

El periodismo de ayer y de hoy

Nada es nuevo bajo el sol. Pero las cosas nuevas que aparecen en la tierra alimentadas por el calor del sol sí son nuevas. ¿Qué quiero decir con este aparente trabalenguas? Quiero subrayar que el periodismo de ayer y el de hoy se nutren de lo mismo. La conclusión resulta obvia: se nutren de acontecimientos, palabras, imágenes e ideas. Veamos.

La misión del periodista no ha cambiado, pues parte de la necesidad humana de comunicación. Periodista es fundamentalmente la persona que comunica hechos, acontecimientos relevantes que afectan de alguna manera, positiva o negativamente, o cuando menos en apariencia, la vida de una sociedad. Palabras más o palabras menos, las definiciones son múltiples pero todas tienen como común denominador a la comunicación.

Siempre ha sido así. En los albores del periodismo moderno, a mediados del siglo 17, a los barcos que atracaban frente a Nueva York se aproximaba un botecito con un periodista y, a veces, cuando ya estaba en uso la cámara fotográfica, un fotógrafo. El periodista tenía una misión exclusiva: informarse y escribir la misma historia para seis periódicos neoyorquinos y cuatro de Filadelfia. Estaba en curso la formación de la primera cooperativa noticiosa del mundo, la Associated Press. Uno de sus corresponsales explicó: "Me pagan por informar. Ese es mi trabajo. Y la información que envío a los miembros de esta cooperativa debe estar libre de opiniones pues mi deber es informar con estricto apego a los hechos, como mi condición humana y profesional lo permitan...".

El concepto no ha variado en su esencia. Pero es legítimo preguntarse

¿Qué diferencias existen entre nuestro trabajo de entonces y el de hoy en día?

Como parte de la respuesta, deberíamos rendir homenaje a Gutenberg, cuya invención a mediados del siglo 13, en 1439, año reconocido como el del nacimiento formal de su invento, revolucionó la forma de comunicar y abrió las autopistas por las que avanzó el progreso hasta la modernidad que vivimos. Fue uno

Harold Olmos
Periodista retirado y analista

de los puntos de inflexión que caracterizan a la historia y que, al ocurrir, pocos le asignan la importancia que realmente tuvieron.

Pero así como la escritura no substituyó el hablar, la impresión nunca alcanzó, ni estuvo cerca de alcanzar, un dominio total en la comunicación.

Me parece escuchar lo mismo cuando evoco los miedos en las últimas décadas a los nuevos medios de comunicación: la radio vs. Periódicos, Televisión vs. Radio y periódicos, internet vs. todo lo demás. En verdad, ninguno de ellos desapareció. Pero se transformaron. O, como habría dicho Darwin, se adaptaron.

La primera publicación informativa reconocida por la Asociación Mundial de Periódicos data de 1605, más de siglo y medio después del invento de Gutenberg. (Noten la distancia entre un invento y su aplicación práctica. Cuando menos 170 años!). Era un semanario de una página con el nombre de "Colección de todas las Noticias Distinguidas y Memorables, de la ciudad alemana de Strassburgo. Empezaba ahí, en ese punto, la larga y fascinante carrera que esta noche nos trae hasta acá.

En los 250 y pico años transcurridos desde que surgieron los primeros diarios, los instrumentos para la comunicación han variado. De un sencillo manuscrito hasta el telégrafo, del caballo para entregar la foto al

transcurrido mucho tiempo. Tal vez toda la historia de la humanidad.

Ha sido un avance sin paralelo en las comunicaciones. En verdad, la ciencia y la tecnología han avanzado en los últimos 50 años como nunca en los 10.000 años de historia registrada del género humano. Y los medios no son sino parte de esa vertiginosa escalada de progreso. El producto que entregan se ha sofisticado, para alegría de todos nosotros, pero los ingredientes son los mismos.

La función de los periodistas, continúa siendo la de informar, llegar al público con la narración de sucesos. Pero han variado algunas cosas.

Primero, la velocidad. No hay que ver este aspecto como un elemento meramente técnico y tecnológico. En realidad, es consecuencia de muchos otros avances que han contribuido a dar a la información un carácter de inmediatez. La agilidad para entregar la información se ha vuelto una cualidad fundamental del periodismo.

En segundo lugar, ha crecido exponencialmente la sofisticación del lector de textos periodísticos y del público audiovisual, resultado de la modernización que marcha al lado de una mejor **educación**. Así, entre el público receptor y el emisor se produce una dinámica que obliga al emisor a mejorar su entrega informativa con mayor profundidad

Pero así como la escritura no substituyó el hablar, la impresión nunca alcanzó, ni estuvo cerca de alcanzar, un dominio total en la comunicación.

tren, del telégrafo sin hilos a la cinta perforada, de la radiofoto al fax, la computadora, su versión portátil, el teléfono celular para escribir texto e imágenes y enviar y recibir una comunicación. Es una espiral vertiginosa de cambios. Ahora, todo ese proceso de envío y recepción transcurre en una fracción de segundo. Pero para llegar a este punto ha

y mayor rigor. Para muestra un botón: Una edición diaria de The New York Times contiene tanta información como la que un ciudadano instruido del mundo moderno del siglo XV podía obtener durante toda su vida. Como corolario que prueba la premisa anterior, hay que agregar la profesionalización y la actualización constante de los periodistas. El

periodismo ha dejado de ser una profesión en la que solían predominar los bohemios y fumadores. Los periodistas ahora están más preparados que antes. Por lo general, tienden a ser mejor versados en historia, geografía, economía, leyes, computación y en problemas locales. Todo esto ha generado un tremendo beneficio, particularmente para el periodismo escrito.

En tercer lugar, la competencia entre los medios ha obligado a los competidores a una superación constante. Todos han aplicado las novedades de la técnica en sus áreas correspondientes: la imagen, la palabra y el texto. Ha sido una interacción virtuosa que se ha dado mayormente en el curso de una generación a otra. Todos han perfeccionado la calidad de la imagen, la precisión de la palabra y la simplicidad e inmediatez del

murieron el año pasado, de acuerdo a datos compilados por la Asociación Mundial de Periódicos. Y en Bolivia han sido contabilizadas más de 250 agresiones a la prensa entre enero y noviembre. No podemos decir que vivimos una época de luces para la prensa.

El trayecto de entonces a ahora

Hace 40 años, el diario Presencia utilizaba taxis para llevar material de la Redacción a la tipografía, que estaba en otro barrio. Eso significaba entrega de material y cierre de ediciones más temprano que otros medios sin dificultades logísticas. En estos días, el periodista entrega sus textos desde cualquier parte donde existan conexiones telefónicas e internet. Lo importante es que lleguen a una mesa central donde serán editados.

Hace 40 años, el diario Presencia utilizaba taxis para llevar material de la Redacción a la tipografía, que estaba en otro barrio.

texto. *(Un paréntesis: Los "nuevos medios" han combinado todas esas novedades en la internet, el nuevo mantra de la comunicación universal y prácticamente sin barreras, salvo las que imponen las dictaduras a sus pueblos, a quienes encapsulan temerosos de que conozcan verdades diferentes a las que les expone el Estado. La internet provoca miedo entre los regímenes totalitarios, autoritarios o tendientes al autoritarismo).*

Este proceso también ha traído un crecimiento de los riesgos para el periodista, o al menos los ha hecho más evidentes. La profesión de Periodista continúa entre las más arriesgadas del mundo, desde los peligros que implica la cobertura de guerras y desastres naturales hasta los que derivan de la incomprensión de gobiernos, autoridades y sectores sociales respecto a la función de la prensa como abanderada de la libertad de expresión. Setenta y cinco periodistas

En aquella época no tan distante hubo momentos de tensión política en los que se tuvo que extremar el ingenio para llegar al taller de impresión. Recuerdo que tras una violenta protesta contra la cuarentena impuesta por Estados Unidos sobre Cuba y la admisión soviética de que tenía en la isla cohetes con cargas nucleares, nadie, ni el taxista de nuestra mayor confianza, podía garantizar el transporte del material hasta la tipografía de una manera segura. El jefe de redacción tuvo entonces la idea de llamar a una ambulancia alegando que en la redacción había heridos graves. Llegó la ambulancia y con ella las protestas inmediatas de los enfermeros, que creían haber sido burlados. Pero se los pudo convencer de la emergencia del periódico, que no podría circular al día siguiente si su material no llegaba al taller tipográfico y de impresión. Aceptaron la misión a regañadientes, y también que un redactor fuese y retornase con ellos.

Hoy, la distancia entre un computador de redacción y su servidor es prácticamente inexistente. Pero los peligros de que "en el trayecto" el material se extravíe son equivalentes. Un repentino apagón puede llevarse todo el material de la jornada si no ha sido previamente archivado, o "salvado" en la jerga actual. O puede trabarse por dificultades en la red y permanecer prisionero en el computador central.

No pasan tres décadas, en tiempos de inestabilidad en Bolivia, de cuando los corresponsales para medios extranjeros nos veíamos en figurillas para enviar informaciones al exterior. Como cuando recurriamos a los vuelos comerciales entre La Paz y Lima para enviar cintas ya perforadas de manera que al llegar al aeropuerto de la capital peruana alguien esperase al pasajero que voluntariamente las llevaba, para luego transmitirla desde la oficina local. O cuando, en plena invasión de nuestras oficinas de La Paz, escribíamos noticias sobre el área de las leyendas de fotografías viejas, para transmitir informaciones urgentes sin que la censura lo percibiese. Los censores se daban cuenta por las informaciones radiales del exterior que, a pesar de todo, de algún modo continuábamos transmitiendo, pero no sabían ni de dónde ni cómo había salido la información. Aunque resulte difícil de creer, estas dificultades aún laten en muchas latitudes, allí donde la libertad de prensa como la conocemos y como la queremos no existe.

Los censores se daban cuenta por las informaciones radiales del exterior que, a pesar de todo, de algún modo continuábamos transmitiendo, pero no sabían ni de dónde ni cómo había salido la información.

Hoy, las fuentes de información se han multiplicado. La internet ofrece verdaderas bibliotecas para el contexto que se busca. Y frecuentemente los "blogs" (Weblog) traen informaciones y comentarios que no aparecen

en los medios tradicionales. No habría podido reunirme con ustedes sin el auxilio de material disponible en la red. O mi exposición habría sido mucho más limitada.

Es un mundo muy diferente del que tenía Luis Henry Dorado, quien, como corresponsal de Presencia en Oruro, tras ir a Llalagua y Siglo XX al amanecer para procurar información sobre las minas nacionalizadas, debía volver a su base, escribir la noticia en letras mayúsculas y llevarla hasta la oficina de telégrafos para que fuese transmitida antes que ésta cerrase, a las 10 u 11 de la noche. Todo esto durante una sola jornada. *(Comparar ese ritmo con la era del Petaflop, o la computadora de un trillón de operaciones por segundo, barrera que se alcanzó el 26 de mayo último, nos haría llorar de rubor.)*

Junto a la rapidez de la información se ha reforzado la necesidad de profundidad de la información.

¿Qué es **profundidad**? Para mí, es cubrir todas las bases posibles para ofrecer una información completa. Es decir, no dejar interrogantes que pueden ser respondidas dentro de la crónica que se escribe. Esto incluye lo que está alrededor de la noticia, el contexto. Y con mayor rapidez que antes. En este punto los periodistas de medios escritos tienen todavía una ventaja sobre los medios audiovisuales. Pueden dedicarle algún tiempo más a la investigación antes de divulgar la información.

En la elaboración de una información, el periodista debe *siempre* preguntarse: Lo que estoy escribiendo ¿es inteligible para quien desconoce este asunto? ¿Habré respondido a todas sus preguntas para que mi mensaje

informativo le llegue con fluidez y claridad? Son preguntas que quien escribía hace 30 o 150 años también tenía que hacerse. Sólo que ahora estamos ante un público mejor informado, que requiere más y mejor información. Y disponemos de tiempo menor. Pero en compensación, los instrumentos que utilizamos son más rápidos. Los programas de redacción de la Microsoft nos ahorran tiempo en detectar palabras mal escritas, frases con mala sintaxis, pronombres sin su equivalente verbal.

Los profesores de periodismo suelen destacar que, en lo posible y donde las circunstancias lo permitan, hay que infundir calor humano a la narración, para llevar el tema directamente a la sala de estar del lector. La importancia de incorporar testimonios que respalden la autenticidad de la información era también un factor a tener en cuenta en el pasado. Pero ahora es una necesidad imperiosa, pues no se puede hablar solamente de las heladas que han perjudicado la cosecha de café, sino que las heladas que azotan el sur de Brasil

¿Qué contribuye a mejorar la calidad de la información?

La respuesta abarca al ayer y a nuestro presente: Todo cuanto, legítimamente y dentro de las normas éticas, ayuda al lector a informarse mejor de un suceso.

¿Qué contribuye a mejorar la calidad de la información?

La respuesta abarca al ayer y a nuestro presente: Todo cuanto, legítimamente y dentro de las normas éticas, ayuda al lector a informarse mejor de un suceso. Como norma guía para la redacción de una noticia hay que reiterar la de no dejar vacíos. La información debe ser tan completa como sea posible. La narración y su desarrollo deben fluir de manera clara y diáfana. Su lectura **debe** ser interesante. Como se habría dicho antes, se trata de seducir al lector para que no desvíe los ojos de la información que se le ofrece y lograr que su lectura resulte compulsiva, que el lector sienta la necesidad de leer el material que se le ofrece porque es de su interés.

Eso sólo lo consigue una buena redacción, con un buen armado de todas las piezas informativas. Y una buena diagramación. Estos imperativos también existían en los albores del periodismo moderno y existen hoy, pues son parte constitutiva del trabajo periodístico, independientemente de la época en que se viva.

(o en Yungas, para colocarnos más cerca) pronto repercutirán sobre nuestra mesa de desayuno: los precios de nuestro café estarán más caros.

Una reciente encuesta entre 250 diarios estadounidenses mostró las siguientes habilidades que los editores consideraban esenciales en la contratación de sus periodistas: Redacción (El 100% de los encuestados consideró fundamental una buena calidad en la redacción). Computación (96%), Rapidez (96%), Multimedia (90%), Procesamiento de datos (83%).

Esto nos muestra cómo han cambiado las bases sobre las que se asienta nuestra profesión. De las 250 páginas por hora que una de las imprentas mejoradas de Gutenberg podía imprimir, hemos pasado a los 45.000 o 50.000 ejemplares por hora -48 páginas, 24 a color- de la Goss Metroliner. O para ir aún más allá, la Mitsubishi DIAMONDSTAR, la más grande y más rápida imprenta del mundo, que imprime 90.000 ejemplares por hora, 96 páginas a todo color, tamaño standard. Ustedes podrán preguntarse: ¿Quién utiliza ese monstruo, cuya altura equivale a la de un edificio de cuatro

Tras algunas resistencias entre finales del siglo pasado y comienzos del presente, los medios tradicionales han empezado a abrazar la causa de la internet.

pisos? Los que tengan el tamaño del Yomiuri Shimbun, con una circulación de 10.075.479 ejemplares diarios. Auditados.

Pero todo lo que hoy vemos, por moderno que nos parezca, está en camino a convertirse en ayer. Y muy rápidamente.

La era electrónica digital nos ha abierto un nuevo horizonte, cuya magnitud y profundidad aún no logramos medir, pero sus efectos ya penetran todo el globo y se manifiestan en nuestra vida diaria. Hay periódicos en Estados Unidos que ofrecen servicios "a la medida" del suscriptor. A éste se le asigna un código y puede llamar en cualquier momento y recibir en su celular las noticias de las áreas de su interés personal: el menú de su restaurante favorito, el desempeño del caballo por el que apostó, el valor de sus acciones, etc.

En verdad, en pocas industrias como la de la información la presencia invasiva de la Web es tan patente. Tras algunas resistencias entre finales del siglo pasado y comienzos del presente, los medios tradicionales han empezado a abrazar la causa de la internet. Han descubierto que

- **No pueden vivir sin ella.** Es un matrimonio de necesidad recíproca...por ahora, pues el periodismo en la red tiende a ser cada vez más autónomo de su matriz escrita. Muchos sitios relativamente autónomos han conseguido afirmarse a pesar de las dificultades de comienzos de la década. (*Internet Gratis, o IG de Brasil, y otros, por ejemplo, han conseguido apuntalarse con su propia redacción, con sus propias secciones, con múltiples áreas de entretenimiento. Tras ofrecer todos sus servicios gratuitamente, en los últimos años comenzaron a cobrar por algunos, pero mantuvieron su formato básico.*)

- **Tienen mucho para ofrecer, unirse y crecer.** De hecho, las redacciones modernas combinan la redacción del periódico con la de sus páginas Web. Los que escriben en los diarios generalmente también lo hacen en las páginas Web del mismo grupo editorial. Y las páginas Web cobijan a los columnistas con blogs, donde los lectores pueden encontrar informaciones ampliadas y con mayor contenido de opinión que en el medio impreso. En general, la internet ha abierto nuevos horizontes a los diarios. Entre otras cosas, brinda a las redacciones la posibilidad de ofrecer videos noticiosos que le permiten competir con la televisión, y alcanzar a sus lectores mucho más allá de su radio físico de penetración. Cualquiera con conexión a la internet puede leerlo desde Alaska o Cochabamba.

- **Probablemente tengan también algo para ganar,** aunque todavía no se tiene una cuantificación precisa de los lucros que la publicidad en la red pueda generar. Sólo se tiene una certeza: Está creciendo. La publicidad internet representó en 2007 el 6,95% del total gastado en ese rubro en todo el mundo versus el 2,84% cinco años antes. América Latina figura todavía muy atrás de Norteamérica, Europa y Asia. El porcentaje fue de apenas el 0,89% en 2007. Pero en 2002 el porcentaje era escasamente un 0,04%.

Signos del cambio

Si no fuera una expresión de las transformaciones que experimenta la industria de la comunicación masiva, sería solamente una ironía. Pero la siguiente noticia que mi hijo José Antonio me pasó por la internet no es sólo un ejemplo de destrucción creativa

del capitalismo. El 5 de marzo pasado, el diario británico The Register traía la siguiente información:

"Google ha confirmado que construirá un centro de informaciones en la difunta fábrica finlandesa de papel que compró el mes pasado por aproximadamente US\$50 millones.

A mediados de febrero, el productor mundial de papel Stora Enso anunció que Google pagará 40 millones de euros (alrededor de \$US 50 millones) por su fábrica Summa, en Kymenlaakso, al sur de Finlandia. Google, de su parte, dijo que estaba estudiando la construcción de un centro de datos en el lugar.

Ahora, el gigante de la búsqueda en la internet se ha decidido. Dice que las compras de la factoría papelera incluyen aproximadamente 166 hectáreas de terreno y que pagará \$US251 millones, incluso la compra de la fábrica, para erigir uno de sus mayores centros de datos.

La empresa Stora Enso cerró su fábrica hace un año alegando una baja en la producción de papel para periódicos y revistas que le provocó "pérdidas persistentes en los últimos años y perspectivas de lucro muy flacas para el largo plazo".

Google ha confirmado que construirá un centro de informaciones en la difunta fábrica finlandesa de papel que compró el mes pasado por aproximadamente US\$50 millones.

Hasta aquí la noticia de The Register. Algunos podrían decir, como el propio periódico, que estamos ante una señal ominosa de un proceso en curso. Otros dirán que es apenas un episodio más en una industria que cada día, cada hora, cada minuto y cada segundo debe ofrecer algo nuevo para mantenerse vibrante.

=0=0=0=0=0=0=0=0=0=0=

Pasemos este capítulo y retornemos al eje de nuestro tema.

El principio de la información es el mismo. Nada es nuevo bajo el sol.

El sol de la información es la Palabra. Esa magia que confirió a los seres humanos el instrumento para comunicarse. La palabra, tan venida a menos frecuentemente por su mal uso en el lenguaje hablado y en el escrito, sigue y seguirá siendo el camino por el que transita la humanidad para comprenderse mejor y verse mejor a sí misma. Mientras haya palabras para escribir, habrá periodismo escrito.

Quiero cerrar dejando para la reflexión de todos un par de párrafos de la introducción de un inquietante estudio sobre los derroteros del periodismo que nos está diseñando el mundo actual, caracterizado por una embriagadora velocidad.

El estudio es del periodista Tyler Marshall, ganador del Pulitzer 2004, con extensa experiencia, incluso 27 años en The Los Angeles Times, y coberturas de eventos en Asia, Medio Oriente y Europa.

Escuchémoslo:

"Les presento al diario estadounidense de 2008.

Tiene menos páginas que hace tres años, la cantidad de papel en los depósitos es menor y los artículos son más breves. Hay menos noticias extranjeras y nacionales, menos espacio para la ciencia, las artes, los reportajes y una gama de temas especializados. La cobertura de negocios viene empaquetada en una sección cada vez más flaca o absorbida por otra parte del periódico. La sección de palabras cruzadas también se ha encogido, la lista de programas

de TV y las bolsas de valores pueden haber desaparecido. Pero la cobertura de algunos temas locales se ha robustecido y el trabajo investigativo continúa fuertemente valorado. La redacción que produce el periódico es también más pequeña, con jóvenes inmersos en tecnología y más proclives a servir las demandas de tanto la parte impresa como la de la Web. El cuerpo de redacción también está bajo una gran presión. Cuenta con menos dinero, conoce menos a la comunidad, no es aún muy hábil en recolectar noticias, incluso la noticia de sus propias áreas. Hay menos

editores para identificar errores. A pesar de la imagen de declinación (de los periódicos), hoy, más que nunca, hay más lugares y más personas que leen el contenido producido en las salas de redacción de los diarios americanos. Pero los ingresos económicos están en picada. Los editores esperan que el panorama financiero sólo empeore, y NO están muy seguros de poder saber cómo lucirán sus diarios de aquí a cinco años".

Muchas gracias.

Santa Cruz, 16 de marzo de 2009.