

Periodismo y nuevas tecnologías

Rossana Fuentes Beráin

Empiezo con una confesión personal: “soy una migrante digital”. Sí, la primera computadora que usé fue cuando estudiaba la maestría fuera del país, después de haber cursado, orgullosamente, la licenciatura de comunicación de masas en una universidad pública nacional. Soy, pues, de la generación “bisagra”, aquellos que vemos el teléfono celular en promedio unas cien veces al día pero no 150, como “los nativos digitales”. Sé, por tanto, a diferencia de ellos, que la televisión no es una pantalla táctil y que no puedo activarla con el dedo... y claro que sigo, y seguiré, leyendo periódicos y revistas en papel.

En el Encuentro Internacional de Periodismo celebrado en el Centro Cultural Universitario Tlatelolco, en la Ciudad de México, el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, quien prácticamente ha dirigido “el gran diario de México” la mitad de su vida, habló de “tradición y de innovación” y específicamente platicó con el ex rector de la UNAM, el doctor Juan Ramón de la Fuente, para que se incluyera una mesa que me tocó el privilegio de moderar, en la que directores de empresas de tecnología con destacadas actividades a nivel global y desde luego en nuestro país, participaran para presentar al público, en su mayoría universitarios, un tema clásico del siglo XXI: el periodismo y las nuevas tecnologías.

Lino Cattaruzzi (Google), Luis Arvizu (Yahoo) y Daniel Bekerman (Microsoft) nos llevaron al GYM —ojo con el acrónimo del nombre de sus compañías—: así llamaré a ese universo de los tecnólogos presentes en el evento, ese gimnasio, si me permiten traducir el acrónimo al castellano, poblado de plataformas basadas en algoritmos donde el periodista se convierte en “generador de contenidos” y el lector en “usuario”.

Ese espacio no me es desconocido. A finales del año 2000, después de haber pasado ya por un par de décadas de trabajo en varias redacciones de medios mexicanos, abrí mi primera incursión empresarial en Internet: se llamó *contenidolatino.com*. La quebré. Ser empresario y, más, ser empresario de medios en México, como lo son los dos “Juan Franciscos”, Ortiz y Lanz Duret, es una labor durísima, durísima; no me cabe duda de que en ese contexto este centenario cobra aun mayor lustre.

Yo incursioné tímidamente y no duré más de dos añitos; acabé regresando a su redacción, la de los Ealy, y trabajé en ella algunos años hasta que en 2014 volví a aventurarme a emprender ahora a través de un laboratorio (www.mexicomedialabS21.com) en el universo de los ceros y los unos que configuran el lenguaje digital.

Es por lo segundo, mi reincidencia en lo digital que, después de las pláticas magistrales de los escritores Fernando Savater y Juan Villoro, de las reflexiones basadas en el dominio de la lengua, y de escuchar la riqueza de los conceptos de Jorge Islas, María Amparo Casar y Jacqueline Peschard, yo decidí pedirle a Lino, Daniel y Luis que hablaran como hablan los tecnólogos: con imágenes, con *clicks*: del control remoto de la computadora.

El programa de TV UNAM y las memorias del Encuentro Internacional de Periodismo cuentan con sus presentaciones íntegras, pero ofrezco aquí un par de láminas que me parecen referenciales, así como mi propia síntesis y versión personal, de cómo fue que se estructuró la mesa a partir de algunas líneas provocadoras para que, con las herramientas que le son propias: el dominio del Power Point y las cifras y las imágenes, abordáramos en conjunto el papel de los editores, los



Luis Arvizu, Lino Cattaruzzi, Daniel Bekerman y Rossana Fuentes Beráin

periodistas y los lectores en el universo de la comunicación del siglo XXI.

Para empezar, déjenme volver a la idea de que lo que yo estudié, comunicación de masas, fue enterrada por los tres, Cattaruzzi, Bekerman y Arvizu, nomás comenzaron a conversar, porque ellos no hablan nunca de “las masas” sino de los individuos, de aquel que llaman “usuario”.

Y para el cual, coinciden, hay que “personalizar” la información a través del uso de sus motores de búsqueda que pueden perfilar, a través de fórmulas matemáticas —algoritmos, les llaman—, una serie de instrucciones secuenciales que lleva a cabo una computadora en la que la consulta de información deja datos que se traducen en información del perfil del “usuario”, con la suma de los cuales eventualmente se construye suficiente capacidad para que cuando ese individuo vuelva a conectarse se presente frente a él la información que la máquina decida es de su predilección. Es decir, no más información masiva, sino tiros de precisión.

Los escucho y me pregunto hipotéticamente qué pasaría con mi abuelo en Saltillo y mi abuelo en el Distrito Federal la mañana del domingo primero de octubre de 1916 en la que vio la luz por primera vez la versión física de *El Universal* con el encabezado “La Administración de Justicia Se Restablece en la República”. El del norte —faltaba más, comerciante— puede que haya estado interesado marginalmente por la cercanía del suyo con el rancho de Venustiano Carranza; el abuelo del centro, más poeta y más artista, probablemente no se habría enterado de nada si en lugar de contar entonces con la versión de papel de *El Universal* a través de las plataformas tecnológicas se hubieran realizado sus perfiles a partir de su actividad en la computadora.

Por eso, aun en digital yo prefiero entrar —que me perdonen mis invitados— a leer los diarios directamente y no en la selección que ellos hacen para mí, por-

que lo que puede hacer el portal digital público más grande de México, *eluniversal.com.mx*, en este centenario, es dejarme tranquilamente leer la nota principal del día, no la nota principal para mí, sino la nota que unos profesionales llamados periodistas trabajaron con cuidado y apego a los valores de veracidad y credibilidad. Por eso en el Encuentro Internacional de Periodismo se habló de tradición e innovación.

De hecho, cada vez que se consulta la información de *El Universal* desde un teléfono móvil se genera en Bucareli 8 una operación para servir al lector (*usuario* le llaman los del GYM) y aliviarlo de su “nomofobia”, la nueva palabra que nos regaló Cattaruzzi, quien nos la explicó como la “fobia a vivir lejos del celular”.

“Ya no vamos *online*, vivimos *online*”, agregó Lino, quien explicó que Google ha repartido 10 mil millones de dólares a sus “socios editores” en el mundo, y aunque eso está muy bien porque hasta hace poco no estaban compartiendo ni ellos ni Facebook un céntimo de sus ganancias con los generadores originales del contenido, así y todo nadie puede negar que las plataformas de distribución son y serán un elemento extremadamente disruptivo para los modelos de negocio en el que los periódicos se basaron hace cien años cuando nació *El Universal* en un esquema más propio de la Revolución industrial que en los de la revolución digital.

Ese: el modelo de negocio, es el gran reto para la convivencia armónica entre el periodismo y las tecnologías, porque, efectivamente como lo compartió Bekerman, Microsoft decidió “ya no generar contenidos propios” desde mediados de 2014, y sí hacer acuerdos con los diarios para distribuir los suyos y compartir ganancias, igual que Google.

Ojo: son ganancias. Por cierto, aunque los tecnólogos las plantean en términos de porcentajes, estos pueden ser y son generosos (70 para el diario, 30 para la pla-



Luis Arvizu, Lino Cattaruzzi y Daniel Bekerman

taforma), lo cierto es que no sustituyen con los centavos devengados en conjunto los pesos perdidos en lo individual al comprobarse año tras año que muchos anunciantes se alejan de las ediciones impresas.

No es de sorprender, pues, que cuando pregunté a Bekerman lo que a su juicio podía compartir con los estudiantes presentes en el evento como un aprendizaje de vida respecto al “periodismo y las nuevas tecnologías”, su respuesta fuera: “que aprendan a escribir código”...

No es la primera vez que oigo esa reflexión, y desde mi supina ignorancia de los lenguajes de cómputo, pienso inmediatamente que esa es la fácil, y que lo más difícil será que esos administradores e ingenieros aprendan a escribir en prosa periodística —de poesía ni hablamos—, pero, bueno, lo cierto es que no me queda duda de que el periodismo del siglo XXI pasa por los equipos multidisciplinarios: los de periodistas con conocimiento de tecnología, de tecnólogos con conocimientos de periodismo y de diseñadores y de publicistas y de tantos más, pero siempre trabajando juntos. Ese lobo estepario, ese periodista que se iba y hacía una cobertura y regresaba y escribía y casi no quería que le editaran su texto y nunca quería hablar con los del lado oscuro de la luna, con “los del negocio”, que me tocó ver todavía en alguna redacción, es un lobo que está en proceso de extinción...

El desafío de la comunicación en la era digital es que muchos trabajan para uno, pero ese uno es, lo señaló Arvizu con su entrañable acento norteno, ese uno es ¡cada vez menos numeroso! Cuando menos en el inicio no (cuando los agregas), pero eso es verdad para los grandes públicos: “los millones que veían el último episodio de una serie popular de televisión ya no están, hoy hay un público fragmentado”. Es un público de uno, señaló.

Son los intereses particulares los que hoy prevalecen en lo que los tecnólogos se plantean como comunicación

porque los algoritmos de sus plataformas de Internet —que resuelven unos problemas y crean otros, como: ¿dónde va a quedar la aldea pública, la agenda nacional?— funcionan cada vez que se da un *clic* y su modelo de negocio depende de eso de que la máquina al conectarme reconozca mi identidad, mi IP, y me mande únicamente la información geolocalizada de mi espacio físico.

Es claro que, migrantes o nativos digitales, en la faz de la tierra convivimos cuatro generaciones, y cada una de ellas necesita comprender que hay que buscar espacios comunes.

Las computadoras no lo son, y los celulares menos, según lo experimentamos en el evento mismo, pero los periódicos impresos son eso: un espacio común donde, como comentó con su deliciosa sabiduría la escritora Nélida Piñón, en otra de las mesas del evento, “nos encontramos con un periodismo que nos aporta la capacidad de legitimar la vida común”. ¿Qué leo yo que tú leas igual, en el mismo lugar, de la misma página, en el mismo día, para que podamos conversar?

Sí, siempre hay que pensar en el lector/usuario, pero no hay que claudicar nunca de la tarea de que alguien —y no sólo una máquina— le entienda, pueda iniciar una conversación inteligente, con él o ella y así dos seres humanos, o muchos, un equipo de hacedores de periodismo e idealmente muchos más lectores que uno, se mezclen en el maravilloso descubrimiento compartido de algún elemento particular de la realidad, sea esta *on* u *offline*...

A riesgo de que me llamen *ludita*—aquellos que durante la Revolución industrial se peleaban con las máquinas que desplazaban a los artesanos—, yo sigo románticamente pensando que es mejor, para mí cuando menos, beneficiarme del periodismo de calidad que hace un ser humano y, lo siento, pero sentada en la Plaza de las Tres Culturas sostengo con convicción que ningún algoritmo, ninguna “máquina azul”, a mi juicio, otra vez, ha sido capaz de narrar los acontecimientos de *La noche de Tlatelolco* como lo hizo Elenita Poniatowska, que nos dice que su tía, Pita Amor, la llamaba “pinche periodista”.

Ni la ácida crítica de esa, la poeta de la “tinta americana”, a su joven sobrina, me hace pensar por un momento, en ese escenario rodeada de ingenieros y administradores, que equivoqué el camino respecto a dedicar mi vida a la comunicación masiva y el periodismo.

Sí, a mí como a los del GYM—Google, Yahoo y Microsoft—, me interesan los usuarios y los algoritmos, pero les llamo *lectores*, pensando en los cien años pasados del diario *El Universal* igual que en los cien que espero les sigan. Creo que habrá que encontrar cómo mantener la esencia de lo que se ha hecho y se tendrá que seguir haciendo en el fondo: contar historias para que las lean, me da lo mismo la plataforma, líquida o sólida.

Eso para mí es “el periodismo y las nuevas tecnologías”.