



EL PERIODISMO DIGITAL

EN MÉXICO, LA TRANSICIÓN DE LO VIEJO HACIA LO MODERNO

Juan Bautista Rojo

La transformación digital, un desafío permanente. La independencia sobre la dependencia, un halo de libertad

El periodismo en México está mutando: cambiando de cuerpos, rostros, lenguajes, formatos y hasta de color, y una parte de él está virando al ejercicio de un periodismo sólido, consistente, preciso y ético, en favor de los derechos y libertades de los ciudadanos.

ESTOS ESCENARIOS, en la década de los años 80 —para quienes cursamos la carrera de periodismo y comunicación colectiva— se veían lejanos, sólo eran visibles en teorías de la comunicación en prospectiva futurista, donde guardaban lanzas en páginas de celulosa de árbol, hoy en extinción.

Los primeros visos de esa mutación en México de ese binomio, empezó a aparecer en el año de 1993 y principios del 94, según los registros de los investigadores de la comunicación y un hecho marcado en la historia como un “movimiento revolucionario”, el alzamiento zapatista del EZLN, el cual fue difundido por *la internet*, algo nuevo para los estándares tradicionales en medios convencionales.

Otros datos señalan la fecha del 6 de febrero de 1995, como la acción concreta en que el periodismo digital o ciberespacial irrumpe en la escena nacional, al poner en línea la información del diario *La Jornada*, y otros, lo atribuyen al diario *Reforma*, unas semanas posteriores a esta fecha. En todo caso, el análisis, toda vez que en ambos casos se inicia el despegue a la nueva era del ciberperiodismo bajo estándares profesionales.

Una vez instalada la punta de playa tecnológica en plataformas y sitios digitales, a mediados de los noventa, éste desarrollo ya no encontró reparo a su amplio despegue. La velocidad y la calidad de transmisión de datos, imagen en audio y video, convirtieron a estas expresiones en nuevos, ligeros y eficientes modelos de comunicación, tanto en su forma como en su contenido.

Se fracturó el viejo sistema de negocio. Construir una nueva relación, bajo reglas claras.

Estos nuevos formatos fueron fortalecidos y demandados por los nuevos públicos, por nuevas audiencias, porque contenían en su más profunda concepción un chip distinto, la enorme posibilidad de ser independiente, con autonomía y libre, sin restricciones de horarios, cuotas y volúmenes de transición de información desde cualquier parte del mundo y hora, en tiempo real, lo que rompía con estereotipos y más, con censores, esas líneas editoriales convertidas en cadenas de lo que sí y no se podría decir. El periodismo ejercido en las nuevas plataformas, sitios, portales, inauguraban ese otro estilo y forma de ver, transmitir, almacenar y seleccionar información. El nuevo tiempo tecnológico había llegado para quedarse y perfeccionarse.

El periodismo en la era de las nuevas tecnologías

Por paradójico que parezca, la irrupción de las nuevas tecnologías aplicadas al periodismo generó una liberación de la información y democratizó el uso de los nuevos medios. En ese espacio y tiempo, se generó una transición que inició en forma lenta, pero una vez posicionada y con un crecimiento exponencial y demanda masiva, propició otro estadio, se construyó otra época.

Es como si atrás se dejara, se abandonara la época de la esclavitud, el derecho de tanto por

parte de los dueños de los medios, al establecer cacicazgos regionales, por países e incluso por continente y que en forma global, sólo unos cuantos medios lograron abarcar tan amplios espectros y consumidores. El control unipersonal, absoluto, encontraba, por primer vez límites.

El cambio de paradigma llegó al periodismo de la noche a la mañana. Incluso no esperó a un periodo de aclimatación o paréntesis para reordenar el cambio tecnológico. El paso de lo análogo a lo digital se realizó a la velocidad de una centella, fue drástico el cambio, incluso algunas empresas de medios, tardaron en reconvertir su tecnología y eficientar su calidad, producción y generar nuevos productos más ágiles y atractivos a las nuevas audiencias, surgidas a partir de las circunstancias de ese impactante cambio.

Lo nuevo desplaza lo viejo

En lo personal recuerdo, como reportero de radio y televisión por más de 25 años de ejercer el periodismo, un día del mes de febrero del año 1997, al trabajar para el equipo de Televisión la cadena de MVS, con Carmen Aristegui y Javier Solórzano, los sistemas de cámaras de Alta Definición en formato Hi 8, que era la última punta tecnológica, de pronto, ya no encontró referente en el mercado porque todo ese equipo estaba destinado a ser discontinuado y pasar a las tarjetas y memorias digitales, con lo cual se alteraba el sistema de edición y grabación.

Así se iniciaba la era de los chips para dar paso a los discos duros y posterior almacenamiento en la nube. Los mismos editores, camarógrafos, microfonistas, realizadores y reporteros tendríamos que reiniciar desde cero, para aprender a editar y grabar en otro sistema, donde la computadora personal y portátil, ya aparecía como la principal herramienta para iniciar el despegue a la nueva era.

Las computadoras portátiles, los celulares, y cámaras de video en formato compacto, pasaron a formar parte de las herramientas de reporteros y redactores, sin necesidad de llevar a cuestas unidades de producción y transmisión de casi una tonelada de peso.

A esa velocidad de transformación, pronto se llegaría a la transmisión de datos en grandes volúmenes e imagen, a través de aparatos más compactos y portátiles. Hoy sin mayor problema se puede grabar, editar y transmitir desde un celular un programa de televisión, un documental o un noticiero en forma.

Estos vertiginosos cambios, incidieron en la forma de realizar el periodismo. Pero no sólo modificó su forma, también les pegó en el corazón de la estructura, a tal grado que al paso del tiempo medios tradicionales que no lograron o no interpretaron, la transformación como una oportunidad, sucumbieron ante el drástico cambio de tecnología como en la era llamada glacial. Este profundo cambio, ya no tendría reversa, se fue hasta la cocina, al mismo corazón de las estructuras de los medios porque incidió en su forma de “hacer negocio”.

Se cortó el cordón umbilical a los medios

Los cambios tecnológicos, los periodos de crisis económicas y las nuevas políticas gubernamentales donde se empezó a mellar el cordón umbilical del cual dependieron financieramente, a través de la publicidad oficial, así se canceló la relación incestuosa de los medios con el poder.

Los vientos de los cambios políticos en México, al menos desde el año 2000, en el momento en que el partido hegemónico sucumbe a otro partido político, la relación con los medios tradicionales, su relación económica colapsó y canceló en parte la dependencia de los medios hacia el poder, desde el nivel presidencial primero, para después llegar a las gubernaturas.

Otros tiempos soplaban a los medios y también surgían otros al ampro del poder, lo que provocó que esa perversa relación todavía continuara en parte, hasta el último presidente priista, donde resurgió de nuevo, con igual ahínco, la maltrecha relación con el viejo poder que terminó por desaparecer, ser desterrado a la llegada de la Cuarta Transformación (4T), enarbolando en principio un profundo y abierto combate a la corrupción, en especial, la prohijada entre el peñanietismo y los medios tradicionales y de nueva cepa, ya también cibernéticos.

La encrucijada

En mi experiencia como reportero y después conductor de programas especiales noticiosos y productores de radio y Televisión, los cambios que incidieron el rumbo e indicaron la nueva dirección de los productos periodísticos digitales, fueron:

1. La velocidad a la que se generaba las noticias, se difundían y se consumían. Este vertiginoso cambio derrumbó las tradicionales rutinas en la forma de reportear, editar y presentar las noticias.
2. Los formatos de los géneros periodísticos, la brevedad, de por sí reina del periodismo, ahora tendría un esquema más conciso y de menor tamaño. Ello modificó para el caso de los reportajes de largo aliento, como se les denominaba entonces, que sufrieran una pasada de tijera que los dejara en trabajos de minuto y medio o dos máximos. Media cuartilla, para encontrar una medida tradicional, era casi el máximo ahora en su presentación.
3. Las plataformas, los sitios, portales, como las fachadas de los grandes y modernos edificios, sustituyeron a las vistas tradicionales de ocho columnas, esas como las columnas romanas, quedarían solo en el recuerdo de una época.
4. La durabilidad de la información. Cronos, como rey de ese concepto, fue destronado, ahora, la noticia principal tendría una permanencia más fugaz, la cual podría ser sustituida en cualquier momento por otra de mayor incidencia. Así, los tiempos marcados por 24 horas, como reza un título de un noticiario en España, ya no tendría esa permanencia.
4. Interacción con los públicos. Un día de marzo de 1984, Manuel Becerra Acosta, director General del diario *Uno más Uno*, en el cual ya trabaja como articulista, me expresó que después de la nota principal de ocho columnas, la sección más importante de un diario era la correspondencia, por ahí residía la comunicación, el enlace con el público. Así era concebido entonces esa relación, pasiva y a la distancia. El cambio tecnológico acercó a las audiencias en relación directa con sus tejedores, con sus productores, jefes de información y directores de Medios. Esta interacción propició una nueva cultura de acercamiento con la audiencia y su interacción, lo que provocó una modificación incluso en la línea editorial y de contenido con los nuevos medios.
5. La geografía de las audiencias de lo local se fueron a la estratosfera, donde ahora todo sonaba y era global; los contenidos municipales, regionales o nacionales, podían encontrar eco del otro lado del mundo. Las noticias fueron más elásticas y entendibles. La tendencia a una conectividad global, marcó en definitiva la nueva era. Las fronteras ya no fueron un obstáculo, incluso para el idioma, se crearon traductores simultáneos.

6. Los costos de operación se redujeron. La brevedad también incidió en la inversión, pero al mismo tiempo trajo reducción de personal, los procesos de síntesis y elaboración de noticias, redujo, para desdicha de reporteros y redactores las plazas para la línea de producción.

7. La fórmula de negocio tradicional, que todavía no alcanza por pisar tierra firme, porque los ingresos van en relación directa con la producción y la venta de publicidad. Al no estar vigentes, al menos en el México de nuestros días, los esquemas de subsidio por parte del gobierno, cada medio, ahora está en una pista de competencia efectiva, donde tiene que comprobar sus audiencias, por horarios y definición de públicos, y comprobar ingresos reales, por concepto de publicidad, y mostrar una relación de gastos y pago de impuestos.

8. El gran paso, los ciudadanos al poder de los medios, sus medios.

El ciudadano, nuevo “comunicador”

Los ciudadanos emergieron como nuevos actores sociales, políticos, promotores culturales y ampliaron y diversificaron los mercados de consumo, con el tono en particular, de la circulación de la información sin grilletos, aun con los riesgos que ello implica en relación a los preceptos legales en relación a difusión de falsas noticias o bien, transgredir los espacios de la intimidad o individualidad de las personas.

En el camino de transición, no ha sido del todo miel sobre hojuelas. Los grandes corporativos y medios nacionales y globales no han renunciado del todo a sus tradicionales métodos de influencia y manipulación de información en beneficio de los intereses cupulares y empresariales, con los que lleguen a tener acuerdos incluso a defender ciertos intereses definidos en la industria, trátase un ramo en específico. Y en México, esta situación no escapa a la norma general. La prensa en México, la tradicional sigue en parte anclada al pasado, con miras a continuar protegiendo sus espacios de influencia. En aras de defender una aparente libertad de expresión, se lanzan en contra de un discurso presidencial que también manifiesta abiertamente su derecho de expresión y opinión. El terreno ahí, parece estar dividido.

Nuevas oportunidades

La nueva relación entre los medios y el poder ahora se encamina a construir otra relación, donde en ninguno de los lados se encuentra atada. La nueva relación, estaría regida por el cumplimiento de estándares internacionales de audiencia, transparencia, calidad en la transmisión, creación de nuevos públicos y principalmente bajo la adopción de un código de ética; ello, sin menoscabo para ninguna de las dos partes de la libertad de opinión e información.

Hay una reforma pendiente en el legislativo sobre la ley de medios, pero como ya entramos en un nuevo período electoral, la mencionada reforma, pues tendrá que esperar a ser tomada en cuenta por el nuevo legislativo a finales de este 2021.

La reforma a la ley de medios, de nueva cuenta, tendrá que esperar en el banquillo. Siempre será un proceso en transición, en tanto la realidad ya es otra.