

El rostro de los diarios digitales en el Perú (2017)

María Mendoza Michilot. Universidad de Lima,
Fondo Editorial



Por Isabel Tumi Guzmán
Pontificia Universidad Católica
del Perú

doi: 10.26439/contratexto2018.n029.1963

Vivir antes y después de internet. Somos seres privilegiados los que hemos pasado de los medios de comunicación tradicionales al día a día digital. Como dice Daniel Cassany en su libro *En_línea. Leer y escribir en la red* (2011):

¡Qué suerte la nuestra! ¡Nos ha tocado ser testigos de una revolución cultural! Porque internet es un invento tan prodigioso como la rueda, la escritura o la imprenta. Seremos de los pocos en la historia de la humanidad que habremos vivido antes y después de internet, que habremos conocido el mundo en papel y en bits.

Precisamente una periodista y maestra universitaria que es testigo excepcional de esta transición es María Mendoza Michilot. En su más reciente investigación, *El rostro de los diarios digitales en el Perú* (2017), nos detalla ese proceso de adaptación a la nueva realidad que enfrentaron y

aún enfrentan los diarios nacionales ante la irrupción tecnológica. Nos lo cuenta con esa peculiar acuciosidad de quien lleva décadas haciendo periodismo de calidad tanto en salas de redacción como en claustros académicos.

Es difícil señalar cuál de sus siete capítulos tiene mayor relevancia. De lo que no cabe duda es del aporte que la obra representa para las nuevas generaciones de comunicadores, que ahora deben atender a una audiencia globalizada e interactiva, así como para los medios de comunicación, cuya transformación es imparable, pues aún es largo el camino para adecuarse al contexto mediático. Además, brinda a las instituciones académicas material bibliográfico esencial sobre la evolución del ciberperiodismo peruano.

Con el antecedente de sus libros *Inicios del periodismo en el Perú. Relaciones y noticiarios* (1997) y *100 años de periodismo en el Perú* (2013), el componente histórico resulta especialmente significativo. El estudio abarca el bienio 2012-2013, aunque se extiende a los hechos previos y las innovaciones posteriores. Deja en claro que el periodismo *online* ha crecido y evolucionado a la sombra del *offline*, y por mucho tiempo no ha podido independizarse. De hecho, la evolución de los ciberperiódicos no ha sido pareja.

Son diez los diarios digitales de Lima estudiados, todos promovidos por medios impresos: *El Comercio*, *La República*, *Perú 21*, *Correo*, *Gestión*, *Líbero*, *Trome*, *Diario 16*, *La Primera (Diario Uno)* y *El Peruano*. Gracias a la investigadora, ahora sí contamos con un análisis profundo y amplio de los cibermedios peruanos. Tenemos una radiografía de cada uno de ellos y podemos comparar su avance en cuanto a lenguaje digital, el dinamismo de uno en relación con el otro, entre otros aspectos que desmenuza metodológicamente. La medición parte del uso que hacen dichos medios de los recursos digitales: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. La investigación, como la autora resalta, “discurre en dos dimensiones: el análisis del emisor y el análisis del mensaje” (Mendoza, 2017, p. 18). Del emisor enfoca las rutinas periodísticas, las condiciones de producción de los mensajes y el perfil de los comunicadores. Del mensaje, la estructura del texto informativo de las portadas, los elementos de las secciones y los mecanismos aplicados para generar interactividad.

Un elemento enriquecedor que fluye por las 350 páginas del libro, y que nos hace tocar vívidamente esa interrelación dialéctica de teoría y práctica propia de la profesión, es el testimonio de periodistas digitales que reflexionan acerca de lo experimentado a partir del 2012, el presente, el pasado y el futuro del modelo. “Hemos tenido que aprender a escribir

para seres humanos y para algoritmos de computadora”, declara Ángel Pilares sobre esta transformación que alteró nuestras rutinas y la forma en que se cuentan las historias.

Fernando Lozano alude a las tendencias, que son para los medios como las olas para los tablistas, e insta a no solo subirnos a la ola, sino planificar los productos digitales: “Solo así, sabiendo cuál es el objetivo, se dejará de depender de la ola para alcanzar la orilla”. Los cambios demandan cambios, interviene David Reyes, para quien hay un reto enorme: “Alinear los intereses comerciales a los intereses periodísticos. Y encontrar la fórmula”. “Los retos en nuestra industria digital continúan siendo vastos y fascinantes”, refuerza Maricella Arias.

Sobre los usuarios, infaltables en esta investigación, Gustavo Bárrig complementa: “Los medios digitales han tenido que aprender, de a pocos, a conocer a su público, a saber cómo se informan, desde dónde, por cuánto tiempo, entre otras variables”. Evidentemente, lo digital ya no es extraño para nadie. Lo ratificamos tras la lectura de este texto, en el que María Mendoza, con singular erudición, nos guía por el camino que el ciberperiodismo peruano se ha ido haciendo al andar, mientras iba creciendo la masa crítica de *prosumidores*.

Si bien la autora de *El rostro de los diarios digitales en el Perú* recoge los presagios hechos sobre el futuro de los medios impresos, su visión no es apocalíptica. “Para quienes pensamos que los diarios no van a desaparecer frente a la arremetida digital —precisa—, es claro que los impresos tienen que adaptarse a la realidad creada por la sociedad de la información y las nuevas tecnologías” (Mendoza, 2017, p. 33).

¿Qué se viene? La estudiosa nos dice:

No es difícil imaginar que, dentro de poco, el periodismo digital local irá ganando cada vez más seguidores, tanto de las plataformas con soporte en el papel como de las nuevas que nacieron y nacerán en la web. En pocos años, los llamados nativos digitales llegarán a la toma de decisiones y, con ello, a una forma diferente de enfrentar el mundo con herramientas que incluyen las tecnológicas. Un factor importante será el concurso de las empresas periodísticas para aprovechar sabiamente las ventajas de una revolución que debe beneficiar a todas las partes involucradas. (Mendoza, 2017, p. 19)

De aquí se desprende un compromiso de innovación permanente al ritmo de los cambios. Pero no solo eso. Ella va más allá y defiende con férrea convicción la esencia del periodismo por encima de cualquier

soporte. El nuevo periodista, al igual que el de hoy y de siempre, debe mantener un convencimiento ético y un sentido de responsabilidad ante la sociedad. Admite que en los últimos años los cybermedios han estado más preocupados en organizar sus redacciones, pero su reto futuro será organizar la información con un enfoque de profundidad.

Estamos seguros de que María Mendoza Michilot seguirá tras la pista de toda innovación en el periodismo y la docencia. Su interés en la investigación es inherente a su misión “en las aulas y en la vida”, como lo es para Cassany (a quien citamos al inicio de esta reseña):

Quiero vivir el día a día digital con curiosidad y plenitud: explorar cada término y concepto nuevo, experimentar los nuevos formatos, ensayar los inventos sucesivos, equivocarme y volver a empezar. Es mi manera de seguir divirtiéndome en las aulas y en la vida.