de la RTV digital y nuevas tecnologías de la comunicación e información. Dictó conferencias en la mayoría de las universidades españolas, europeas, en varias de Estados Unidos y de América Latina, y fue presidente de diversas instituciones de investigación como la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (AICE), la Asociación para la Comunicación Empresarial e Institucional (ACEI) y la Asociación Española de Cine e Imagen Científicos. Recibió múltiples premios y reconocimientos por su obra.

De una entrevista publicada en 2010 en la **Revista Oficios Terrestres**, UNLP (Vol. 26 N° 26), realizada por Lucía Casajús, extraemos varias de sus líneas de reflexión para continuar pensando a (y con) un autor abierto a incorporar la novedad mediática en el proceso mismo que esta se iba generando, sin perder de vista la complejidad que ese hecho le genera al investigador y reconociendo los cambios que implicó Internet en todo el circuito de producción económica, discursiva y de consumo de mensajes en los distintos medios de comunicación.

167

“Estamos ante una plena transformación tanto desde el punto de vista tecnológico, como desde el punto de vista de contenidos, de tratamientos y sobre todo desde el punto de vista económico, ante la crisis mundial económica y financiera que está repercutiendo enormemente en los medios de comunicación. Por lo tanto, hemos entrado en una fase de transformación, de ir hacia otro punto sin saber cuál va a ser ese planteamiento final. De momento vemos que esa experimentación y renovación de los medios que podía traer la innovación tecnológica, está bastante frenada y vamos a ver verdaderamente cómo evoluciona y cómo se desarrolla. Yo entiendo Internet como una plataforma de medios o de cibermedios. No solamente como un medio único, puesto que en esa plataforma se están incorporando los medios tradicionales, de ahí que hablemos de la ciberprensa, la ciberradio o la ciber televisión, además de todos los impulsos que está dando la propia Internet para generar medios propios, otros nuevos sistemas de información y nuevos modelos de comunicación. Internet es una enorme complejidad de procesos comunicativos y de informaciones de todo tipo, informaciones con rigurosidad, informaciones con menos rigurosidad, informaciones no veraces junto a otras con enorme veracidad, y nos plantea todo un reto tanto para la investigación como para la elaboración de la información, y sobre todo para detectar la calidad, la información válida de aquella otra que hay que descartar totalmente, y esto repercute forzosamente en la percepción que puede tener la audiencia a través de la información que obtiene de Internet. Hay que hacer investigación justo en los momentos en que se están produciendo los fenómenos. Esta es la gran novedad que nos está trayendo Internet. Porque Internet es un proceso que está tan acelerado que cada año tenemos algunas novedades importantes y trascendentes. Es decir que fueron los primeros servicios de Internet, tanto de correos electrónicos como de chats, de foros, etc., hasta la presencia posterior de los blogs, actualmente ya de los micro-

blogs, podcastings y otras situaciones, que van cambiando de lo que ha sido la Internet como un sistema o soporte más de difusión a una plataforma de nuevos planteamientos, nuevos modelos de comunicación interactiva, nuevos usos, intercambios de papeles entre usuarios-promotores y usuarios-receptores. Esto está repercutiendo en que la investigación tenga que estar constantemente muy atenta a todo ese cambio para poder seguirlo de cerca. Esto lleva consigo a que haya que crear unas metodologías y unas técnicas nuevas que vayan observando el fenómeno en su propio proceso, con las tendencias, y ver qué datos son los que se están obteniendo, fundamentalmente, a mi modo de ver, para la construcción del nuevo modelo de comunicación interactiva que está generando Internet. Hay que tener en cuenta el propio cambio, la transformación de Internet, como en toda investigación. Aquí no podemos hacer un corte y separar, sino que hay que ver lo anterior, lo actual y hacia dónde va si queremos tener una visión de conjunto de la propia Internet (...). (Ante) Estos cambios tan acelerados, tan precipitados, hay que sacar conclusiones que tienen que estar sometidas de nuevo a revisión por los propios cambios que se están produciendo en Internet. De ahí que no podemos tener todavía conclusiones de comportamientos sobre Internet, sobre aportaciones que está dando, sino simplemente conclusiones provisionales en espera de que se vayan confirmando o descartando. La radio misma ha tenido una evolución bastante clara en el uso de Internet. Se inició el proceso mediante el volcado de la programación de la radio tradicional en Internet, es decir el uso de Internet como mero instrumento, como otro sistema más de difusión. Posteriormente, se pasó a una situación de creación de emisoras dentro de Internet para resolver el problema de la restricción radioeléctrica que no permite que todo el mundo pueda difundir. A partir de Internet cualquier persona particular puede crear su propia emisora, pero inicialmente estas emisoras copiaron los mismos modelos de la radio tradicional. Y posteriormente se ha pasado ya a una fase en la que la programación radiofónica adquiere otro tipo de planteamientos, de fragmentaciones, sea por programas, sea por secciones dentro de cada programa, por entrevistas, por crónicas, por reportajes, etc., para que sea el usuario, en un tiempo distinto al de la emisión, el que pueda acudir a buscar esa información

y que además pueda hacerlo interactivamente, bien con la máquina, bien con la propia información o bien con otros usuarios para entablar un diálogo, un debate en torno a un contenido. En ese aspecto Internet está experimentando también unos grandes cambios que son lo que yo denomino las extensiones de la radio en Internet o de la ciberradio, como puede ser el podcasting que está generando también otra forma de uso por parte de los seguidores de esa emisora, el que puedan en un momento determinado bajar esa información o tenerla en el ordenador o hacer copia y que luego en otro momento puedan escucharla y a su vez ellos poder hacer también una producción en podcast y pasarlo a la emisora para que pueda ser difundida o entrar en un debate dentro de los audioblogs con otros usuarios. Es decir que hay que estar observando las variantes, las modalidades que se están experimentando y apreciar cuáles son las que se van consolidando y cuáles otras son las que se quedan en pura experimentación. En estos momentos el público deja de ser el público meramente oyente para convertirse en un público activo, incluso con reivindicaciones activas de exigencias de mayor calidad informativa en la radio. Y por otra parte, un usuario que quiere interactuar mucho más, especialmente las generaciones jóvenes que quieren ser ellos los controladores, los dominadores del proceso comunicativo y ellos son los que inician el proceso comunicativo a partir de las búsquedas, a partir de los contrastes, a partir de relacionarse con otros grupos sociales o con otras personas. En este sentido, cambia ese concepto de oyente tradicional a un usuario totalmente interactivista. Pues habrá un gran reajuste en todos ellos desde todos los puntos de vista, reajuste económico, reajuste de profesionales. Hoy los grandes medios están echando a grandes profesionales. Pero será necesario que nazcan nuevos profesionales con nuevas exigencias, con nuevos planteamientos. Se habla mucho de los profesionales multimedia con capacidad para poder adaptar las informaciones, los tratamientos a cualquiera de los medios, pero no nos olvidemos que los medios cada día tienen nuevas exigencias y que también va a ser necesario el comunicador mediático especializado. En esta situación, yo espero que, pasada la transición actual, obtengamos un horizonte bastante optimista”.