

El periodismo en línea de Tabasco

>Mtro. Kristian Antonio Cerino Córdova*

El presente artículo narra el interés de los periodistas tabasqueños por acceder al Periodismo en Línea: no sólo consultando diarios y revistas por la red, sino a través de la creación de nuevos espacios informativos y de opinión que le permiten cruzar la frontera e intercambiar experiencias con otros periodistas. Ante la escasez de lectores y el crecimiento de la prensa en línea, que concentra a millones de usuarios, en Tabasco los periodistas comienzan por hacer uso del periodismo digital, incluso, para publicar aquellos artículos que en los medios impresos, para los que escriben, son censurados.

Este artículo recopila las voces de los periodistas locales y de los expertos en la comunicación masiva para comprender y acercarnos al nuevo Periodismo en Línea que se practica en Tabasco, estado en donde la prensa escrita tapiza las calles, los cafés, las oficinas de gobierno y las plazas, pero de manera gratuita. El reto hoy, de acuerdo con los personajes consultados, es separar la manera de escribir y de reportear de los medios impresos con la prensa digital. Desde luego, en el Perio-

dismo en Línea (PL) se presentan una serie de barreras necesarias de analizar con mayor profundidad en otro estudio. Aquí, por lo pronto, haremos un primer acercamiento.

EL NUEVO PERIODISTA EN LÍNEA

El Periodismo *on line* está creciendo gradualmente en los estados del sur de México, y desde luego en Tabasco. De entrada, los directores de la prensa escrita tabasqueña ya han considerado necesario o prioritario el construir sitios web para la difusión de sus contenidos —el que aparece en sus ediciones impresas— pero en línea y en la búsqueda de nuevos horizontes.

En la presente década, diarios como Milenio de Tabasco, Novedades de Tabasco, Presente, Tabasco Hoy, El Herald de Tabasco, El Correo de Tabasco, La Verdad del Sureste, entre otros, han adoptado esta herramienta como una alternativa más para competir con los medios electrónicos que cada día son más requeridos por los receptores, público que prefiere usar los medios audiovisuales.

Así, en esa medida, los empresarios de los diarios están comprendiendo

que con el PL son consultados en otras ciudades en donde el papel, o su papel, no circula como sí sucede en sus localidades.

Juan José Padilla es director del diario El Correo de Tabasco. En un principio sólo consideró que el lanzamiento de su periódico sería en la calle y con una redacción ubicada en la dirección oficial de su vespertino; en el centro de Villahermosa.

Sin embargo, abrió el portal electrónico (www.elcorreodetabasco.com) una temporada después ante la necesidad de que el contenido de El Correo de Tabasco pudiera ser leído por cientos de tabasqueños que viven en otras ciudades del país y porque a los cursos sobre Periodismo, a los que asistía, siempre le preguntaban cuál era la página electrónica del diario. Con el tiempo Padilla se documentó más sobre el PL y hoy es una de las asignaturas que imparte en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, en el área de Comunicación. Comprendió aquello que escribió María Elena Meneses, autora de innumerables artículos sobre el PL, que la Internet llegó para quedarse:

15
Cinzontle

* Profesor de Periodismo y Literatura en la UJAT. Estudió la licenciatura en Comunicación y la maestría en Docencia.

***Reportear, escribir,
publicar, distribuir y
consumir noticias ya
no es como antes y,
como si no fuera
suficiente, la tendencia
mundial es el
estancamiento de los
diarios impresos.***

Es en la Internet, sin duda, donde el periodismo y sus profesionales hallan la razón de ser del cambio y el espacio intangible de profundas interrogantes, sin hacer a un lado fenómenos como el desdén de la generación actual por la lectura, un desaire creciente cuya culpabilidad es atribuible en primera instancia a la televisión. Reportear, escribir, publicar, distribuir y consumir noticias ya no es como antes y, como si no fuera suficiente, la tendencia mundial es el estancamiento de los diarios impresos. La investigación sobre el fenómeno de la prensa digital se deberá orientar a algo más allá del análisis de contenido, de las herramientas o innovaciones tecnológicas. (Meneses, 2008, 14)

Sobre estas necesidades prioritarias en la nueva era del periodista, Jean-Francois Fogel y Bruno Patiño, autores del libro *La prensa sin Gutenberg*, consideran que sería impensable hablar del nuevo periodista sin la presencia de las computadoras y las redes:

En la red mundial ha nacido una nueva prensa y los periodistas se ven obligados a revisar su relación con la audiencia. Así, Internet marca el nacimiento de una nueva historia de la comunicación. En Internet ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores. El miedo

a perder lectores en beneficio de las páginas digitales informativas se convirtió en la rutina de los periódicos, antes de que también se preocuparan por ellos los medios audiovisuales. No obstante este juego de resultado cero, en el que un medio ganaría en audiencia y en ingresos publicitarios lo que el otro perdiese, es la visión falsa, estrecha de miras, y sin base de una ruptura histórica. (Fogel y Patiño, 2007, 15)

¿Habrá periodistas en la sociedad de la información? Se pregunta Lizy Navarro, profesora investigadora de la Universidad de San Luis Potosí.

En un artículo titulado "El nuevo periodista digital", publicado en diferentes portales vinculados con la comunicación y la información, la doctora en Periodismo establece ciertos parámetros de cómo deber ser el nuevo periodista ante el crecimiento de las herramientas electrónicas:

El periodista deberá aprender a usar audio, videos, animaciones, mapas interactivos y bancos de datos. Habilidad narrativa y pensamiento crítico, son dos de los recursos que más deben desarrollar los periodistas *on line*. (Navarro, 2007)

Es decir que los nuevos periodistas en línea están obligados a adquirir habilidades en el uso de los programas de cómputo, a pensar en un nuevo formato de escritura que se resuma en la brevedad y a consi-

derar, como prioridad, que aquello que está sucediendo como noticia no debe esperar para el día siguiente como sucede aún con el periodismo convencional.

Aquí es necesario ir pensando en que las redacciones en línea son redacciones distintas a las convencionales porque en éstas es obligatoria la presencia de todo el equipo de periodistas. Algunos representantes de los diarios de Tabasco sí lo están entendiendo, pero otros todavía usan su plataforma electrónica para reproducir el mismo contenido que aparece en sus ediciones impresas.

Concha Edo, maestra de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid, en España, lo resume de una mejor manera:

En un primer momento se utilizó la red para reproducir exactamente las ediciones convencionales de los periódicos, y las cabeceras más conocidas se limitaron a volcar en sus espacios electrónicos las mismas páginas que vendían a diario en los quioscos. En este contexto mediático tienen especial interés los contenidos de los medios *on line* que, probablemente, estarán dominados por grandes portales con información de consumo fácil y rápido pero también deberán ofrecer periodismo de calidad y profesionalizado que suponga una garantía de veracidad para las audiencias (Edo, 2009, 224)

A decir de la investigadora, hoy se están presentando los cambios en la forma de ver el PL con relación al periodismo convencional, pero esto sólo sucede entre las grandes empresas periodísticas, no así con los miles de diarios o revistas que se editan y se publican en las provincias de los países.

En la esfera mundial, diarios como El País, El Mundo, El Clarín, El Herald de Miami, El Espectador, El Mercurio, entre otros, han separado sus ediciones impresas de las ediciones en línea. Además de que están capacitando a sus editores y reporteros en el campo de la multimedia.

En la actualidad, la tendencia es que los dueños de los medios impresos compren estaciones radiofónicas y canales de televisión para controlar o acaparar frecuencias, cuadrantes y plazas.

Así sucedió con los grupos periodísticos mexicanos Excélsior y Milenio. Al comprar medios impresos y electrónicos, incluyendo sitios web, buscaron sostenerse en el mercado. Sin embargo, descuidaron la calidad periodística.

Y por consiguiente, muchos de los periodistas que anteriormente sólo escribían en los medios impresos se han visto en la necesidad de renunciar a sus puestos ante la exigencia de que el periodista de hoy debe ser interactivo y dominar el discurso de la prensa, de la radio, de la televisión y de la Internet. Un factor similar está sucediendo en Tabasco.

SE HACE PERIODISMO AL ANDAR

Para el presente artículo consulté a una serie de periodistas, editores y expertos en el uso de sitios web relacionados con la publicación de noticias y comentarios.

Además, de los diarios que ya mencioné porque están considerando al PL como la alternativa para no quedar desfasados de la era digital, es importante señalar que en Tabasco también existen esfuerzos individuales de periodistas que han creado sitios y que los alimentan de información como una manera de hacer un periodismo independiente, y de paso, trascender.

Cuando subí a la red la página de crónicas y reportajes periodísticos Salida de Emergencia (www.salidademergencia.com), en el 2007, encontré otro sitio web que se había creado en el 2005, es decir, 2 años antes.

Se trataba entonces de una página electrónica llamada, hasta el día de hoy, Ventana Sur (www.ventanasur.com) coordinada por el periodista Víctor Sámano. Exploré el sitio y



El Instituto Juárez, desde su fundación contribuyó al desarrollo del periodismo tabasqueño. 1953. Colección Raíces Universitarias. IJ-UJAT.

consideré importante el esfuerzo que desde lo individual estaba realizando. Por ello, documenté el suceso como unas de las primeras páginas pioneras en el Periodismo Digital de Tabasco, pero desde el plano individual; no obstante, sería importante mencionar que Arturo Abreu, de acuerdo con los periodistas Juan José Padilla y Luis García, fue el primer reportero *on line* de Tabasco.

A 4 años de la aparición de Ventana Sur, el periodista Sámano y autor de la columna Escala Crítica que se publica en el diario Presente, considera que los periodistas se están interesando por poseer un medio de

comunicación, independientemente de que ya laboren en uno:

Por supuesto que existe el interés en dos vertientes aunque por motivos diferentes. De los lectores porque es un fenómeno mundial, esta especie de alfabetización de los niños y jóvenes en materia de medios electrónicos; los lectores han observado que las redes de internet les ofrecen mayores opciones de información en cantidad (demasiada) y en calidad (variable), pero pueden formar su propio menú de noticias y opiniones.

De los dueños de los medios porque ven la posibilidad de una nueva

fuentes de ingreso en influencia, aunque no han podido descifrar ni lo uno ni lo otro. En términos generales se sabe que los ingresos que por publicidad generan los diarios impresos son el sostén de las ediciones en línea. Prácticamente todos los periódicos diarios en Tabasco tienen sus ediciones en línea (menos los dos de nota roja); pionero en este aspecto en Tabasco fue Presente, que comenzó a utilizar el soporte electrónico allá por 1994. Otro interés que ha crecido es el de los propios periodistas quienes aún laborando en medios impresos comenzaron a utilizar la red muy recientemente. Esta nueva oleada de interés la ubicaría en el cercano 2006, aunque me parece que aún está en una fase de exploración.

De acuerdo con Sámano, uno de los pocos periodistas—en Tabasco— que analiza los temas importantes del país y de nuestro estado, ahora la tarea es que los directores de los periódicos comprendan que la redacción en línea se cocina por separado de la redacción impresa:

Mi experiencia me indica que, por lo menos en el caso de Tabasco, aún no. Es difícil hallar una redacción integrada específicamente para elaborar materiales propios para la edición electrónica, mucho menos un equipo de reporteros para ese fin. Por lo general utilizan el mismo soporte humano que labora para la edición impresa, salvo uno o dos encargados de la parte técnica. Si acaso tienen un pequeño equipo que “caza” las noticias de las agencias y del monitoreo de la radio y la televisión, para colocarlas en su sección de “noticias del momento”. No existe, hasta donde puedo observar, un trabajo específico para elaborar materiales propios para internet, salvo casos muy especiales.

Las ediciones electrónicas se siguen sujetando a la dinámica de las ediciones impresas y de los otros medios asociados (radio y TV), porque verás que un fenómeno creciente en

Se tiene que trabajar en la técnica, dominio de formatos e instrumentos, pero también en el de contenidos para saber utilizar las oportunidades que ofrece esta nueva herramienta.

Tabasco es la integración de corporativos (prensa, radio, televisión e internet). Aunque debemos reconocer que poco a poco se va superando la costumbre de sólo trasladar los materiales de la edición impresa a internet (por lo menos esto se observa en tres de los diarios que—desde mi punto de vista— mejor utilizan en la actualidad en Tabasco esta herramienta: Presente, Tabasco Hoy y Milenio).

A Sámano se le preguntó sobre la necesidad de capacitar a los periodistas en materia tecnológica. Para él, esto es urgente:

Por supuesto. Hasta ahora hay una formación no sistematizada, que por lo general se realiza en la práctica laboral. Los técnicos provienen de otras áreas y no están formados precisamente con la visión del periodismo. Se tiene que trabajar en la técnica, dominio de formatos e instrumentos, pero también en el de contenidos para saber utilizar las oportunidades que ofrece esta nueva herramienta.

En menos de 24 meses los sitios web en el campo periodístico han crecido en Tabasco. Entre ellos, Acento Nuestra Voz (acento—nuestravoz.blogspot.com) que coordinan los reporteros Sonia López y Fernando Morales. Y otros más que se han sumado a esta gran lista.

Si bien se está mostrando un interés

por explorar este otro medio a través de la red, es importante indicar que en la mayoría de los portales electrónicos sus coordinadores o web máster no están pagando por el dominio del sitio porque, de entrada, abrieron estos espacios en páginas que ofrecen el servicio de manera gratuita.

Así lo hizo Julián Maldonado Laines, reportero del diario Tabasco Hoy en el municipio de Balancán, zona limítrofe con Guatemala.

El 23 de mayo de 2008, su página Balancán Noticias (www.balancannoticias.blogspot.com) comenzó operaciones con una serie de notas informativas sobre problemáticas sociales.

Maldonado Laines precisa que hoy por hoy se puede hacer periodismo sin realizar gastos excesivos como sí lo están haciendo los directivos de los periódicos:

Y sin necesidad de grandes gastos de imprenta; es por eso que las actuales facilidades que resultan de la red mundial o Internet, han permitido un rápido crecimiento de esta actividad. Y esto es muy importante, el estar en constante aprendizaje con el manejo de nuevas herramientas, programas de computación y con la tecnología *ad hoc* a nuestro trabajo periodístico.

También existen periodistas en Tabasco que han construido más que

una página electrónica, una agencia de noticias. Así pasó con un grupo de reporteros que iniciaron hace 2 años Sin Fronteras (www.sinfronterasagencias.com), una agencia que publica los hechos noticiosos más importantes de Chiapas y de Tabasco.

Luis Alberto Torres Lezcano, el director de Sin Fronteras, es de la idea que el periodismo impreso está en peligro de extinción: el periodismo por la red es inmediato y se publica en el momento que está ocurriendo; la era digital podrá quizás suplir al medio informativo impreso, en no muy largo tiempo.

Por otra parte, Nancy Cruz Balleza, comunicóloga que en los últimos 3 años ha editado diarios impresos y en línea —en el grupo Novedades y Presente— sostiene que al Periodismo en Línea ya nadie lo detiene: es útil para los periodistas, es una gran herramienta y un escaparate, pero creo que deben empezar a verlo de esa manera, ellos, los periodistas; deben tener la visión de que en estos momentos es la manera más efectiva de llegar a lectores que por otros medios tal vez no tendrían.

A esta postura se sumó, para el presente artículo, Francisco Espinosa, conductor de noticias y ex reportero de diarios locales:

Desde mi punto de vista, un periodista tiene que saber utilizar para su beneficio propio y el de sus lectores (en el caso de los periódicos) las herramientas que la tecnología nos pone a disposición. Respeto a los periodistas de la vieja guardia y que se resisten a utilizar, por ejemplo, el uso de la computadora, pero uno también tiene que evolucionar. El conocimiento periodístico, la sagacidad o agudeza para emitir un comentario, para encontrar la información, el hilo fino de la nota, debe estar acompañado de las herramientas y tecnologías más avanzadas.

De esta manera los periodistas creen que el Periodismo en Línea está adoptándose en Tabasco, pero ahora el reto es perfeccionar la técnica y asimilarlo como un nuevo medio de información.

Concha Edo, autora citada en el presente artículo, define que la prensa digital debe ser: interactiva, personalizada, documentada, y que integra todos los formatos periodísticos y actualiza sus diseños.

Hasta este primer análisis del PL de Tabasco no existe un cuadro estadístico que nos dé un número preciso de cuantos sitios web, en lo individual como en lo colectivo, están en la red de redes. Mientras tanto, al menos en Tabasco los periódicos

impresos mantienen el control del mercado y quienes acceden a la Internet continúan siendo los jóvenes, sector que curiosamente sólo gusta de escribir por chat y consultar los videos que les proporcionan los portales electrónicos.

Sobre la desaparición de los periódicos en su forma tradicional, Paul Starr, en la revista mexicana Letras Libres —en su especial El Adiós a la Prensa, 2009—, nos hace analizar el futuro de la prensa. Esta reflexión se las comparto a manera de conclusión en este primer acercamiento al Periodismo en Línea que se está practicando en Tabasco:

Tal vez nos estemos aproximando no al fin de los periódicos sino al fin de la era de los periódicos, esa larga fase de la historia en que los periódicos publicados en las principales ciudades de Estados Unidos fueron centrales tanto para la producción de noticias como para la vida de sus regiones metropolitanas.

Los periódicos han ayudado a controlar las tendencias a la corrupción tanto en el gobierno como en los negocios. Si queremos evitar una nueva era de la corrupción, habremos de reunir ese poder por otros medios. Nuestras nuevas tecnologías no nos despojan de nuestras viejas responsabilidades. (Starr, 2009,26)

REFERENCIAS

- Arnd, V., Harvey, P. and Nuttall, J. (2000) *Alive to Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Edo, Concha. *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Editorial Alfa y Omega.
- Fogel, Jean-Francois / Bruno Patiño. *La prensa sin Gutenberg*. Editorial Punto de Lectura. 2008.

- Meneses, María Elena. "El nuevo escenario mediático. El periodismo ya no es lo que solía ser". Revista Mexicana de Comunicación. 2008.
- Navarro, Lizy. "El nuevo periodista digital". Revista electrónica Razón y Palabras, especializada en Comunicación.
- Starr, Paul. "Adiós a la era de los periódicos". The New Republic, en exclusiva para la revista mexicana Letras Libres. 2009.