



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

DES Ciencias Sociales y Humanidades  
Dirección General de Investigación y Posgrado  
Doctorado en Estudios Regionales

## CIBERPERIODISMO: UNA REGIÓN A PARTIR DE LA GESTIÓN, PRODUCCIÓN, CONSUMO Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN LOS CIBERMEDIOS DE TUXTLA GUTIÉRREZ

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
DOCTORA EN ESTUDIOS REGIONALES

PRESENTA  
ROSA SOLÓRZANO RUIZ

DIRECTORA DE TESIS  
DRA. KARLA JEANETTE CHACÓN REYNOSA

CO-DIRECTORA DE TESIS  
DRA. MARTA RIZO GARCÍA

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS  
NOVIEMBRE 2017





DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO  
 DES CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
 DOCTORADO EN ESTUDIOS REGIONALES  
 ÁREA DE TITULACIÓN  
 AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS



F-FHCIP-TD-016

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a 16 de octubre de 2017.

Oficio No. TDER/249/17.

C. ROSA SOLORZANO RUIZ

Promoción: **SEXTA**

Matrícula: **14162020**

Sede: **TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS.**

Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del **JURADO** para el examen de grado del Programa de Doctorado en Estudios Regionales, para la defensa de la tesis intitulada:

**"Ciberperiodismo: una región a partir de la gestión, producción, consumo y prácticas periodísticas en los cibermedios de Tuxtla Gutiérrez".**

Se le **autoriza la impresión de seis ejemplares impresos y cuatro electrónicos (CDs)**, los cuales deberá entregar:

- Un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Seis tesis y dos CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales y a la Coordinación del Doctorado en Estudios Regionales.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

*"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"*

**MTRO. GONZALO ESTEBAN GIRON AGUIAR**

Director (a)



**DR. APOLINAR OLIVA VELAS**

Coordinador (a) del Doctorado en Estudios Regionales.



C.c.p.- Expediente/Minutario.  
 GEGA/AOV/mcmd\*

La realización de esta investigación fue posible gracias a la beca otorgada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), con número 306901, durante mis estudios de Doctorado en Estudios Regionales en la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH).

Agradecimientos:

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de continuar preparándome.

Agradezco a un ángel que desde el cielo me cuida, y a quien dedico esta tesis, a mi padre  
Billermán Solórzano Guillén.

A mi madre, Jesús Ruiz Coutiño, por siempre estar pendiente y deseando que mis proyectos profesionales se cumplan.

A mi esposo, José Rosemberg Ovilla Martínez, por su invaluable e incondicional apoyo para la realización de mis propósitos personales y profesionales.

A Mauricio, mi hijo, por ser mi fuente de inspiración.

Esta tesis no hubiese sido posible sin la experiencia, la ayuda y la guía de la Doctora Karla Jeanette Chacón Reynosa, mujer de amplio conocimiento y gran ser humano.

Agradezco infinitamente el puntual apoyo de la Doctora Marta Rizo García, por sus aportaciones a este proyecto; persona de gran experiencia y conocimiento.

Al Doctor Fernando Lara Piña, mi gratitud por su orientación y aporte para alcanzar esta extraordinaria meta.

Al doctor Juan Manuel Torres de León, por su aporte y dedicación a este proyecto.

Al doctor Oscar G. Chanona Pérez, por su aporte brindado para el fortalecimiento de esta tesis.

# Índice General

INTRODUCCIÓN .....	4
CAPÍTULO 1. PERIODISMO, CIBERPERIODISMO, CIUDADANÍAS Y CULTURAS .....	27
1.1. La evolución del periodismo .....	28
1.2. Definición de periodismo .....	34
1.3. La función social del periodismo .....	34
1.4. El periodismo tradicional .....	35
1.5. Ciberperiodismo .....	42
1.6. El ciberperiodismo inserto en la globalización, una relación global-local .....	44
1.7. Ciudadanías .....	47
1.8. Culturas .....	51
CAPÍTULO 2. LA REGIÓN DEL CIBERPERIODISMO .....	58
2.1. De la región como territorio a la región digital .....	58
2.2. La construcción de la región del ciberperiodismo .....	67
2.3. Los elementos que conforman la región del ciberperiodismo .....	76
CAPÍTULO 3. DEL MÉTODO, LAS METODOLOGÍAS Y LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS.....	83
3.1. El método hermenéutico .....	83
3.2. El concepto de metodología cualitativa .....	86
3.3. La construcción de la región a partir de las entrevistas .....	88
3.3.1 Análisis documental .....	89
3.3.2. Análisis de contenido .....	89
3.4. Periódicos con formato impreso, y actualmente con plataforma digital .....	92
3.5. Periódicos exclusivamente con formato digital .....	93
3.6. Ciberperiodistas entrevistados .....	98
3.7. Categorías de análisis .....	99
3.7.1.Gestión de la información .....	100
3.7.2. Producción de la información .....	102
3.7.3 .Consumo de la información .....	104
3.8. Tabla de análisis de contenido cuantitativo del cibermedio y flujo comunicacional de una plataforma digital .....	106

CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADO .....	109
4.1. Análisis de contenido .....	110
4.2. Del medio escrito al medio digital.....	136
4.3. Interpretación de los datos del análisis de contenido y presentación de los resultados .....	137
4.4. Análisis de las prácticas periodísticas.....	147
CONCLUSIONES .....	188
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	201
ANEXOS .....	207

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Línea de tiempo de las innovaciones tecnológicas. ....	70
Figura 2 Flujos informacionales de la región del ciberperiodismo. ....	72
Figura 3 Los diez paradigmas de la e-Comunicación. ....	75
Figura 4 Representación de la región del ciberperiodismo desde una perspectiva global. ....	78
Figura 5 Mapa espacial de la región del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez.....	79
Figura 6 Exportación de la información.....	82
Figura 7 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca. ....	112
Figura 8 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso). ....	113
Figura 9 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca. ....	120
Figura 10 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso) ....	121
Figura 11 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca. ....	127
Figura 12 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso). ....	128
Figura 13 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca. ....	132
Figura 14 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso). ....	133

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Periódicos con formato impreso, y actualmente con plataforma digital. ....	93
Tabla 2 Periódicos exclusivamente con formato digital. ....	95
Tabla 3 Ciberperiodistas entrevistados. ....	99
Tabla 4 Rubros, categorías y subcategorías de análisis.....	100
Tabla 5 Tabla de análisis de contenido cuantitativo del cibermedio y flujo comunicacional de una plataforma digital. ....	108
Tabla 6 Tipologías de cibermedios. ....	110
Tabla 7 Diferentes niveles de polivalencia. Fuente: Scolari Carlos (2008:208) ....	152
Tabla 8 Temporalidad y tempestividad. Fuente: Palacios y Díaz Noci (2007: 32-33). ....	175

## INTRODUCCIÓN

La globalización ha sido estudiada desde diversas perspectivas y miradas de científicos sociales, filósofos políticos y sociólogos como Beck Ulrich (2008), Zygmunt Bauman (2010), Castells (2011) quienes han debatido las dinámicas, los procesos, las consecuencias y los alcances de la globalización que ha permitido las relaciones económicas, sociales y culturales entre países. Por ejemplo, desde el siglo XVI la discusión que se plantea sobre este tema se inicia en la Europa occidental (Portugal, España, Holanda, Inglaterra y Francia), países que de una manera aislada empezaron a dominar y a expandirse en todo el mundo, entablado, así, un sistema mundial, cuya principal actividad es la integración global de los mercados, el comercio mundial de bienes y servicios y la incorporación de grandes multinacionales. Este proceso de transformación estructural en las sociedades avanzadas, llamada “globalización” llevó a la sociedad a organizarse y a interactuar con mayor rapidez a finales del siglo XX con el impacto de la revolución de la tecnología de la información y la comunicación, pues fue obvio que la transformación estructural global hizo que las actividades humanas posibles se reestructuraran y traspasarán las fronteras a tal grado que ya no se puede hablar de un lugar fijo porque el internet y otras innovaciones tecnológicas atraviesan el espacio y el tiempo, posibilitando el flujo de capitales y de información. Retomando a Castells vivimos en un nuevo paradigma que denomina informacional.

Efectivamente, como señala Castells (2011) que aunque el modo capitalista de producción se caracteriza por su expansión incesante, tratando siempre de superar los límites de tiempo y espacio, sólo a finales del siglo XX la economía mundial fue capaz de hacerse verdaderamente

global en virtud de la nueva infraestructura proporcionada por las tecnologías de la información y la comunicación. En efecto, el fenómeno de la globalización tecnológica generó grandes cambios y transformaciones en diferentes esferas como la económica, política, social, cultural, en el conocimiento y en lo informativo, que dieron paso a nuevas formas de vida, únicas en la historia, como la gestión de capital que se realizan en los mercados interconectados de forma global, los movimientos sociales que se reagrupan de manera colectiva a través de convocatorias realizadas mediante novedosos dispositivos digitales, manifestando sus inconformidades; el rol de las mujeres en la sociedad, los distintos grupos sociales que se integran en torno a identidades religiosas, étnicas y expresiones culturales; las empresas de comunicación sufrieron una reestructuración profunda en la gestión, producción y consumo de la información debido a que esta información que se difunde en tiempo real traspasa las fronteras. Indiscutiblemente, el lugar, el territorio físico en donde se producían las noticias se tornó líquido y la circulación de la información se convirtió en redes globales. Siguiendo a Castells nos dice que “las redes globales de intercambios instrumentales conectan o desconectan de forma selectiva individuos, grupos, regiones o incluso países según su importancia para cumplir las metas procesadas en la red, en una corriente interesante de decisiones estratégicas” (Castells, 2011:29) o como bien lo dice Ulrich (2008) surgen comunidades transnacionales y transcontinentales que separan lo que hasta ahora pasaba, y sigue pasando, a menudo como unidad indisoluble: la vida y el trabajo en común, en un mismo marco geográfico y social, fundan al mismo tiempo una nueva relación social.

Lo anterior nos lleva a la reflexión que a partir de la revolución tecnológica, el concepto de región ha evolucionado, que el mundo como se pensaba antes ha cambiado,

puesto que ya no puede pensarse únicamente en localidades que consideran los límites de división nacional, tal como lo externa P. Claval, en Espejo Marín Cayetano (2003).

La región es “la expresión en el espacio de las relaciones que los hombres establecen, de los grupos a los que éstas dan lugar y de las solidaridades que resulten de ellas, y de las que los protagonistas tienen una conciencia más o menos clara. La vida de relaciones se inscribe en diversas escalas, de manera que la organización del espacio se inscribe en diversos niveles: hay pequeñas regiones, las que nacen de ritmos y complementariedades de la vida cotidiana, y otras más amplias, que unen aquellos que están ligados por relaciones de diversos tipos, menos frecuente en lo referido a los particulares, pero con frecuencia igualmente importantes” (Espejo Marín Cayetano, 2003:69).

Esta definición alude más a las regiones como espacios físicamente delimitados y contruidos mediante las relaciones que los hombres establecen en una superficie terrestre, sin embargo, el territorio como espacio físico se transformó; el territorio como fundamento del Estado-Nación redefinió sus límites, y la región, único objeto de estudio de la geografía tiene nuevos enfoques como el que refiere Steffan Igor Ayora Díaz, quien indica que el concepto de región puede entenderse solamente en el ámbito de las relaciones globales, tanto económicas como políticas y culturales, en este sentido, una región, añade, es un campo en el que se enfrentan fuerzas y que es, a su vez constituido por otras relaciones de poder que tienen un origen externo a dicha área. Consideramos que esta definición introduce otros elementos como las relaciones de poder y las relaciones globales que van perfilando el concepto de región bajo otras miradas que ya no están acotadas a un sólo espacio, sino interconectadas a muchos.

Desde esa perspectiva, deducimos, desde la visión de algunos estudiosos de las tecnologías digitales como Nicholas Negroponte que las regiones insertadas en los estados

nacionales se han modificado porque “a medida que nos interconectamos entre nosotros mismos, muchos de los valores del estado-nación cambiarán por los de comunidades electrónicas, ya sean estas pequeñas o grandes. Nos relacionaremos en comunidades digitales en las que el espacio físico será irrelevante y el tiempo, jugará un papel diferente” (Negroponte, 1995: 8).

Pensamos, entonces, que la región conceptualizada como territorio físico habitada por un conglomerado humano, con una estructura específica y en un espacio-tiempo determinado se encamina hacia una región digital, que las tecnologías vinieron a resignificar el concepto de región al existir una revalorización del área con nuevos elementos que los particulariza y los define como los recursos electrónicos. Desde luego, esto no significa que en otras épocas no existieran las comunicaciones y los instrumentos de información, de hecho, éstos han acompañado al desarrollo de las sociedades desde su nacimiento, sin embargo, esta es una nueva revolución tecnológica que admite otros espacios con otras dimensiones y otras tensiones entre lo global y lo local.

Así lo explica Gustavo Buzai, investigador del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Buenos Aires en Argentina, quien refiere que las tecnologías digitales comienzan a ocupar un lugar de importancia en la re-significación del concepto de región, esto debido a la aparición emergente del ciberespacio y la definición de nuevos espacios que se encuentran entre las pantallas de la computadora.

Es decir, el surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico que trajo aparejado la revolución del lenguaje digital, las telecomunicaciones y la interconexión de redes

computacionales y de información, se desarrolló con mayor fuerza a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, el cual evolucionó los ámbitos de la actividad humana visibilizando a una sociedad en la era de la información y transformando los distintos campos del conocimiento como los procesos de comunicación que vivieron una profunda transformación. Por ejemplo, en el campo de la comunicación, las teorías y los esquemas tradicionales se modificaron al incluir, cada vez más, diferentes elementos como el emisor, mensaje, canal, receptor, codificador, entre otros. Del mismo modo, durante años, las teorías de la comunicación trataron de encontrar una definición para su objeto de estudio, sin embargo, cada modelo, cada corriente, cada escuela fue introduciendo nuevos aportes mediante los cuales la comunicación se reorganizaba a partir de nuevos paradigmas que imposibilitó un consenso que permitiera unificar esta ciencia del conocimiento social.

Evidentemente, las teorías de la comunicación de masas pasaron por diversos paradigmas como el interpretativo cultural, crítico, semiótico, empírico analítico, de información, al paradigma informacional, precisamente, para alcanzar la meta propuesta en nuestra investigación retomamos de este último paradigma diversos conceptos y enfoques, dado que describe la emergencia de las tecnologías de la comunicación digital. De este modo analizamos que del concepto lineal de la comunicación nos encontramos con las teorías sobre los medios digitales interactivos, en la que las conversaciones se entrelazan y se esparcen por todo el globo, integrando diversas sociedades. En este escenario, internet, la red de redes desarrolla un papel importante en esta expansión que va de una esfera a otra, tal como lo manifiesta Hurrell en Alzugaray Treto (2009:11) cuando afirma que los “crecientes flujos de personas y el desarrollo de múltiples canales y complejas redes sociales, a través de las cuales

se expanden de una esfera a la otra, ideas, actitudes políticas y formas de pensar, creando una sociedad civil transnacional regional”. Significa esto entonces que las nuevas formas de comunicación han traído nuevas dinámicas, interacciones, relaciones, valores y prácticas que se recrean continuamente en el espacio-tiempo, además de que las tecnologías potencian las interconexiones y se propagan a otros campos de la actividad humana como el periodismo, que ha visto modificado su esquema de organización, producción y consumo. El periodismo dice Raúl Rivadeneira Prada “es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos de interés social procedente de una o varias fuentes, para transmitirlos a un destino mediante un canal llamado periódico” (Rivadeneira, 2010:36).

Naturalmente, concebimos al periodismo como la actividad profesional que se dedica a la recolección de la información, selección, procesamiento y difusión de los hechos de interés público y de actualidad. Por consiguiente, el periodismo es un fenómeno trascendente que establece una relación entre los grupos humanos que interactúan en un ámbito de interés colectivo y, actualmente se interrelacionan en un ámbito eminentemente global y digital. En este sentido, la función del periodismo sigue siendo, principalmente, la de informar, pero los avances tecnológicos han hecho que evolucione la manera de contar las historias y de percibir las diversas realidades que se suscitan en la vida cotidiana. Las modificaciones en la práctica periodística que se desarrolló en este nuevo entorno cibernético sufrieron cambios inimaginables debido a la emergencia de la aplicación de novedosos dispositivos y recursos digitales, que tanto los periodistas como los medios requieren de su uso para la producción, gestión y consumo de contenidos informativos.

En efecto, una de las mediamorfosis más notables que se observó en los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) a nivel internacional, nacional y regional, son sus rutinas de trabajo, la inmediatez de la información, el acceso y las dinámicas con los usuarios. Así, los procesos de la información están determinados por la virtualidad que generan nuevos flujos, el espacio de los flujos es verdaderamente la forma espacial dominante en la sociedad red.

Esta conectividad de forma global permitió a la sociedad interrelacionarse sin límites de tiempo y espacio, dando como resultado la configuración de nuevas prácticas culturales y relaciones de poder. En este contexto, los estudios regionales que históricamente reducía su análisis al territorio han cambiado; ante la emergencia del ciberespacio; el concepto de región ha evolucionado, esto es, la región, el mundo como se pensaba antes ha cambiado, y esto tiene que ver con la tecnología, con los recursos, con los dispositivos móviles. Estas modificaciones de la región incipiente que se está formando, y que nosotros estamos viendo, observando e investigando con el propósito de estudiar un campo regional, es una región que comprende dos dimensiones: física y virtual, debido a que la emisión del mensaje parte de un lugar, pero no es el lugar el importante, sino como las fronteras físicas de donde fue escrita esta información queda diluida y la circulación es la que se hace global, el asunto de la globalización tiene que ver con la circulación de la información. Lo anterior lo abordaremos a profundidad en el capítulo dedicado a la región del ciberperiodismo.

Por prácticas periodísticas entendemos las rutinas del ejercicio de esta profesión, el modo de realizar las actividades y la forma en la que los periodistas seleccionan, recogen la

información, redactan y la publican con un rigor periodístico que le concede validez y credibilidad; la práctica del periodismo se ha construido y consolidado a lo largo de su historia.

Sin embargo, como bien lo señala Castells lo que es distintivo de la configuración del nuevo paradigma tecnológico, es su capacidad para reconfigurarse, un rasgo decisivo es una sociedad caracterizada por el cambio constante y la fluidez organizativa (Castells, 2011:89). De acuerdo con Rivadeneira, el periodismo, en su forma tradicional clasificaba la difusión de las noticias según sus principios de actualidad, proximidad y periodicidad:

La periodicidad es relativa al campo de la actividad temporal de los medios y a la función informativa que cumplen dentro de un espacio geográfico. Consiste en procesos de renovación del producto de medio (diario, revista, emisión radial o televisiva) ajustados a la temporalidad del valor noticioso de acontecimientos, ideas y sentimientos y de la evolución de dicho valor. Según su periodicidad, los medios se clasifican en pluridiario, diario, interdiario, bisemanario, quincenal, mensual, semestral, anual, etc. Como salta a la vista, la periodicidad se mide por el tiempo que tarde un producto de medio en renovarse, el que transcurre entre la última edición y la próxima. Periodicidad debe entenderse también como regularidad ya que de ella depende que la tarea informativa mantenga continuidad y coherencia (Rivadeneira Prada, 2010:38).

No obstante, con el fenómeno de la globalización y la expansión que brinda el internet, la periodicidad fue lo que más cambió, el alcance que tiene la información ya no depende del ritmo o del tiraje de un periódico, los medios electrónicos han borrado la línea divisoria entre las regiones. Sin duda, lo global y la novedosa forma de producir y difundir la noticia en tiempo real y sin límites territoriales, representan los hechos, las historias y los sentidos del acontecer social, de manera totalmente diferente.

Por supuesto, que el periodismo en el transcurso de su desarrollo y elaboración ha sufrido grandes transformaciones, como las realizadas por la imprenta que en su momento revolucionó la manera de escribir y difundir las noticias. Posteriormente, la sociedad contó con instrumentos como el telégrafo, el télex, el teléfono, el cine, la radio, la televisión, el fax y el biper (mejor conocido como radio localizador), y más recientemente, la sociedad vive una nueva revolución muy importante: el internet, que cuenta con innovaciones tecnológicas como las computadoras, el teléfono celular, las tabletas, y muchas otras invenciones tecnológicas que contribuyen al desarrollo de las sociedades, son medios masivos que permiten la difusión de las distintas opiniones. Como bien lo dice Carlos Scolari, cada cambio afecta el proceso de producción de las distintas sociedades.

“La popularización de las rotativas y los motores de vapor en la segunda mitad del siglo XIX introdujo grandes cambios en el proceso productivo de la prensa, lo mismo que sucedió en el siglo XX con la tecnología electrónica. La difusión de la web y la digitalización, junto a otras transformaciones de carácter social, económico y cultural han generado una serie de mutaciones en el perfil y las competencias de los profesionales de la información. A comienzos del siglo XXI la rutina laboral del periodista actual está totalmente ligada al ordenador y la web” (Scolari, 2008:39).

Con la constante evolución de las herramientas digitales, nosotros agregaríamos otros instrumentos como las redes sociales, las tabletas y los teléfonos inteligentes que facilitan las tareas en la gestión, distribución y obtención de la información. Hoy en día, un periodista puede, mediante un celular, enviar fotos, audios, información y transmitir en tiempo real. Así pues, las tendencias globalizadoras y tecnológicas que ocurren en el periodismo en plena

segunda década del siglo XXI son verdaderamente incomparables por el cúmulo de datos, la disposición y la velocidad con la que circulan las noticias.

El ecosistema informativo dio como resultado una mediamorfosis; un espacio multiplataforma de intercambio complejo en donde los contenidos de la noticia se difunden a través de la convergencia digital, esto es la integración de imagen, audio y gráfico, lo que derivó en un nuevo modo y lenguajes de hacer periodismo, en esta las funciones pueden darse en un mismo aparato como en una computadora, tableta o teléfono celular. La revolución de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) que observamos a nivel internacional, nacional y regional, cambiaron sus rutinas de trabajo, la inmediatez de la información, la forma y la dinámica con los usuarios, esto debido a que los procesos de la información están determinados por la virtualidad que generan nuevos flujos; flujos que están en permanente interacción y redefinición toda vez que la comunicación que se genera a través de dispositivos digitales se extienden a múltiples comunidades virtuales. Ante la inminente globalización tecnológica, la prensa escrita, de todo el mundo, trasladó su información impresa a la *World Wide Web* (Web), según se dedujo para poder competir ante la innovación y las potencialidades que ofrece la red de redes.

A nivel internacional, la prensa digital hizo su aparición en la década de los noventa, así, observamos que los periódicos de alto prestigio como el *New York Times*; en Estados Unidos, El País; en España, Clarín; en Argentina, El Tiempo; en Colombia, El Mercurio; en Chile, iniciaron con la puesta en marcha de sus portales para compartir y replicar la noticia a

todo el mundo y en tiempo real, implicando un hecho de gran trascendencia en la historia del periodismo.

En el panorama nacional, el periodismo digital llegó a México en la década de los noventa, pero se intensificó a partir del año 2000 cuando el internet se expandió con mayor fuerza. Inicialmente, las empresas periodísticas trasladaban su información a la página web, sin mayores recursos digitales, de hecho era un volcado de información proveniente de la prensa escrita, los cambios en la interactividad y multimedialidad vendrían un poco después, aproximadamente en 2006.

En el escenario local, los periódicos digitales aparecieron en el 2000 sin un formato definido, se enmarcaban en el esquema de los blogs, y al igual que los medios nacionales también en el diseño del impreso, sin embargo, aunque aún no tienen un discurso ni estructura determinada, paulatinamente han explorado las potencialidades de la red y han incorporado recursos propios del lenguaje cibernético.

Una de las transformaciones más visibles es la interactividad con el usuario, con los lectores en internet, lo que generó nuevas formas de organización y participación ciudadana, además de cambios en la gestión, producción y consumo. Al hablar de cambios nos estamos refiriendo a que la gestión del periodismo se realiza actualmente a través de plataformas digitales, correos electrónicos, redes sociales, son espacios en donde la difusión de la comunicación digital aporta sus contenidos. Una característica notable es que el periodismo se ha vuelto inmediato, la noticia se produce en tiempo real y no obedece a un itinerario como en el periodismo impreso, esto obliga al periodista a tener un consumo de información diferente

al de años anteriores; son cambios que se han generado a partir del ciberperiodismo, de las incidencias tecnológicas y de la utilización de nuevos puntos de conexión. Esta conectividad de forma global permitió a la sociedad interrelacionarse sin límites de tiempo y espacio, dando como resultado la configuración de prácticas culturales y relaciones de poder. Ante la emergencia del ciberespacio, el concepto de región, como ya lo explicitamos redefinió su ámbito de estudio. A la par se configuraron novedosas formas de comunicación y nuevas prácticas como el ciberperiodismo, también llamado periodismo digital, es en esta última área del conocimiento social que se enfoca nuestro objeto de estudio, del cual nuestra investigación empírica arrojó importantes resultados.

El ciberperiodismo es definido por Ramón Salaverría y Díaz Noci (en Barrios 2013:140) como la “especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente la difusión de contenidos periodísticos”. A lo largo de más de dos décadas el ciberperiodismo, ha recibido distintas denominaciones como periodismo digital, periodismo electrónico, periodismo multimedia y periodismo *online*, entre otras.

La construcción social que aquí proponemos y como veremos en el capítulo dedicado a la región del ciberperiodismo, está conformada con características definidas como los flujos informativos y los elementos tecnológicos, inspirada desde la perspectiva teórica de la sociedad red de Manuel Castells. Esta región se desarrolla en el ciberespacio, misma que no se define geográficamente, sino por las interacciones sociales que se dan a través de dispositivos digitales como las computadoras, los teléfonos inteligentes, las tabletas, la microelectrónica, el

internet, las telecomunicaciones por los que circulan una cantidad inimaginable de información.

Pero también por un espacio físico y vivido que es en donde se desenvuelven los actores, y en que convergen los saberes, la formación, lo jurídico, lo legal, lo político, lo económico, así como los comportamientos y modos de estos agentes que se agencian del espacio.

De acuerdo con Castells (2011), De la Peña (1998) y Bataillon (1993), la región es un espacio vivido, las prácticas están conectadas en red y en espacios, se basan en flujos de información. La región para nosotros es un espacio que se construye por las prácticas que ejercen los ciberperiodistas, mediado por lo informativo, lo social, lo digital, pero también por lo simbólico. Dicha región redefine las fronteras, interactúa entre lo global y lo local, es decir, supera las formas tradicionales de tiempo y espacio, responde a una creciente dinámica globalizadora.

Ciertamente, es en el campo disciplinar del periodismo que este proyecto de investigación busca construir conocimiento de forma teórico-práctico sobre una realidad que ha transformado la prensa que leemos, vemos y escuchamos a diario. De esta manera, observamos que ante los últimos desarrollos tecnológicos que innovan radicalmente los procesos de información y comunicación, tanto los medios de comunicación como los periodistas enfrentan nuevos desafíos y nuevos retos. Si bien el rigor periodístico del medio impreso, es el mismo para el digital, los periodistas llamados actualmente ciberperiodistas, -el prefijo ciber alude al trabajo periodístico dentro de un entorno cibernético, como las

computadoras, telecomunicaciones e informática- deben estar capacitados para trabajar en un ambiente cibernético, con características como la inmediatez de la información, la interactividad con los usuarios y la multimedia.

Castells (2011) enfatiza que una revolución tecnológica centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. En el caso que aquí planteamos, el de los medios de comunicación y más concretamente, el campo del periodismo, ha sufrido a nivel mundial un proceso de reestructuración interna caracterizado por los cambios en la gestión, la producción, el consumo y las prácticas, que han impuesto una celeridad, nunca antes vistas. Otros aspectos de las prácticas periodísticas en el ciberperiodismo están centrados en la recopilación de la información, el contacto y selección de las fuentes informativas, renovación de la información, relación y comunicación con los lectores, la redacción de la nota informativa y la ubicación del periodista que no obedece a un lugar fijo, éstos pueden difundir la información desde cualquier espacio y dispositivo conectado a la red.

Desde esa perspectiva global analizaremos lo local, debido a que lo global está conectado con lo local, esto es, los hechos relevantes, actuales y de interés colectivo que ocurren en el ámbito internacional y nacional repercuten y afectan la esfera local. Por ejemplo, en lo regional, con la llegada del internet el panorama mediático en el territorio de Tuxtla Gutiérrez se transformó. Actualmente, los periodistas contextualizan los hechos, por lo que muchas veces se encuentran obligados a escribir para los lectores de diferentes partes del mundo, cuyos acontecimientos los mantiene en interacción, esto significa que los flujos comunicacionales y los mensajes no son fijos, por lo que hoy las historias se cuentan con

otros recursos digitales y dispositivos móviles como el teléfono celular que permite al periodista informar de un punto a otro. Existe una nueva manera de ejercer el periodismo, por ello, quienes practican esta profesión atraviesan por un proceso de reestructuración y adaptación, totalmente opuesto al periodismo impreso que venían desarrollando; con el periodismo impreso la información se seleccionaba por la proximidad geográfica y por sus audiencias que estaban acotadas, dada que la circulación, distribución y los temas periodísticos que estaban estratificados por regiones y espacios geográficos. Lo anterior, no quiere decir que el principio de proximidad en la noticia, no siga siendo de interés, pero el impacto de las tecnologías y las transformaciones de esta globalidad traspasó lo físico, la sociedad, los hechos y los temas.

Así pues, en Chiapas y principalmente en Tuxtla Gutiérrez, en los últimos 12 años surgió un aumento de periódicos digitales en dos modalidades: los que tenían un soporte impreso y trasladaron la producción de sus noticias al ciberespacio y los que no cuentan con una plataforma en papel, sino que únicamente operan en línea. En este marco, estudiaremos en qué medida el internet y las tecnologías facilitaron nuevas formas de comunicación, así como nuevas maneras de ejercer el periodismo, lo que determinó en gran parte, el surgimiento de nuevas regiones como por ejemplo en el ciberespacio, muy distintas a las analizadas únicamente por la disciplina geográfica.

Por tal motivo, los supuestos en que nos basamos para analizar nuestro objeto de estudio son los siguientes:

- Las tecnologías de información y comunicación cambiaron las prácticas periodísticas
- El ciberperiodismo se constituyó en una región.
- El ciberperiodismo gestiona, produce, consume y ejerce las prácticas periodísticas en un entorno digitalizado.
- El ciberperiodismo cambió la manera de interacción social y el flujo de información hacia los sujetos.

Los cambios en las prácticas del periodismo en internet, objeto de nuestro estudio que aquí denominamos ciberperiodismo, nos resulta de gran importancia estudiarlo desde un análisis riguroso y con metodologías científicas que aborden las transformaciones y la evolución que ha tenido el periodismo en los últimos años, para de esta manera construir conocimiento sobre este fenómeno que cambió los procesos de comunicación social, porque de acuerdo con esta nueva forma de expresión, el ciberperiodismo no es trasladar la información del impreso al ciberespacio, no es colocar el texto de manera estática, no es la misma redacción del medio impreso en la plataforma digital, representa la actualización permanente de los contenidos, así como la utilización de códigos y lenguajes diferentes. En suma, la construcción del ciberperiodismo impuso un discurso diferente en la región de Tuxtla Gutiérrez.

En este sentido, las preguntas que guiaron nuestra investigación son las siguientes:

1. ¿Cuáles son los cambios y las prácticas periodísticas en la región de Tuxtla Gutiérrez?
2. ¿Cómo el ciberperiodismo puede constituirse en una región?

3. ¿Cómo se gestiona, produce, consume y se ejercen las prácticas periodísticas en el ciberperiodismo?
4. ¿Cómo el ciberperiodismo configuró un nuevo esquema de información en la sociedad?

Las interrogantes anteriores, nos permiten exponer que el periodismo no se puede pensar como se pensaba antes de esta gran revolución tecnológica, que ha cambiado las rutinas de trabajo, el perfil, la formación y la relación del periodista con los lectores. En definitiva, nuestro objetivo general radica en analizar cómo gestiona, produce, consume y se ejercen las prácticas periodísticas en la región de Tuxtla Gutiérrez, visto que, como lo hemos venido refiriendo las prácticas de los periodistas al ejercer el periodismo digital, ya no volvieron hacer las mismas porque actualmente el profesional de la comunicación , puede a través de un celular transmitir los hechos en tiempo real, estar en constante interacción con los usuarios, es una dinámica muy diferente a la que venían desarrollando con el periodismo impreso.

Por tal motivo, nuestros objetivos específicos que establecimos son los siguientes:

- Analizar cuáles son los cambios y las prácticas periodísticas en la región de Tuxtla Gutiérrez.
- Examinar cómo fue el proceso de configuración de una región para el periodismo.
- Analizar cómo el ciberperiodismo se constituyó en una región.
- Estudiar cómo ejercen los periodistas su labor ante un entorno digitalizado.

- Identificar cuáles son los periódicos en Tuxtla Gutiérrez: a). Los que se imprimen en formato tradicional y tienen plataforma digital y b). Los que surgieron por la emergencia digital y que operan únicamente en línea.

El discurso del también llamado periodismo digital es un fenómeno complejo, en donde los escenarios mediáticos mutan constantemente y en el cual los periodistas poco a poco han ido adaptándose para dar cuenta al público del acontecer socio-político de su región; el ciberperiodismo, es pues hoy una nueva realidad de hacer periodismo, es un fenómeno que se basa en el desarrollo tecnológico; un avance digital que se inscribe en una sociedad global que vive bajo la cultura cibernética, lo que ha propiciado la transformación de las distintas estructuras sociales, principalmente la de los medios de comunicación.

Para analizar tal problema escribimos la ruta metodológica que guió nuestro trabajo y elaboramos cuatro categorías: gestión, producción consumo y prácticas periodísticas, las cuales nos permitieron observar el trabajo que realizan actualmente los periodistas en sus rutinas laborales, apoyados, primordialmente, en un marco teórico que sirvió de sustento a la indagación.

Así, nos posicionamos en el paradigma hermenéutico interpretativo, con un enfoque metodológico cualitativo, lo que nos permitió analizar, reflexionar e interpretar el sentido de las prácticas periodísticas que se originan en el ciberespacio, ámbito en el que se desenvuelven los periodistas y usuarios conectados a la red. La metodología cualitativa, en opinión de Strauss y Corbin (2002) permite la manera de pensar la realidad social y de estudiarla. De igual forma, el método hermenéutico nos ayudó a comprender como significan y simbolizan las prácticas

periodísticas nuestros actores sociales. Establecimos las técnicas utilizadas para la recolección de la información como la entrevista semiestructurada, la cual nos permitió conocer las experiencias de cada uno de los actores sobre el ejercicio periodístico que realizan en este nuevo entorno electrónico.

Este trabajo indagó los cambios en las prácticas periodísticas en los medios de la región de Tuxtla Gutiérrez, mediante el análisis de contenido, documental e histórico, los cuales se realizaron durante el 2016. La selección de la muestra quedó conformada por cuatro periódicos: dos con soporte impreso y dos únicamente con versión digital.

Cuarto Poder

<http://www.cuartopoder.mx>

Diario de Chiapas

<http://www.diariodechiapas.com>

Chiapas Paralelo

<http://www.chiapasparalelo.com>

Monitor Sur

<http://monitorsur.com>

El criterio de la muestra correspondió, -en el caso de los periódicos Cuarto Poder y Diario de Chiapas-, que son medios con soporte en papel y que ahora cuentan con portales digitales-, porque son empresas líderes en el ramo, son medios tradicionales y los más antiguos (40 y 39 años, respectivamente). Durante estos años, han contribuido a generar opinión pública,

han conformado la agenda mediática, son medios que históricamente han operado en su región de origen.

Mientras que el criterio para elegir a los periódicos Chiapas Paralelo y Monitor Sur fue su dinamismo y una mayor interacción e interactividad por parte de los periodistas con los usuarios. Este criterio se midió mediante la observación en las redes sociales, en sus plataformas digitales, y por el consumo informativo que realizan los periodistas. Ambos medios usan constantemente las redes sociales para difundir y multiplicar el mensaje informativo. En el caso de Monitor Sur, envía diariamente a sus usuarios la información actualizada (texto y audio) por el mensajero de *WhatsApp* y vía *Facebook*, y si alguna noticia cobra relevancia en el transcurso del día sube la información casi de forma instantánea en las redes sociales. En estos medios, la organización de la información implica un gran esfuerzo, por la conformación de los equipos de trabajo como por la disposición económica.

Pensamos que hacer el planteamiento para saber de qué forma los periódicos impresos con ediciones *online*, como los que nacieron por la emergencia tecnológica en la región de Tuxtla Gutiérrez, nos permitiría conocer la dinámica, la organización, el tratamiento y la difusión de la información, en estas nuevas plataformas que integran texto, imagen, sonido y gráficos y en las que los usuarios pueden escuchar radio, ver televisión en tiempo real, videos o acceder a textos que están guardados a través de archivos con lenguajes digitales.

El interés de nuestro tema de tesis se inicia cuando el internet y las tecnologías de la información y la comunicación implicaron una renovación en las tareas de informar, gestionar, producir y consumir el ciberperiodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez. Un objeto de estudio

diferente y novedoso al de otras expresiones periodísticas que han sido investigadas y trabajadas en años anteriores como las relacionadas al desarrollo de la prensa escrita, por ello, la aportación de esta investigación social al campo regional reflejará el contexto que viven actualmente los nuevos medios digitales, que han realizado un trabajo sin precedente como resultado de los avances tecnológicos.

De igual forma, la importancia de comprender el ejercicio periodístico en línea nos resulta relevante para conocer las formas de organización y operatividad de las organizaciones informativas. Por ello, los alcances de esta investigación teórica-práctica mostrarán la realidad, los desafíos y el futuro de esta nueva modalidad del periodismo como un fenómeno de la realidad en estos tiempos de globalización que estamos viviendo, en provecho de la comunidad estudiantil y a académica quienes deseen ampliar el tema del periodismo por internet y su evolución. En este sentido, algunas de las conclusiones esbozadas son las diferencias de las rutinas periodísticas en relación al trabajo que venían desarrollando, hoy el periodismo digital exige nuevas competencias y habilidades para comunicar. Durante la entrevista semiestructurada, los periodistas que trabajan en distintos medios *online* nos compartieron sus experiencias y revelaron distintas formas de ver y enfrentar los retos en este nuevo entorno digital. Los descubrimientos más importantes fueron que los cibermedios se encuentran en una etapa de transición, experimentación y consolidación; el perfil del periodista se redefine junto a sus habilidades y competencias; hoy necesita contar con nuevas herramientas digitales e interactuar cada vez más con sus fuentes informativas y con los usuarios. Otro descubrimiento es que el periodismo digital les permitió un mayor sentido de autonomía, libertad de expresión, así como el desarrollo de temas distintos a los publicados en

los medios tradicionales, lo que les da la oportunidad de abordarlos desde una perspectiva plural en la que el ciudadano ya no sólo es lector o receptor pasivo, sino que se vuelve un productor de la información y constructor de ciudadanía.

Descrito nuestro objeto de estudio y el problema que generó la investigación, integramos nuestra tesis en cuatro capítulos, los cuales están articulados de tal forma que contribuyen a explicar las condiciones locales del periodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez y dan cuenta de la transformación de sus prácticas periodísticas como resultado del fenómeno tecnológico global que vino a modificar la forma de ejercer esta profesión, permitiendo que estas prácticas puedan ser analizadas como una región.

De este modo, el capítulo uno está dedicado al periodismo tradicional en el que damos cuenta de su evolución y de cómo esta profesión a partir de la globalización tecnológica cambió radicalmente su forma de producir y gestionar la información; es decir, vivió una transformación profunda que pasó del periodismo impreso al denominado ciberperiodismo, dando pauta a que el periodismo pueda ser analizado como una región, la cual se constituye con nuevos elementos tecnológicos, y no únicamente desde la geografía que enfocaba su estudio al espacio terrestre como elemento principal. En este apartado, hablaremos también de cómo el ciberperiodismo deviene en la conformación de ciudadanías y en la transformación de las culturas en donde la comunicación crea una diversidad de significados, pues se encuentra inserta dentro de una sociedad red, esto es hiperconectada.

En el capítulo dos analizamos los principales conceptos para el estudio regional, para ello se hace una revisión de este concepto que inicialmente y por muchos años fue el principal

objeto de estudio de la geografía. Sin embargo, alrededor de esta noción, esencialmente territorial, han ido apareciendo otras significaciones como la de Bataillon (1993) quien focaliza su análisis desde la geografía social, Taracena (2008) parte del proceso de conformación histórica de la región y Giménez (2007) lo explora desde el aspecto de la cultura y las identidades.

En el capítulo tres se abordan el enfoque metodológico y paradigma de investigación, así desde la metodología cualitativa analizamos las prácticas periodísticas periodistas, ya que esta metodología nos permite comprender la manera de pensar la realidad social y de estudiarla. De igual forma, el método hermenéutico nos ayudó a comprender como significan y simbolizan el ejercicio periodístico los actores sociales. Establecimos las técnicas utilizadas para la recolección de la información como la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido de las páginas digitales.

En el capítulo cuatro analizamos, interpretamos y presentamos los resultados obtenidos en el campo empírico sobre la gestión, producción, consumo y practicas periodísticas. Asimismo recogemos las experiencias de nuestros actores.

## **CAPÍTULO 1. PERIODISMO, CIBERPERIODISMO, CIUDADANÍAS Y CULTURAS**

Este capítulo tiene el propósito de describir la evolución del periodismo, establecer su definición y el papel que ha desempeñado en la sociedad, desde su nacimiento. Hablaremos sobre el periodismo tradicional y reflexionaremos de cómo las prácticas periodísticas fueron transformadas por el internet y la globalización dando paso al llamado ciberperiodismo o periodismo digital que actualmente se practica con novedosos recursos tecnológicos, nuevas habilidades y destrezas por parte del periodista, quien realiza un periodismo más dinámico, muy diferente al acostumbrado con el medio impreso. Por ello, presuponemos que ante esta nueva dinámica entre los actores y la sociedad, el ciberperiodismo puede ser analizado como una región, dado que, apuesta hacia la conformación y la construcción de una ciudadanía más participativa y colaborativa, al contar con nuevos elementos, canales y vías de comunicación

que le permiten intervenir en los distintos asuntos de la vida pública. Por tal motivo, hablaremos también que el ciberperiodismo deviene también en la conformación de ciudadanías y como consecuencia en la transformación de las culturas dentro de una sociedad red en donde la comunicación se presenta de forma simbólica.

### **1.1. La evolución del periodismo**

Es oportuno aclarar que el desarrollo y la transformación que se han venido generando en la gestión y en la producción del periodismo son cambios que se visibilizaron, aún más, con el advenimiento del internet, con las emergencias electrónicas, con los dispositivos digitales Sin embargo, es importante subrayar que tanto su nacimiento como su evolución se han dado desde tiempos arcaicos, con tecnologías, instrumentos, creaciones, apariciones e invenciones como los tipos móviles de arcilla, el sistema de grabado en planchas de madera y, desde luego, con la introducción de la imprenta de Gutenberg que se sitúa entre mediados del siglo XIV y la segunda mitad del XV cuya grandeza y aporte fue la reducción y multiplicación de mensajes impresos.

De acuerdo con Rivadeneira, la imprenta fue un instrumento que alteró fundamentalmente las relaciones humanas.

La imprenta con Gutenberg nace como instrumento maravilloso, para la propaganda, pero como arma diabólica a la que se opone todo el arsenal de la censura (...), contra un género de publicaciones recién nacido. Se trata del incipiente periodismo. Al lado de autores de avisos (gacetillas) (...). La profunda preocupación de la máxima

autoridad eclesiástica por la intrusión de los periodistas en los asuntos públicos y privados; por la interpretación de hechos y por la difusión de sus escritos (Rivadeneira, 2010: 12,14).

En la misma línea, Briggs y Burke (2002:30) señalan que “en el siglo XVII, el surgimiento de los periódicos aumento el malestar por las consecuencias de la imprenta”. Evidentemente, creemos que el periódico como medio de comunicación no podía menos que aumentar la molestia puesto que es un instrumento que brinda libertad de pensamiento, permite estar informado, contribuye al debate y a tomar mejores decisiones sobre los problemas complejos que aquejan a la sociedad. No obstante, a estas inconformidades el progreso del periodismo siguió su curso, la prensa de Gutenberg subsistió con pequeñas modificaciones desde 1450 hasta 1814.

“Durante este periodo, la innovación más importante en su mecanismo fue la sustitución de mano por el tornillo de presión. El avance tecnológico más notable se produjo cuando Friedrich Konig adaptó la fuerza del vapor de agua al mecanismo de impresión. El periódico *Time* de Londres consiguió así imprimir 1 100 ejemplares en una hora, frente a los 270 que tiraba con el viejo método” (Rivadeneira, 2010:19).

Rivadeneira menciona que en 1818 se perfecciona en París una tinta más densa y durable, se desarrollan los sistemas de correos y en Europa baja el precio de los timbres postales, además se actualiza y mejora el arte del grabado en madera y con él se impulsa la ilustración gráfica por medio de dibujos y grabados alegóricos de cada tema. Tiene auge la prensa ilustrada. Abarata el periódico y puede penetrar en hogares de medianos recursos. A nuestro parecer desarrolló nuevas ideas y promovió nuevos cambios sociales.

En Inglaterra y países que adoptan la prensa de vapor, se abaratan los costos de producción de los diarios. Contribuyen a este abaratamiento las inserciones de avisos comerciales, las rebajas en las tasas de correos, la reducción de impuestos fiscales y el aumento de la circulación del producto del medio, proporcional al aumento del número de lectores (...). Basta leer un ejemplar de un periódico del siglo XIX para comprobar el cambio de estilo en la codificación del mensaje (Rivadeneira, 2010:19, 20).

Rivadeneira relata que la fotografía de Niépce en 1826 tuvo que esperar hasta a finales del siglo para incorporarse al periodismo, de igual manera el teléfono y el telégrafo trajeron consigo nuevas transformaciones para el periodismo. La transmisión de mensajes y su codificación para los para los medios técnicos hacen variar el sistema tradicional de cobertura de fuentes.

Comienza la decadencia del reportero y la especialización del redactor. Esta época, es sin duda muy parecida por la que actualmente atraviesa el periodismo con la revolución digital, en la cual el periodista inicia una nueva formación y especialización.

El código morse, por ejemplo, representa problemas de codificación y decodificación de datos para el mensaje periodístico, pero por otra parte obliga al periodismo a crear al periodismo un estilo más breve, conciso, que se reconoce como el “estilo telegráfico” en la redacción de noticias. El estilo ampuloso de los románticos resulta obsoleto, por costoso, para su transmisión vía telégrafo. Comienzan pues a diseñarse los conceptos de brevedad y concisión con el periodismo (Rivadeneira, 2010: 20).

En lo concerniente a la evolución de la prensa del siglo XIX, el investigador añade que acarrea preocupaciones de los teóricos en torno a la opinión pública, desata polémicas de la

libertad de expresión al poner en tela de juicio las libertades individuales y de las libertades colectivas, así como las del Estado. Sobre el mismo tema continúa planteando que “el periodismo de hoy, caracterizado por los mayoreos en las noticias, las grandes tiradas, los consorcios y monopolios, la alta tecnología de impresión y de difusión de mensajes por vía satélite, de télex y computadoras ha relegado la prensa del cazador de noticias a una pieza de museo, convirtiendo a la “primicia” en una especie rara ya extinguida o a punto de extinguirse como ha ocurrido con algunos ejemplares del zoológico”. (Rivadeneira, 2010:24) En este punto, existieron diversas opiniones en el sentido de que la radio acabaría con el periódico, dado que medio de comunicación contaba con otras características como la penetración y otros recursos como los efectos sonoros.

Algunos afirmaron que la radio acabaría con el periódico en cuanto aquella introdujo en sus programaciones un espacio para las noticias de día, tanto como pronosticaron que la televisión, haría las veces de sepultura de ambos, y como pensaron que el cine desplazaría definitivamente el teatro. Ninguna de estas profecías se ha cumplido. Aparecieron en cambio, fenómenos de interacción e interrelación de los medios masivos, que, por su complejidad forzaron a los científicos a comenzar de nuevo partiendo de cero, en sus indagaciones sobre la comunicación (Rivadeneira, 2010:26).

El mismo autor sintetiza que la matemática permitió a Norbert Wiener, Shannon y Weaver la formulación de bases para la ciencia de la información, cuyo terreno natural sería la cibernética y de donde podrían inferirse deducciones en el sentido de que los fenómenos detectables en el comportamiento comunicativo de las máquinas serían indicadores de presuntos comportamientos humanos, el siglo XX significa, dice el autor, el auge de los medios electrónicos, el empequeñecimiento del mundo –en forma casi inmediata, la televisión

transporta imágenes de un punto del planeta a su extremo- una casi inconmensurable cantidad de mensajes de todo tipo por varios medios.

A partir del auge de los medios electrónicos podemos darnos cuenta que el periodismo ha evolucionado y ha avanzado más allá de lo cognoscible; que el periodismo ha sufrido cambios y transformaciones fundamentales en la cual hoy no sólo vemos una inconmensurable cantidad de mensajes de todo tipo por varios medios, sino una abundancia de información en un sólo medio, pasamos a la abundancia informativa y del soporte en papel a la multimedia, esto es, la tecnología digital permite la integración de textos, audio, videos, fotografías, y gráficos. Así, podemos leer, escuchar y observar una gran cantidad de información en la web: es el lenguaje digital. Como afirma Scolari (2008:273), “si el siglo XVIII latió al ritmo del reloj y el siglo XIX marchó al calor de la máquina, el siglo XXI, navega en el mar digital”. Sin duda, la sociedad vive inmersa en grandes bases de datos en donde el procesamiento y el contacto con la información se dan a través nuevas herramientas y dispositivos móviles como el teléfono inteligente que trasforma la profesión, hoy vemos a un reportero a un periodista enviar información y fotos desde el lugar de los hechos, y en unos segundos esta noticia se encuentra circulando.

El periodismo ha vivido una progresiva informatización en los últimos 25 años que ha teñido todos sus procesos y transformado toda la ecología de medios, las rutinas de producción y las formas de vincularse a sus audiencias (...). En el caso particular de los diarios, la tecnología ha aportado cambios no sólo cuantitativos sino también numerosas innovaciones cualitativas: la descentralización de las redacciones, la impresión de ediciones regionales vía satélite y la conversión de los servicios de documentación en poderosas bases de datos son tres de las modificaciones fundamentales. En los últimos años, la fotocomposición y el *offset* y la introducción de

los nuevos programas de edición de textos y reimpresión modificaron drásticamente las estructuras y los trabajos en los diarios, transfiriendo tareas desde los talleres de composición a las redacciones (Rots, 2006: 75).

Ciertamente, tal como lo hemos venido reseñando la evolución del periodismo ha tenido variadas etapas, ha ido como bien lo titula la obra de Briggs y Burke (2002), de Gutenberg a internet con sugerentes cambios hasta llegar al ciberespacio, “hemos dejado la galaxia Gutenberg hace tiempo y ahora vivimos (...) en una colección de constelaciones relacionadas, hechas de universos audiovisuales especializados que viven de los puntos formados por redes mundiales de formación y entretenimiento” (Castells, 1994:46), es un lugar en donde las interacciones entre los medios y los usuarios se entremezclan, como consecuencia se modifican las prácticas periodísticas, tal como lo plantearemos a lo largo de este trabajo.

Salaverría (en Rots, 2006:109) indica que mientras la radio necesitó 38 años para alcanzar los 50 millones de oyentes, la televisión requirió 13 para llegar a la misma cantidad. Internet, sólo precisó de 4 años (1991-1995) para contar con 50 millones de usuarios en todo el mundo. De esta manera, podemos advertir que el periodismo ha transitado en distintas épocas y etapas, y en cada una, ha innovado, cambiado y modificado sus distintas actividades. Cada medio tiene su propio lenguaje, en el cual los profesionales de la comunicación deben adaptarse, como bien lo refiere Borrat (1989:67) “la concepción del periódico como medio de comunicación masiva da por supuesto que ese medio es un *actor* puesto en interacción con otros actores del sistema social”.

El autor llega a esta tesis al señalar que:

...El periódico independiente de información general ha de ser considerado como un verdadero actor político. Su ámbito de actuación es el de la *influencia*, no el de la conquista del poder institucional o la permanencia en él. El periódico pone en acción su capacidad para afectar el comportamiento de ciertos actores en un sentido favorable a sus propios intereses: influye sobre el gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia (Borrat, 1989:67).

## **1.2. Definición de periodismo**

Una de las definiciones más conocidas sobre el periodismo, es la que ofrecen Vicente Leñero y Carlos Marín (1986) cuando señalan que el periodismo es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Indiscutiblemente, el periodismo es una actividad profesional que tiene por objeto la recolección, la selección, el procesamiento y la transmisión periódica de informaciones de actualidad y de interés social, para un público masivo o bien para determinados segmentos de ese público, a través de diversos medios de comunicación.

## **1.3. La función social del periodismo**

La función social del periodismo sigue siendo, principalmente, la de informar para contribuir a alcanzar un sistema democrático e independiente, pero para que esto suceda, según Borrat, el periódico independiente de información general debe cumplir adecuadamente sus funciones en el sistema democrático, ha de ser objeto permanente de un análisis crítico tan riguroso como el que se hace a aquellos otros actores que ocupan el poder, o que pugnan por él, o que influyen sobre él. “Si la existencia del periódico independiente de información general es necesaria en

todo sistema democrático, cuánto mayor el número y la variedad de este tipo de periódicos, tanto más fortalecida se verá la cultura política de ese sistema” (Borrat, 1989: 76).

Nuestra percepción es que en el sistema político y social ha faltado mayor pluralidad y espacios para todos en la divulgación de la información. Uno de los problemas que vivió la prensa tradicional, y quizá no resulte ajeno en esta época de modernidad, fue la presencia gubernamental en el control de la comunicación, esta intervención estableció una crisis del periodismo tradicional y puso en entredicho la credibilidad de los medios.

...Una gran mayoría de ciudadanos del mundo no confía en sus gobiernos (...) el descontento con determinadas políticas y con el estado de la economía y la sociedad en sentido amplio es un factor importante que explica la desafección de la ciudadanía (...). En otras palabras, parece ser que la política del escándalo está más directamente relacionada con la crisis de desconfianza que la política mediática en sí misma (Castells, 2012: 376, 377, 382).

#### **1.4. El periodismo tradicional**

¿A qué le llamamos periodismo tradicional?, ¿Qué estamos entendiendo por periodismo tradicional?, no es que exista un discurso, contenido o texto nuevo, lo que hay son nuevas formas y nuevos medios para difundir la noticia de interés público. El periodismo, históricamente se basa en el ejercicio de esta profesión a través de la palabra escrita y hablada, cuya premisa debe ser la objetividad informativa a la que está sujeta toda información que se jacte de ser periodística. Consideramos que el periodismo se ha desarrollado sobre las bases de la comunicación humana.

A nuestro entender, el periodismo tradicional es aquél que se fundamenta en la producción y transmisión de un hecho noticiable, así como en una rutina establecida por parte del medio hacia el periodista quien recoge los datos que la o (las) fuentes le proporciona en un lugar determinado (físico). El periodista inicia con la redacción de la información que posteriormente trabaja en la sala de redacción del medio de comunicación para cual que trabaja, cuyo criterio, evaluación y selección dependen del Jefe de Información o de la línea informativa del periódico, estos datos son procesados e impresos, cada día, en grandes rotativas que lo compagina para su posterior distribución en diferentes los puntos de venta o bien al lector quien recibe el contenido informativo con poca retroalimentación. Comprendemos que la gestión que se realizaba con el periodismo tradicional, es muy diferente al periodismo que se hace a partir de la llegada del internet. De esto daremos cuenta en los siguientes apartados.

Con el desarrollo del internet y la globalización la gestión, la producción, el consumo y las prácticas del periodismo tradicional cambiaron porque desde esta plataforma, la comunicación se encuentra en un mundo globalizado, estamos inmersos en una sociedad red que modificó las formas de relacionarnos. Es decir, los avances en el ámbito digital han hecho que evolucione la manera de contar las historias y con ello, las infinitas formas de percibir las diversas realidades en otros contextos y con diversas miradas que apuntan a nuevos constructos sobre la de región, único objeto de estudio de la geografía regional. De esta manera, el periodismo se fue adaptando a la demanda y las necesidades del público y es en buena medida, la base para la acción social y el establecimiento de nuevas formas de interacciones sociales entre los actores.

La red de redes: internet está cada vez más integrado a las actividades de la vida cotidiana, de la tecnología, de la ciencia, de la industria del entretenimiento, y de los problemas emanados de la relación entre los diversos actores sociales, políticos y económicos, lo que evidencia la participación ciudadana y el uso de las nuevas tecnologías de la información en un mundo globalizado. Ulrich Beck (2008) puntualiza que cualquiera puede hablar con otra persona en cualquier punto del planeta a la velocidad del rayo sin tener que depender de los canales gubernamentales ni diplomáticos. La aceleración de la globalización se ha visto impulsada sobre todo por el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación que han intensificado la velocidad y el alcance de las interacciones que establecen las personas por todo el mundo (Giddens, 1997:149).

Con el internet se han producido grandes transformaciones tecnológicas en los distintos ámbitos de la vida humana, pero particularmente aquí nos interesa analizar cómo han cambiado las prácticas en el periodismo, que ya no volvieron hacer las mismas, en relación al periodismo impreso, a partir de la comunicación local-global que crece inusitadamente. El uso y la expansión de esta red a nivel mundial hicieron que aparecieran nuevos medios digitales, redes sociales y blogs, mediante los cuales se difunden los mensajes al conjunto de la sociedad, sin mediar distancias, ni límites. Con esta red global, la comunicación dejó de ser unidireccional para convertirse en multidireccional en la que millones de personas interactúan en tiempo real, impulsando la participación ciudadana y la democracia.

Esta comunicación global, es nombrada por Castells como autocomunicación de masas:

Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un video en YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación que quiere recuperar (Castells, 2012:88).

Desde esa perspectiva, el internet ha sido factor de participación ciudadana, las dinámicas informativas han evolucionado, existen nuevas alternativas de información; la aparición de internet y las tendencias tecnológicas y globales han supuesto una reproducción mayor del conocimiento, toda vez que al hacer uso de las herramientas disponibles en esta amplia red significa interrelacionarse, interactuar y muchas veces participar en la toma de decisiones para la construcción de nuevos proyectos cuyos alcances benefician a los habitantes de una comunidad política o sociedad.

Los impactos de la información de las redes electrónicas aparecen como nuevos escenarios de lo económico, político, social, cultural y regional, convirtiéndose, en ocasiones en contrapoder, el poder ya no sólo pertenece al Estado, sino se vuelve parte de los ciudadanos con su participación. De modo que los usos de internet son múltiples, tanto en lo particular como en lo público, en este último podemos citar que la sociedad de la información está produciendo nuevas formas de comunicación e interacción social, mediante las palabras, conceptos o significados que le otorgan sus actores sociales que buscan el cambio social. Schiller refiere que el significado sólo puede comprenderse en el contexto de las relaciones

sociales en las que se procesan la información y la comunicación (Schiller, en Castells, 2012:87).

Para comprender el significado de estas relaciones y entender cómo la sociedad contemporánea se encuentra interconectada, retomaremos el concepto de sociedad red acuñado por Castells (2011), quien apunta que la -sociedad red- es aquella que se encuentra conectada por redes de comunicación e información en un espacio multidimensional de interacción social, es decir, este espacio se convierte en un medio para la producción social de significado, nuevos lenguajes, nuevos conceptos y nuevas formas de comunicación emergentes entre los individuos y las colectividades, en definitiva, las tecnologías se han sumado al proceso de transformación político, económico, cultural, social y científico que viven actualmente las sociedades modernas.

El internet ha significado en muchos campos una revolución, no representa más que una revolución tecnológica. “la llamada sociedad de la información no puede ser concebida actualmente sin el medio -internet-, el instrumento -el ordenador o computadora- y sin una lengua- conjunto de signos que hacen posible la comunicación” (Cuevas Landero, 2014:18).

En resumidas cuentas, a finales del siglo XX, los periódicos únicamente podían editarse en papel, por lo que la expansión de las noticias estaba limitada a ciertos territorios, pero hoy las publicaciones de contenidos en internet compiten con la hegemonía de los conglomerados periodísticos tradicionales en la medida en que disputan no solamente a los lectores tradicionales, sino que también implica que los nuevos usuarios se estén integrando al mundo digital, teniendo incluso, la posibilidad de participar , compartir y replicar dicha

información, lo que nos permite vivir en un marco democrático con mayor libertad de expresión.

A principios del siglo XXI, en un mundo globalmente interdependiente, la democracia se suele entender como la forma de gobierno que resulta de la voluntad de los ciudadanos, que eligen entre candidaturas rivales en unas elecciones relativamente libres celebradas a intervalos establecidos bajo control judicial (Castells, 2012:389).

Tales consideraciones nos permiten abordar el tema desde una perspectiva incluyente, en la que el ciudadano ya no sólo es lector o receptor pasivo, sino como dice Meso Ayerdi (2005:), es un productor de información. La censura ha sido quizá una de las problemáticas por las que se enfrentan los periodistas y la sociedad que desean expresarse libremente, y esto es sin duda una de las ventajas que ofrece el internet en la era del conocimiento: expresar las ideas. Por supuesto, esto no quiere decir que no exista control por parte de los gobiernos, es sólo que observamos que existe menos.

El periodismo, como muchas otras profesiones, a través del tiempo evolucionó. El oficio de localizar la fuente, recolectar y publicar información ha ido adaptándose a las modalidades y a las características de esta nueva práctica periodística en este nuevo entorno. De esta manera, observamos que primero fue la imprenta; luego la radio; después vendría la televisión, y hoy, el periodismo encontró un nuevo medio: internet que viene transformando la profesión y alterando las relaciones del hombre, y como consecuencia la creación de los periódicos digitales, a la par de otros dispositivos como las computadoras portátiles, el celular, las tabletas, que disponen de todas las herramientas de comunicación. Las redes sociales

también se suman a este entramado de medios digitales que mantienen conectados a las personas. En suma, con la revolución digital se trabaja y se vive en condiciones muy distintas, a otras revoluciones anteriores, como lo fue en su momento la imprenta. Probablemente, con el uso que han generado las tecnologías en un mundo globalizado, observamos otras actitudes, lo que nos habla no solamente de nuevas formas de participación democrática y autónoma frente al poder gubernamental y a las instancias informativas tradicionales, sino de un periodismo más ciudadano: “los medios digitales, en manos de millones de personas, están cambiando las instituciones y la práctica profesional del periodismo y por tanto, también la propia naturaleza de la democracia” (Rheigold, en Espiritusanto, 2011:7). De ahí que nos aproximamos al denominado periodismo ciudadano, el cual ha sido estudiado por investigadores como Espiritusanto quien lo define como “el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que desempeñan un papel activo en el proceso de recoger, transmitir, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, fiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere (Espiritusanto, 2011: 14).

En definitiva, la sociedad de la información y los procesos de comunicación global generaron una nueva expresión denominada ciberperiodismo, en donde su mejor aliado resultan ser las redes sociales, en el que un post -término cibernético empleado para aludir a un contenido emitido por el usuario-, puede tener también visos periodísticos y una mayor interacción entre los ciudadanos, que como ya explicitamos líneas arriba apuntan hacia otros enfoques sobre la región.

## 1.5. Ciberperiodismo

El contexto moderno social y cultural del siglo XXI se ha visto influenciado por los procesos tecnológicos en el que destaca la importancia de internet que derivó en el nacimiento de una nueva forma de comunicación denominada ciberperiodismo, a propósito, el prefijo “ciber” alude a la cibernética, la ciencia o disciplina que estudia la comunicación y la correspondencia entre grupos sociales y las máquinas. Esta asociación connota un vínculo de conocimiento entre los humanos y los dispositivos brindando una relación de participación e interacción social en el ciberespacio, debido a su capacidad de respuesta en tiempo real, muy distinto a la ocurrida, en años anteriores, con la prensa escrita, en donde la participación y la actuación de los grupos sociales eran reducidas.

Consideramos que los estudios del periodismo vía digital multiplicaron las relaciones e interacciones entre la ciudadanía, al interactuar de una manera más cercana, más próxima e inmediata, anulando, incluso, los límites geográficos. Por esta razón, nos resulta importante reflexionar acerca de cómo el ciberperiodismo ofrece nuevas oportunidades y posibilidades informativas a la ciudadanía. Por ello, nos planteamos las siguientes interrogantes ¿Cuáles son las transformaciones de la globalidad en lo local? ¿Cómo se conecta lo global con lo local? ¿Cuál es la relación que guarda el ciberperiodismo en la construcción de la ciudadanía? ¿Cuál es la percepción que tiene actualmente la ciudadanía hacia el ciberperiodismo?, ¿Cómo el ciberperiodismo brinda la posibilidad de construir una opinión pública? ¿Cómo han cambiado las condiciones socioeconómicas en las que se ha desarrollado el ciberperiodismo, en relación al periodismo impreso, el cuál por años se mantuvo tras un control político?.

Repensamos acerca de una sociedad civil transnacional que “ significa el surgimiento de formas de vida y acción cuya lógica interna se explica a partir de la capacidad inventiva con la que lo hombres crean y mantienen mundos de vida social y relaciones de intercambio sin mediar distancias” (Beck, 2008:76); significa la existencia de un nuevo modelo de comunicación que está generando nuevas formas de expresión, debido a la integración de los recursos digitales interactivos y multimedia que brindan a los ciudadanos, la posibilidad de conversar, compartir, producir y publicar información, diversificando y moldeando los grupos de la sociedad que intervienen en los espacios mediáticos; lugares en los que el lenguaje se transforma, se reconfigura y se extiende a nuevos vínculos.

Los sistemas de comunicación posibilitan la interacción múltiple y fluida entre las redes, no sólo entre individuos y grupos, sino entre redes de redes hasta formar una gigantesca red de configuración plástica flexible y de un orden y organización ecológicas, sin centro, sin referente único, de conectividad y diversidad constante. La comunicación establece su prioridad dialéctica sobre la información. Todos crean, todos dialogan, todos acuerdan, todos aprenden, todos crecen, porque interactúan, porque son diversos, porque son múltiples, porque son pares de relaciones horizontales (Galindo Cáceres, 1998).

El ciberperiodismo destaca por la participación activa, dinámica e independiente de todas las personas que se manifiestan y expresan libremente sus ideas e inquietudes, respecto de un tema de interés para su comunidad y que comparten con otros ciudadanos a través de las distintas plataformas digitales. Por esta razón, pareciera ser percibido como un periodismo ciudadano, y no para legitimar al gobierno y sus instituciones, lo que lleva a nuevas dimensiones de construcción ciudadana. Desde mi punto de vista, estamos avanzando hacia

otros ámbitos, por lo que vale la pena explorar cómo se establecen estas nuevas formas de hacer periodismo que pueden propiciar en modos distintos de interacción social. Existe un contexto sociocultural y económico que no es homogéneo para todos; tiene características distintas que conforman un sistema complejo de relaciones entre los diversos actores que participan en un sistema ideológico, de creencias y de valores. El ciberperiodismo y las redes sociales como herramientas de comunicación ofrecen una nueva forma de consumir los productos informativos, transformando las culturas y las identidades de los ciudadanos de los distintos sectores de la población, “las identidades culturales específicas se convierten en trincheras de autonomía, y a veces de resistencia, para colectivos e individuos que se niegan a disiparse en la lógica de las redes dominantes” (Castells, 2012:66).

En ese escenario, los contenidos informativos especialmente los que se presentan mediante el ciberperiodismo, como un espacio de contrapoder, como una extensión del periodismo tradicional, pudieran tener un impacto sobre la imagen, el discurso y las representaciones que nos formamos del mundo que nos rodea, pero éstos contenidos ya no son solamente los que presentan los medios, sino también los que construyen los ciudadanos con su participación, indiscutiblemente, los vertiginosos avances tecnológicos, paralelo al desarrollo posindustrial dejan ver que poco a poco se están creando nuevas formas de participación y de construcción ciudadana que promueven iniciativas de igualdad y el respeto a las diferencias.

## **1.6. El ciberperiodismo inserto en la globalización, una relación global-local**

Con la globalización, en la década de 1980, los mercados internacionales, nacionales y estatales experimentaron una transformación profunda en la transacción de los flujos de capitales, al contar con una economía de libre mercado, esto definió una relación de lo global a lo local, o viceversa. Según Ulrich Beck (2008), la globalización se determina simple y exclusivamente en cuanto a institucionalización del mercado mundial. Lo anterior, permitió que empresas y comunidades transnacionales se establecieran en distintas partes del mundo. Como consecuencia, la vida política, social y cultural de las personas que habitan los distintos territorios se fusionó y replanteó nuevas formas de convivencia. En razón de ello, Ayora Díaz (1995) manifiesta que la región ya no debe ser entendida fuera del análisis de los procesos de naturaleza global.

La globalización, como proceso dinámico aceleró el avance de las tecnologías de información que de manera exponencial se desarrollaron, creando grandes redes de comunicación. Al respecto, Ulrich Beck (2008) manifiesta que la globalización como fenómeno de comunicación mantiene interconectados a todos los habitantes de todas las comunidades y regiones de todo el mundo. En ese escenario y al implementarse un nuevo lenguaje periodístico en internet, con flujos de tecnologías y circulación de la información, también sufrieron modificaciones las organizaciones periodísticas, la producción de la noticia, las prácticas y rutinas del periodista.

En ese contexto, la globalización tecnológica ha permitido que la comunicación sea posible a miles de kilómetros de distancia a sólo unos segundos o minutos, sin barreras físicas. Por ejemplo, los usuarios, con un sólo click pueden tener acceso a las páginas del periódico El

Financiero en línea, especializado en economía y finanzas, el cual ofrece una versión de sus contenidos en chino o bien del periódico comunitario Xiranhua.com, que difunde información periodística en lengua purépecha; además pueden revisar las páginas del periódico Reforma en línea, ubicado en la Ciudad de México; del periódico El País.com, en España; así como ingresar a las páginas del periódico *New York Times*, en Estados Unidos.

Para Pujadas (2003: 456) lo local solamente es interpretable en términos globales y lo global solamente es comprensible desde lo local. Esto es así porque “las culturales glocales que se están abriendo paso ya no están vinculadas a ningún lugar ni a ningún tiempo” (Beck, 2008:115). La vinculación entre lo global y local es muy clara, por ejemplo, las distintas culturas se han interrelacionado sea para producir o consumir distintos productos. En este entorno, la cultura, las tradiciones, los usos y costumbres, el vestido, la alimentación y las prácticas sociales, se han reorganizado en el espacio y el tiempo, interactuando de forma glocal; glocal es un término que el sociólogo Robertson (en Beck, 2008; 75) acuñó al hablar sobre las dinámicas y significados entre ambas tensiones.

Por consiguiente, debemos tener en cuenta que los procesos y transformaciones locales no están exentos de los procesos de mundialización. “En el nuevo mundo de la alta velocidad, la "localidad" no es la misma que en la época cuando la información se desplazaba solamente con el cuerpo del transportador; tanto la localidad como la población localizada tienen poco en común con la "comunidad local" (Bauman, 2010:35).

La globalización ha contribuido que la información sea el ingrediente clave en la sociedad actual, que los flujos de mensajes y de imágenes de unas redes a otras se vuelvan

parte de nuestra vida diaria. La globalización admite las relaciones globales anulando el espacio, las distancias y las divisiones territoriales. En este marco, las sociedades modernas están cada vez más integradas a la globalización, ya que les brinda la oportunidad de mantener alianzas estratégicas entre el capital y la tecnología para la apertura e inclusión a los mercados mundiales.

### **1.7. Ciudadanías**

La concepción que usamos en el presente trabajo sobre la idea de ciudadanía se basa en las nociones de Ramírez Saíz (2014) que la conceptualiza como un acuerdo político entre ciudadanía y comunidad política, en el que ambos son considerados y tratados como iguales ante la ley.

El nexa establecido es de inclusión igualitaria y contrario a la naturalización de las desigualdades y a las exclusiones entre sus miembros. Con base en el pacto acordado, las relaciones que se entablan entre autoridades y miembros de la comunidad se basan en derechos y obligaciones que están reconocidos y respaldados por principios normativos que se expresan en las constituciones políticas nacionales, las instituciones públicas y las leyes de cada país (Ramírez Saíz, 2014:12).

El ciberperiodismo motiva a formas novedosas de acción social, activas, igualitarias e independientes basadas en las relaciones entre autoridades y ciudadanos que expresan información noticiosa y opiniones respecto de un tema de interés colectivo presentado a través de distintas multiplataformas, posiblemente muy diferentes a las publicados en los medios tradicionales. El ejercicio del ciberperiodismo puede ser visto desde la perspectiva de Alain

Touraine (1965) como una acción social derivada de los nuevos sentidos de conciencia, significados, valores, normas, autonomía y libertad de expresión de los sujetos sociales.

Es en ese escenario en el que los colectivos actúan de manera dinámica con otros sujetos, tomando en cuenta elementos que forman parte del contexto social como su historia, cultura, el papel de las instituciones, el desarrollo de la actividad periodística y la opinión pública. Actualmente, las necesidades y exigencias informativas de millones de ciudadanos son otras; la sociedad ha encontrado en las nuevas tecnologías otras alternativas de acceso a la información, la cual incide en la construcción de ciudadanía, posiblemente ante la desconfianza que tienen hacia los medios masivos de comunicación y hacia los sistemas e instituciones sociales, económicas y políticas.

De igual forma, los sujetos que realizan el ciberperiodismo construyen los campos de las relaciones sociales, políticas o la organización social con mayores libertades. Estas relaciones sociales ponen de manifiesto el papel de estos sujetos sociales y la influencia que tienen para definir la historicidad y ser promotores de cambio en los ámbitos políticos, culturales, sociológicos, políticos, entre otros, cuyo análisis debe de fortalecerse con aportes de diversas teorías como la Sociología de la Acción Social de Alain Touraine (1965).

Un punto interesante en el planteamiento es cómo el gobierno y los medios tradicionales tienen ante sí un problema peculiar: su credibilidad está poniéndose en entredicho por instancias que paulatinamente va ganando terreno en las necesidades informativas de los ciudadanos. Los estudios de la trilogía de Manuel Castells, en la Era de la Información (2011), y recientemente, su libro Comunicación y Poder (2012) dan cuenta de

ello, son referentes para comprender la comunicación, el poder, la sociedad y la cultura en la modernidad.

El ejercicio del periodismo tanto en la escala global como en la regional presenta dos matices complejos y contradictorios entre sí: hay un ámbito oficial en el que se reproducen noticias y opiniones favorables hacia la instancia gubernamental. En esta primera instancia, los periódicos llamados tradicionales, son distintivos de un esquema a la que denominamos oficialistas, en la que se legitima la imagen de la instancia gubernamental, no han sabido ser críticos sino reproductores del sistema establecido. Hay otra esfera, más dinámica que al presentar la información genera nuevas relaciones, lo que no significa que no existan medios digitales hegemónicos. Nos referimos a los llamados cibermedios que surgieron en Tuxtla Gutiérrez aproximadamente en el año 2000, los cuales, inicialmente y en su mayoría fueron conformados como resúmenes de noticias o volcaban su información del impreso al medio digital -práctica que en algunos periódicos se subsisten-, sin embargo, poco a poco estos medios, han ido contando los hechos, las historias con una narrativa multidireccional.

Esta nueva forma de comunicación, podría ser calificada como una nueva expresión de ciberactivismo político y social, ya que tiene la posibilidad de orientar hacia la acción social. Esta novedosa forma de hacer periodismo sumada a las necesidades sociales de participar y comentar la realidad, además de interactuar se enfoca a nuevos paradigmas comunicativos.

En ese contexto, observamos que las transformaciones tecnológicas y una mayor participación de la sociedad vislumbran un renovado y tímido cambio en las prácticas del

ejercicio del desarrollo periodístico, entre lo público y lo privado y que esta nueva forma de comunicación se inserta en la innovación y en el desarrollo de un marco de globalización.

La participación social y el tratamiento de la información están creando nueva ciudadanía y nuevos actores en la escena pública en la que no hay tema intocable ni opinión descartada; los sujetos han penetrado las estructuras institucionales como resultado de los avances globalizadores de índole eminentemente tecnológico. Las dinámicas sociopolíticas muy evidentes originadas en el espacio virtual han hecho que los sujetos se visibilicen y busquen reconocimiento. El ciberactivismo que se manifiesta en las redes sociales, es ejemplo de ello. Es el caso de los movimientos sociales contemporáneos que surgen actualmente. Como nos explica Melucci (1999), estos se dan en la formación de una esfera de conflictos que pertenecen específicamente a las sociedades capitalistas posindustriales, complejas o avanzadas. Como ejemplo citaremos el movimiento #YoSoy132 en la Ciudad de México y el movimiento #Tuxtla No se RINDE”, en Chiapas; que son asociaciones o agrupaciones civiles conformadas por ciudadanos, en su mayoría, apartidistas y que buscan, además de visibilizarse, el beneficio social a través del ejercicio de la ciudadanía.

En nuestra opinión, esos actores que protagonizaron este tipo de movimientos promovieron una serie de cambios y de desarrollo político. En ambos movimientos, se apropiaron y demostraron que las tecnologías de información son una herramienta eficiente de comunicación permitiendo la inclusión de otras opiniones paralelas a las promovidas por los medios tradicionales y por las instituciones políticas, colocando nuevos actores en el espacio público.“ lo mismo, pienso está sucediendo en la sociedad contemporánea que llegó al grado

de una sociedad planetaria, una sociedad global, donde nuevas formas de poder, nuevas formas de domino están incorporándose” (Melucci,1999:91).

Las enumeraciones de los diferentes movimientos arriba citadas muestran por sí mismas que esa nueva relación entre regulación y emancipación bajo el impacto de los NMSs es tan sólo manifestación de una constelación político-cultural dominante diversamente presente o ausente en los diferentes movimientos concretos (De Sousa, 1998:316).

De ahí que las distintas corrientes de opinión emergentes, surgidas de la sociedad civil y conformada en distintos movimientos sociales pudieran influir en la democratización de la información. Por ello, nos preguntamos ¿El ciberperiodismo pudiera ser una alternativa en su labor de informar con relación al periodismo tradicional?, y apoyar en la difusión de los problemas emanados de la relación entre diversos actores sociales y las instituciones, principalmente en la elaboración de un sentido de alternatividad y autonomía ante instituciones dominantes.

## **1.8. Culturas**

Para la antropología, “la cultura es el encuentro, el contraste con los “otros”, para las teorías sociológicas, la cultura se adquiere formando parte de las élites o adhiriendo a sus pensamientos y sus gustos; las diferencias culturales procederían de la apropiación desigual de los recursos económicos y educativos” (García Canclini, 2005:13). Sin embargo, con la introducción de las tecnologías de la comunicación y la información se redefinen las existentes, Castells (2012:65) afirma: “Una vez más, la complejidad y la novedad de la sociedad red sugieren precaución. En primer lugar, porque la sociedad red es global, trabaja

con una multiplicidad de culturas, ligadas a la historia y la geografía de cada área del mundo, y las integra”.

Los discursos y las nuevas narrativas que producen los nuevos medios plantean la necesidad de analizar y comprender el contexto cultural en el que ahora viven y se desarrollan los distintos sectores de la sociedad. En obras de Martín Barbero (1998), se han reflexionado sobre las culturas de masas, la globalización cultural y comunicativa, la industrialización de los bienes simbólicos, las identidades, en la construcción del conocimiento, entre otros temas que reorganizan y reestructuran la vida cotidiana. El debate se ha centrado, en gran medida, en la pérdida y el desarraigo de las tradiciones y las costumbres establecidas en el imaginario colectivo de grupos vinculados al territorio del Espacio-Nación, principalmente en América Latina, países que habitan aún en el espacio-tiempo de sus culturas. En este sentido, los sistemas de valores, normas y éticas se han transformado.

Hoy los medios de comunicación, configuran (...) el dispositivo más poderoso de disolución del horizonte cultural de la nación al constituirse en mediadores de la heterogénea trama de imaginarios que se configura desde lo local y lo global. La globalización económica de los medios y las redes electrónicas vehiculan una multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de identidad (Martín Barbero, 1998:36).

Actualmente con las tecnologías, las redes comunicacionales y los flujos informacionales, las fronteras espaciales se han visto desterritorializadas, pues como señala Martín Barbero (1998:52), “la ciudad ya no es sólo un “espacio ocupado” o construido sino también un espacio comunicacional que conecta entre sí sus diversos territorios y los conecta con el mundo”. Es decir, son las nuevas dinámicas de los medios digitales que posibilitan

nuevas socializaciones, interpretaciones, interacciones y comunicaciones, representaciones simbólicas, percepciones, nuevas formas de consumo, nuevas formas de escritura, pero también el desarraigo de toda manifestación cultural al confluir en una enorme mezcla de pueblos, lenguas, razas, ideologías y gustos.

Cuevas Landero (2014) señala que, a partir del invento de la imprenta, de la eclosión de los usos de la razón y, en consecuencia, de los procesos de Reforma y la Ilustración, existió la necesidad de encontrar mayores formas de expresión para dar cauce al lenguaje escrito. Tal como sucede ahora con el internet.

Ante la sociedad caracterizada como global, del riesgo, posmoderna, de segunda modernidad, sociedad red o de modernidad reflexiva, o sociedad líquida como le llaman los autores Anthony Giddens, Manuel Castells, Ulrich Beck, Scott Lash y Sygmunt Bauman, la cantidad de periódicos digitales y su enorme diversificación en cuanto a contenidos y maneras de mostrarlos nos lleva a afirmar que estamos ante un nuevo proceso de cambio y diversificación del periodismo y de los periódicos debido a las modificaciones sociopolíticas a nivel global. Se ha transformado a la Ilustración de los siglos XVIII al XX en una Ilustración distinta a partir de los años 90 del siglo XX. Allí intervienen básicamente los elementos tecnológicos, produciendo un fenómeno similar al de la primera Ilustración: una expansión del lenguaje y, con ello, una expansión de los escritos, lo cual explica el crecimiento inusitado de los periódicos en el *ciberespacio*. La aparición de la prensa digital no es una deformación de la prensa escrita; es una *revolución*, resultado de las transiciones sociales y políticas que han dado por resultado la diversificación del lenguaje y el surgimiento de novedosas formas de expresión y comunicación cultural. No ha sucedido, ni más ni menos, que lo que aconteció en el campo del periodismo y el mundo de los periódicos, a partir de la primera modernidad y la primera Ilustración (Landeros cueva, 2014:21).

La difusión del nacionalismo en las Comunidades Imaginadas de Anderson Benedict (1993) nos lleva a pensar que la revolución del internet, solamente puede ser comparada con la revolución que significó, en su momento, el invento de la imprenta al contribuir a difundir y comunicar las ideas y conocimientos de la sociedad del siglo XVI.

La historia de la imprenta nos revela y describe las circunstancias que facilitaron la producción y fabricación del papel y como consecuencia, la impresión de millones de libros. Este invento que revolucionó la escritura y el lenguaje, y que devino en un surgimiento y diversidad de lenguas humanas, al igual que la revolución del internet, no tuvo fronteras para difundir los mensajes y los signos que inundaron la Europa del Siglo XVI. En este contexto Anderson indica que las primeras formas de las empresas capitalistas fue el establecimiento de editoriales y la búsqueda de mercados por toda Europa pasando por alto las fronteras nacionales.

El mercado inicial fue la Europa alfabetizada, un estrato amplio pero delgado de lectores de latín. La saturación de este mercado se llevó cerca de 150 años. La característica determinante del latín -aparte de su carácter sagrado- era que se trataba de un idioma de bilingües (...). En el siglo XVI era muy pequeña la proporción de bilingües dentro de la población total de Europa (...) y en los siglos venideros, entonces, como ahora, el grueso de la humanidad era monolingüe. La lógica del capitalismo significaba entonces que, una vez saturado el mercado elitista del latín, llegaría el momento de los mercados potencialmente enormes representados por las masas monolingües (64-65).

A más de 500 años, la mirada capitalista y globalizadora de las sociedades contemporáneas también imponen su lógica de avanzar e invadir los mercados de manera planetaria. El internet y las redes sociales como *Facebook* y *Twitter* ocupan hoy un lugar organizado y preponderante y se convierten en fuentes y sitios de riqueza.

Las grandes sociedades anónimas hoy se alían con los sitios más populares de internet. Analícese lo que era Facebook (FB) en 2008, fecha en que empezó su expansión mundial y la negativa de Mark Elliot Zuckerberg a introducir propaganda en ese medio, y lo que ha sucedido con él después de esa alianza, en términos de propaganda y publicidad: FB es hoy un medio saturado de anuncios y propaganda, lo que hace cada más ricos a los creadores del FB, pero también a las compañías que ahí se anuncian y participan del “embrujo” del *feis* (como le llamamos al FB en México, castellanizando el término). Para algunos es una alternativa comunicativa, mientras que en general es sólo un medio mercantilizado más del mundo global (Cuevas Landero, 2015: 24).

La globalización permea en todos los sentidos: en el humano, en el género, en la religión, en la cultura, en el conocimiento, en la venta de todo tipo de producto; los productos culturales también se vuelven mercancías. Cuevas (2014) apunta que el mundo social que supone el mundo global determina las nuevas denominaciones. “la globalización se determina simple y exclusivamente en cuanto a institucionalización del mercado mundial” (Beck, 2008:78).

Después de esta breve analogía, Anderson revela que el capitalismo impreso de los años 1500, que explotaba las ediciones populares, estableció grandes grupos de lectores y al mismo tiempo los movilizó para fines político-religiosos. La imprenta como un desarrollo tecnológico, representó en un contexto político, religioso y cultural de la Europa del siglo XV y XI una herramienta innovadora que implicó la difusión masiva de información y nuevos conocimientos. Y, es muy probable concebir el surgimiento de las nuevas comunidades nacionales imaginadas en una nueva era de la información: una revolución en comunicación como lo es hoy internet.

Anderson Benedict (1993) nos lleva a la reflexión de que las lenguas impresas sentaron las bases de la conciencia nacional, en primer lugar, crearon campos unificados de intercambio y comunicaciones entre distintas lenguas. En segundo lugar, el capitalismo impreso brindó fijeza al lenguaje, el libro impreso significó la reproducción virtualmente infinita en el tiempo y en el espacio. En tercer lugar, la imprenta instituyó lenguajes de poder, así se explica que las luchas de fines de siglo XX en Europa, por las que ciertas subnacionalidades tratan de cambiar su posición subordinada irrumpieron firmemente en la prensa y en la radio.

La configuración de un nuevo sujeto político y los nuevos sentidos de construcción de las ciudadanías emergentes, que hemos planteado a lo largo de este trabajo, creemos que refuerza la capacidad de los ciudadanos para proponer y difundir procesos de cambios y nuevos desafíos democráticos acordes con la realidad. Estos nuevos enfoques y procesos de construcción ciudadana buscan insertarse en procesos de democratización y derechos de las ciudadanías. Son nuevas culturas políticas que se han venido fundando desde la sociedad civil.

En esta configuración, el ciberperiodismo y las redes sociales desempeñan un papel fundamental para comunicar y posicionar los temas de interés en la agenda pública, ya que las distintas inconformidades y problemas de la sociedad se nutren con la participación y las expresiones; por estas vías, los colectivos buscan ser escuchados, se visibilizan y se manifiestan ante un sistema político-económico desigual.

Hoy, los grupos de ciudadanos organizados crean nuevas formas de resistencia y propuestas, mismas que no transitan por los canales convencionales, son las ciudadanías

emergentes quienes a través de los nuevos movimientos sociales se agencian y se apropian de los espacios públicos para expresar sus deseos de alcanzar una sociedad libre y democrática.

En ese contexto, reiteramos que el ciberperiodismo es una realidad, es un fenómeno que ha venido para quedarse y que aporta valor al ecosistema de la comunicación. La información periodística en línea busca sus propios discursos, basándose en las posibilidades tecnológicas existentes para fortalecer las interacciones sociales que a lo largo de estas líneas hemos descrito.

## CAPÍTULO 2. LA REGIÓN DEL CIBERPERIODISMO

*La vida digital traerá consigo una dependencia cada vez menor con respecto a estar en un lugar específico en un momento específico, e incluso el cambio de lugar empezará a ser posible.*

Nicholas Negroponte (1995)

El presente capítulo analiza los principales conceptos para el estudio regional, para ello se hace una revisión de este concepto que inicialmente y por muchos años fue el principal objeto de estudio de la geografía. Sin embargo, alrededor de esta noción, esencialmente territorial, han ido apareciendo otras significaciones como la de Bataillon (1993) quien focaliza su análisis desde la geografía social, Taracena (2008) parte del proceso de conformación histórica de la región y Giménez (2007) lo explora desde el aspecto de la cultura y las identidades. Posteriormente, examinamos que la región, que por años ha sido analizada desde un concepto territorial con la llegada del internet, algunos estudiosos de la comunicación interactiva observan que la región cuenta con nuevos elementos que le permiten transitar de una región propiamente territorial a una región digital. En este contexto, nos permitió construir la región del ciberperiodismo integrada con elementos digitales.

### **2.1. De la región como territorio a la región digital**

El concepto de región ha sido estudiado por diversas áreas del conocimiento como la geografía, la economía y la antropología. Desde estas disciplinas se presentan perspectivas y

rasgos diferentes que lo identifican, de hecho, es un término polisémico, no es preciso, ni unívoco en su definición, por lo que el debate y el abordaje que se le ha dado a esta noción han sido indistintos, amplios y por muchos años. Primero conceptualizaremos, y teorizaremos sobre el concepto de región que históricamente y en un principio reducía su estudio a un territorio fijo, orientado a la Geografía, sin mayores mutaciones y alteraciones.

En la más profunda tradición geográfica la existencia de la región no se cuestionaba. Se daba por hecho que la superficie terrestre se organizaba, de modo natural, en ciertas unidades de extensión limitada, denominadas regiones. Ha sido un axioma de la geografía. Que para unos esa entidad geográfica fuera de carácter físico, es decir, las llamadas regiones naturales; o que su razón profunda fuera el paisaje, como aglomerado combinatorio de rasgos físicos y humanos; o que respondiera más bien a una organización polarizada, de carácter funcional o urbano, eran cuestiones debatidas, pero no suponían cuestionar una coincidencia fundamental: que tales entidades tenían existencia. Que respondían a una realidad objetiva independiente de la voluntad del observador. Que la tarea de éste, en el caso del geógrafo, consistía en dotarse del instrumental adecuado para descubrirlas, identificarla, delimitarlas y describirlas (Ortega Valcárcel, L. en Espejo Marín: 68).

Para empezar, Bernard Poche (en Taracena, 2008) explica que el fenómeno de la región como ente político administrativo moderno surgió en Europa durante el siglo XVIII, suplantando al concepto de provincia y recreando la territorialidad de las viejas regiones medievales a partir de una reacción social y política frente a la acción homogeneizadora y normativa del Estado moderno monárquico, gestión que, en opinión del autor, se concibe como una dinámica de contestación autonómica que luego se extendió como reacción al proceso centralizador del Estado nacional, el cual vincula con el debate que se abriría con las revoluciones americana y francesa sobre el tema nacional, las nacionalidades y la invención de tradiciones. Por su parte, Taracena (2000) refiere que, en América Latina, el fenómeno es

parecido, ya que se encuentra ligado a las primeras experiencias de autonomía territorial impulsadas por la reforma de las Intendencias, la consolidación de los mercados regionales y las transformaciones políticas de la segunda mitad del siglo XVIII e inicios del siglo XIX. La historia regional, manifiesta el investigador, ha permitido comprender tanto el surgimiento y las etapas de transformación política, económica y territorial propias de las regiones como la gestación y el nacimiento del Estado-Nación al que ahora pertenecen.

Al igual que Taracena, Tavares en Alzugaray (2009) dice que la región está ligada al territorio, pues la define y la distingue como un área geográfica.

Etimológicamente hablando, “región” deriva del vocablo latino *regio* que se refiere a un área administrativa, o una amplia área geográfica distinguida por rasgos similares. Si hurgamos más profundamente también podemos encontrar que la voz latina que originó *a regio fue regere, que significa “dirigir” “gobernar”*. La historia nos dice por consiguiente que “región” no sólo tiene una connotación geográfica sino también política (Tavares, en Alzugaray Treto, 2009: 6).

A su vez, Ayora Díaz (1995) expone que el concepto de región estudiado por la geografía, es un área que nombra cualquier parte del planeta y se define por la situación, el contenido y la organización funcional. Otros conceptos que limitan a la región como territorio o como un área geográfica definida físicamente son las acepciones de J. Bosque Maurel (1982) quien define a la región como “un sistema en el que la combinación de los diferentes elementos que lo componen puede partir de unas pautas similares, de unos principios comunes y generales que permitan una explicación válida para cada región y para el conjunto de todas las regiones que constituyen el espacio terrestre”, (J. Bosque Maurel, 1982, en Espejo Marín, Cayetano:69).

Mientras que, para P. Claval, la región es “la expresión en el espacio de las relaciones que los hombres establecen, de los grupos a los que éstas dan lugar y de las solidaridades que resulten de ellas, y de las que los protagonistas tienen una conciencia más o menos clara. La vida de relaciones se inscribe en diversas escalas, de manera que la organización del espacio se inscribe en diversos niveles: hay pequeñas regiones, las que nacen de ritmos y complementariedades de la vida cotidiana, y otras más amplias, que unen aquellos que están ligados por relaciones de diversos tipos, menos frecuente en lo referido a los particulares, pero con frecuencia igualmente importantes” (Claval, P., 1993, en Espejo Marín Cayetano, 2003:69).

Desde una mirada antropológica Ayora Díaz establece su propio concepto de región y lo analiza desde ámbito de las relaciones globales, tanto económicas como políticas y culturales, y añade que una región es un campo en el que se enfrentan fuerzas y que es a su vez constituido por otras relaciones de poder que tienen un origen externo a dicha área. Como podemos darnos cuenta esta noción introduce nuevos elementos como las relaciones globales y las relaciones de poder, en este contexto, numerosas han sido las propuestas y las tipologías sobre este concepto. Así encontramos a la región natural; como una demarcación del espacio terrestre, la región geográfica; delimitada por elementos físicos, la región funcional que alude a las interrelaciones económicas y sociales, la región sistémica como un conjunto de elementos interdependientes, la región económica; centrada en actividades productivas, la región como un espacio percibido y vivido, que da sentido a la vida de los individuos. Asimismo, Boisier (2006) enumera los distintos conceptos que han revalorizado y constituido los territorios desde una perspectiva

económica-global: región homogénea, región polarizada, región plan, estado región, región cuasi-empresa, región cuasi-estado, regiones pivotaes, asociativas y virtuales, ecoregiones, bioregiones, motores regionales de la nueva economía global, metrópolis, megalópolis, megaciudades, ciudades de clase mundial, ciudad mundial, ciudad global y ciudad región.

La región como concepto teórico fue evolucionando y replanteando nuevas definiciones, mismas que han sido aplicadas por las distintas disciplinas como la geografía social propuesta por Bataillon (1993) que denota el uso del espacio que hacen los hombres organizados en el ámbito político, económico y cultural, o desde la perspectiva histórica desarrollada por Taracena, quien señala que el punto de partida para los historiadores regionales debe ser el análisis del espacio y el tiempo desde la actividad social producida por los humanos que los habitan y hacen posibles, tal actividad, se produce por actos identitarios, procesos económicos y políticos, pues “la región en sí es una construcción social en la historia y no un determinismo de origen geográfico o administrativo”, (Taracena, 2000:2). El concepto de región pasó entonces del ámbito territorial-administrativo, al cultural, social e histórico en donde diferentes disciplinas han aportado otras acepciones como la de Giménez (2007) quien lo explora desde el aspecto de la cultura y las identidades.

Se observa aquellas estructuras económicas, históricas y socioculturales que se desarrollan sin tomar en consideración los límites de demarcación nacional. Se apela así al estudio de construcciones sociales originadas a partir del desarrollo de procesos históricos culturales que no han sido, o han sido poco tomados en cuenta por parte de las estructuras latinoamericanas (Hernández, Sánchez (s/f).

Por lo anterior, Taracena (2000) puntualiza que el concepto de región es polisémico, ya que se construye desde diferentes dimensiones marcadas por las interacciones espaciales y determinadas por características sociales o culturales. En este sentido, Ginsburg (1958) refiere que las concepciones y las definiciones del término región varían de acuerdo al uso que cada disciplina le otorgue, las cuales son válidas, tanto desde el ángulo académico como desde el ángulo práctico de la administración, del control de la tierra, de la expansión de los establecimientos o instalaciones y desarrollo de los recursos. Las variaciones en cuanto a escala o tamaño constituyen las mayores diferencias.

El político o el economista pueden referirse a la mitad meridional del continente africano denominándola una región, en tanto que algunos geógrafos llamarán “región” al Caribe con todas sus islas. En el otro extremo de la escala, se encuentra el científico social, que es muy probable que llame “regiones” a las porciones de la población, utilizando este término para distinguir entre sí ciertas unidades (Ginsburg, 1958: 781).

El debate sobre el uso del concepto de región ha sido el resultado de un largo proceso de redefinición conceptual y disciplinario, en la que distintas ciencias se organizan y crean sus propias definiciones a partir de diferentes contextos físicos y de las relaciones con los seres humanos y su entorno; estos espacios están determinados por diversos elementos que las distinguen, las particulariza y las construye. De acuerdo con los autores antes citados, hay una mirada de la región sobre el territorio, en la que, geógrafos, economistas, antropólogos e historiadores han dedicado diversos planteamientos, dado que el estudio de la división del espacio se ha interpretado por los investigadores de diferentes formas, pues comprendemos que no hay regiones naturales, sino que estas se van construyendo, de acuerdo con distintos elementos que la van conformando. Sumando al dinamismo de las ciencias sociales, las

propuestas teóricas se van transformando, originando una configuración sobre la región, de modo que el concepto de región pasó del ámbito territorial-político-administrativo, al cultural-social-histórico. Los espacios sobre las múltiples regiones continúan redefiniéndose, van siendo interpretado y moldeados como reflejo del desarrollo de las sociedades frente a nuevas situaciones, problemas o fenómenos.

El investigador Rodrigo Tavares, en Alzugaray Treto (2009) ha señalado la dificultad para encontrar una definición satisfactoria de “región” que responda a las exigencias expectativas de las diferentes epistemologías involucradas en los estudios regionales es un síntoma de alto grado de amplitud que se ha conseguido en este campo. “Los nuevos conceptos del Análisis Regional son la jerarquía, densidad e intensidad de flujos, que permiten identificar áreas como campos de acción de flujos o fuerzas de muy diverso orden”, (Juillard, E., en Espejo Marín, 2003:71). La revolución de los medios de comunicación y el crecimiento de las ciudades hacen, por tanto, que varíe el contenido de la noción de región, así por ejemplo en la década de los años 90 del siglo XX con la introducción de factores eminentemente tecnológicos, se vislumbra otro importante cambio en el concepto de región que se focaliza hacia las redes y flujos de información, así como de las relaciones sociales. La revolución de las tecnologías digitales y el surgimiento de la sociedad red hacen que la noción de región cambie.

Por ejemplo, Gustavo Buzai, investigador de Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Buenos Aires en Argentina, refiere que las tecnologías digitales comienzan a ocupar un lugar de importancia en la re-significación del concepto de región, esto debido a la

aparición emergente del ciberespacio y la definición de nuevos espacios que se encuentran entre las pantallas de la computadora.

Por su parte, Hurrel, en Alzugaray Treto (2009) señala que los procesos de regionalización tienen otros sujetos colectivos y principales.

En primer lugar, están las fuerzas económicas, representadas por los mercados, los flujos privados de comercio e inversiones y las empresas transnacionales. Paralelamente, se están produciendo crecientes flujos de personas y el desarrollo de múltiples canales y complejas redes sociales, a través de las cuales se expanden de una esfera a las otras ideas, actitudes políticas, y formas de pensar, creando una sociedad civil transnacional regional (Hurrel, en Alzugaray Treto, 2009, 11).

Internet está jugando un papel clave en dicho proceso, sin duda es una pieza importante en esta mundialización que se vive desde los mercados internacionales, las relaciones políticas, económicas y culturales y, desde luego, en áreas sociales como el periodismo. Castells (2011:378) dice que “la red de internet es la columna vertebral de la comunicación global a través del ordenador” A consecuencia, de esta transformación tecnológica que difunde, cada vez más, un lenguaje electrónico, debiéramos pensar que el territorio pertenece a un tiempo-espacio diferente. Es decir, que antes mientras se hablaba y se pensaba exclusivamente en regiones territoriales, ahora podemos hablar de regiones digitales con otros elementos que las definen. Retomando lo dicho por Nicholas Negroponte (1995) vivimos inmersos en un mundo digital, en una región deslocalizada, en una región que no se rige por un tiempo sino por muchos, en una región que creemos que está atendiendo a una emergencia tecnológica, que tiene que ver con el tiempo virtual, con el ciberespacio o como lo denomina

Castells por el espacio de los flujos “por flujo entiendo las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad” ( Castells, 2011:445). A nuestro parecer, situando las prácticas periodísticas en las nuevas formas de expresión y procesos espaciales, los flujos comunicacionales son las dinámicas y la comunicación interactiva que establecen los periodistas con las personas dispuestos a recibir información y compartir el mensaje, replicándolo a través de dispositivos móviles a otras comunidades virtuales, minuto a minuto.

El desarrollo de la comunicación electrónica y los sistemas de comunicación permiten la disociación creciente de la proximidad espacial y la realización de las funciones de la vida cotidiana: trabajo, compras, entretenimiento, salud, educación, servicios públicos, gobierno y demás (Castells, 2011: 427), esto quiere decir que los sujetos de estudio pueden gestionar desde la virtualidad.

Como lo hemos venido argumentando, las teorías y los conceptos sobre los estudios regionales se han venido replanteando desde el nacimiento de las regiones como estructuras administrativas, políticas y sociales, sin embargo, con la emergencia de las tecnologías, se reconfiguró, aún más, el concepto de región al traspasar las fronteras y dibujar un mapa de interconexión global, y en el cual nuestro objeto de estudio el ciberperiodismo está organizado en torno a redes de comunicación y por elementos digitales como celulares y tabletas. De esta manera, el concepto de región, desde la mirada de estudiosos de la comunicación interactiva, tienen otros componentes que las distinguen como el espacio y el tiempo, las redes de comunicación en tiempo real, la inmediatez, la interactividad y las prácticas sociales que

dominan y conforman la sociedad red. Según Castells, “una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica” (Castells; 2012:50,51). Así con estos nuevos componentes consideramos tener elementos para conformar una región; una región que está emergiendo, que no es territorial ni fija, pero que es posible construirla, dado que existe un conglomerado humano y una sociedad que se organiza en torno a redes. En este sentido, proponemos la construcción de la ciber región o región del ciberperiodismo.

## **2.2. La construcción de la región del ciberperiodismo**

A colación de los planteamientos realizados, inicialmente, desde la mirada de los geógrafos quienes conceptualizaron y establecieron tipologías sobre las regiones como divisiones territoriales, entre las que destacan, la región natural, basada en criterios naturales, como el clima, la vegetación, los paisajes; la región geográfica, delimitada por espacios físicos y por los asentamientos humanos; la región económica, instituida en la producción de la tierra; la región social, sustentada en las relaciones humanas y sociales, además de la región humanista percibida como espacios vividos. Hoy vemos que los nuevos conceptos sobre región están focalizados en “las redes como estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites, integrando nuevos nodos mientras puedan comunicarse entre sí” (Castells, 2011:507), el planteamiento de este autor se basa en que los elementos de la estructura social son locales y globales, como consecuencia las regiones se localizan y se deslocalizan al mismo tiempo. En esta misma línea, autores como Negroponte y Scolari han mencionado que la digitalización ha traído otras formas de interrelacionarse, anulando los espacios físicos redefiniendo, aún más,

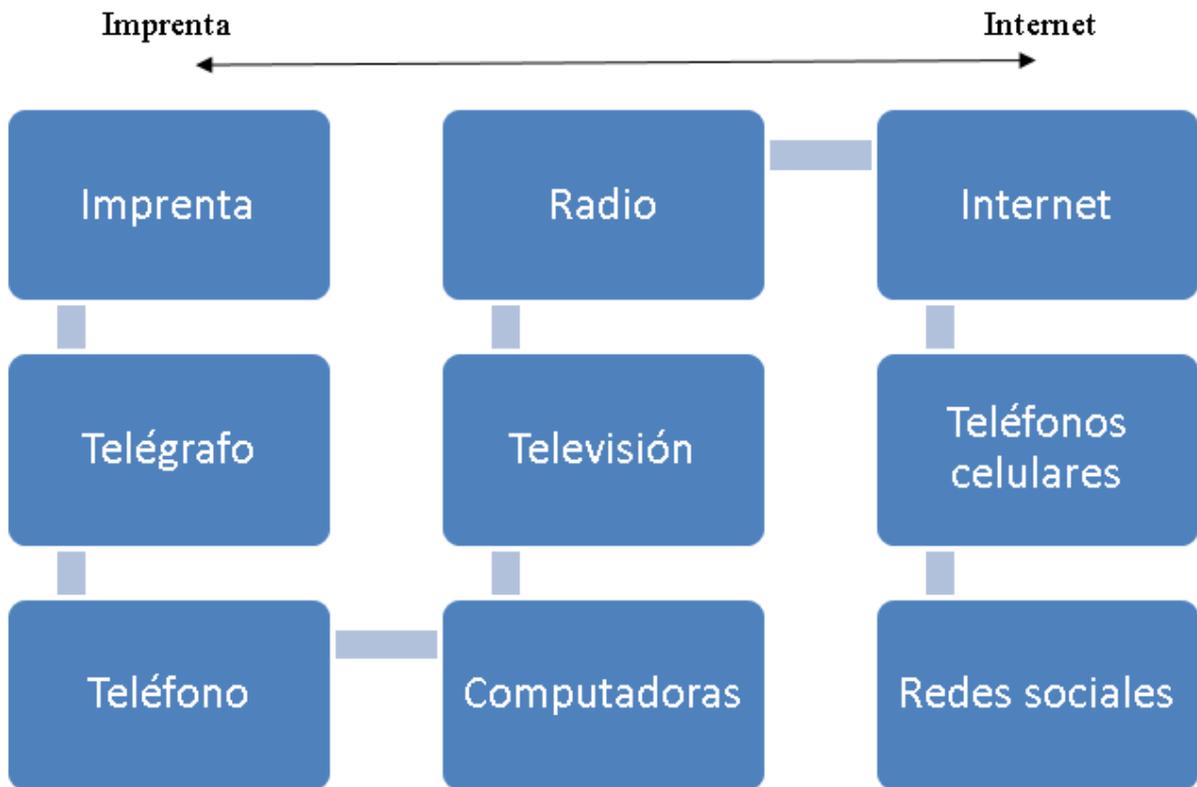
el concepto de región. En este contexto, nos gustaría empezar a argumentar cómo fue construida la región y a que le estamos denominando región. Este espacio fue nombrado como la región del ciberperiodismo, retomando a Castells, desde su teoría sociedad de redes. Esta zona se establece y se constituye a partir de nuevas prácticas periodísticas que están conectadas en red y por flujos comunicacionales e interaccionales en distintas plataformas digitales que se difunden por diferentes medios y canales cuyos límites no son fijos, sino por zonas homogéneas y dinámicas que se fundan por relaciones de poder y contrapoder, debido al grado de influencia y la expansión de los medios de comunicación globales.

Como las prácticas están conectadas en red, el espacio también lo está. Puesto que las prácticas se basan en flujos de información procesados por las tecnologías de la comunicación entre diferentes lugares, el espacio de la sociedad red está constituido por la articulación de tres elementos: los lugares en que se localizan las actividades (y las personas que lo ejecutan), las redes de comunicación material que vinculan estas actividades, y el contenido y la geometría de la información que desarrollan las actividades en términos de función y significado (Castells, 2012: 63).

La región del ciberperiodismo la construimos en torno a elementos cibernéticos y por los cambios centrados en la gestión, producción, consumo y organización que se generaron por factores tecnológicos y globales; es una región virtual y física debido a que los actores ejercen el periodismo en un espacio y tiempo en la región de Tuxtla Gutiérrez, pero esta se difunde por el ciberespacio mediante computadoras y novedosos dispositivos móviles, es decir, se refiere a esta práctica periodística en este nuevo entorno digital, que por su naturaleza y sus características se encuentra hiperconectada. Al hablar de cambios nos estamos refiriendo a que la gestión del periodismo se realiza actualmente a través de plataformas digitales, correos electrónicos, redes sociales, son espacios en donde la difusión de la comunicación digital aporta sus contenidos. La noticia se produce en tiempo real y no obedece a un itinerario como en el periodismo impreso, esto obliga al periodista a tener un consumo de información

diferente al de años anteriores; son cambios que se han generado a partir del ciberperiodismo, de las incidencias tecnológicas y de la utilización de nuevos puntos de conexión. En relación, queremos puntualizar que el periodismo como oficio no es una práctica nueva, esta profesión se ha dado desde tiempos arcaicos con invenciones como la imprenta de Gutenberg que hizo posible la impresión de escritos, libros y periódicos que revolucionaron al mundo, al contar con otras formas de conocimiento y de información. De igual forma, el telégrafo y el teléfono, así como la radio y la televisión son medios masivos que también han revolucionado la comunicación y las relaciones humanas. Esto significa que el periodismo viene transformándose, impactando con otros avances y tecnologías mucho antes que el internet. Este medio de comunicación ha incidido y moldeado todas las actividades de la vida humana; en esta nueva revolución tecnológica, el uso de las computadoras, los teléfonos celulares y las tabletas han contribuido a una mayor masificación, y es que dentro de sus ventajas destaca el hecho de que la información es rápida y de amplio acceso, y con esta rapidez las personas pueden realizar cualquier transacciones económicas y una comunicación a distancia, desde la comodidad de algún punto del planeta. Desde luego siempre y cuando estén conectados a esta gran red, de redes.

Ubicándonos en una línea de tiempo o continuum, ejemplificaríamos el nacimiento de las innovaciones tecnológicas de la siguiente manera.



*Figura 1* Línea de tiempo de las innovaciones tecnológicas.  
Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la revolución del internet ha permitido que la región del ciberperiodismo se crea también como:

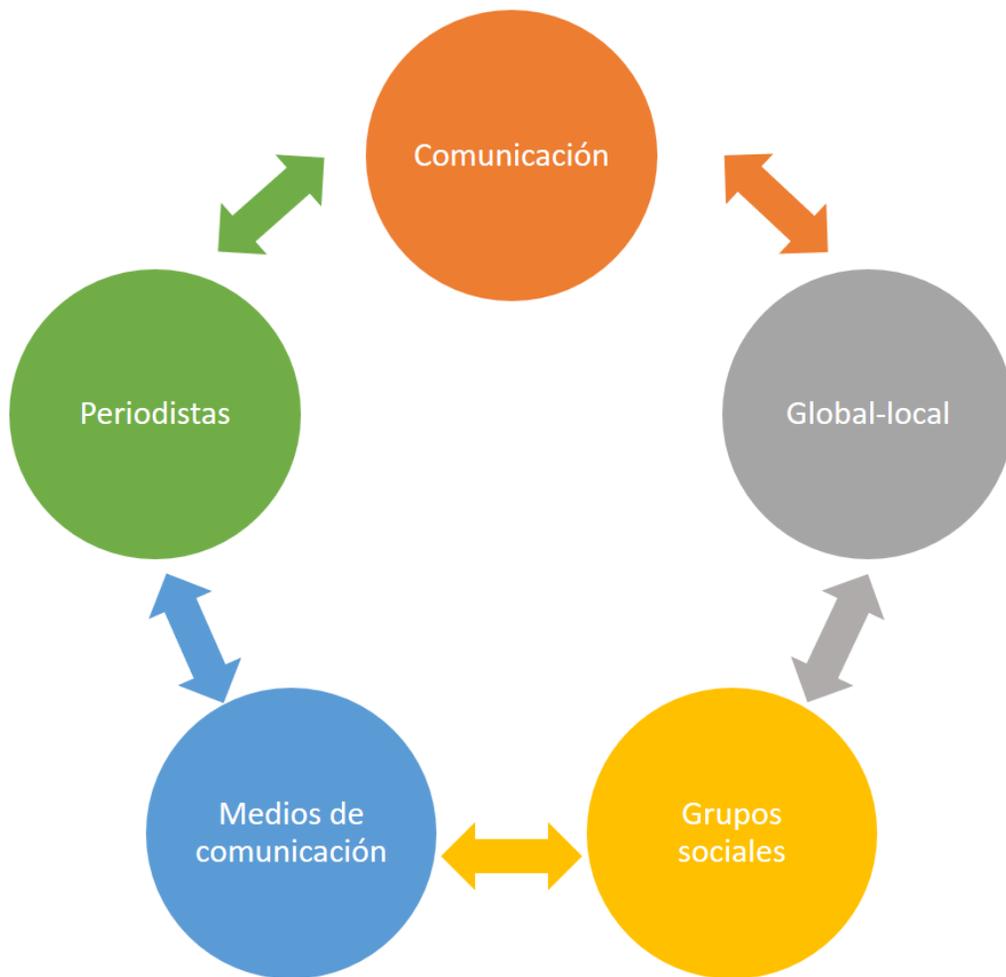
Un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento (...) nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo (Fumero y Roca, 2007:10).

En palabras de Scolari (2008), es un mundo de hipermediaciones en el que pasamos del objeto a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico debido a que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. En este ambiente, nacen nuevas

historias, representaciones y reinterpretaciones que adquieren sentido y significan las expresiones culturales y los espacios de forma simbólica. En tanto que, Castells (2012) expresa que la cultura en la sociedad red o cultura real virtual se acrecienta -muchas veces imbricadas en las relaciones de poder-, coexisten en una multiplicidad de culturas provenientes de distintas partes del mundo modificando su medio, a la vez que se potencian las relaciones. Es un “espacio resignificado donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics, es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación” (Scolari, 2008: 277).

Desde esa mirada, construimos la región del ciberperiodismo con interacciones sociales, dinamismo, relaciones de poder, producción de sentido e identidad de los actores en sus prácticas culturales y comunicativas que se dan en el ciberespacio, las máquinas y los medios. Tal como define (Gómez y Méndez, y Gil, 2001, en Canavilhas, 2007), el prefijo *ciber* alude a la cibernética, la ciencia o disciplina que estudia la comunicación y los mecanismos automáticos de control o el funcionamiento de las conexiones entre grupos sociales y de máquinas autogobernadas.

La región del ciberperiodismo, la conceptualizamos como un espacio que atraviesa flujos de comunicación global-local-global, entre grupos sociales, medios de comunicación y periodistas quienes interactúan, socializan, interrelacionan, representan e interpretan el sentido de la realidad. Tal como se representa en la siguiente figura.



*Figura 2* Flujos informacionales de la región del ciberperiodismo.  
Fuente: Elaboración propia

La construcción de la región del ciberperiodismo aparece en un contexto tecnológico y social, con rasgos y particularidades diferentes como lo es el ciberespacio. Desde la concepción de Bataillon (1993), es un espacio vivido, un espacio usado e intervenido por personas y grupos sociales en la vida cotidiana.

“El ciberespacio y la realidad virtual, de alguna manera son una forma de materialización de los sueños y la fantasía. Son los mitos, las manifestaciones culturales, ancestrales y actuales, los rituales religiosos o la cultura de símbolos de esa realidad virtual distinta a la realidad tangible y en la cual la humanidad se expresa; se comunica” (Pérez Martínez, 2013:12).

Desde la perspectiva periodística, entendemos el ciberespacio como un lugar en donde un usuario se conecta con otros usuarios y desde ahí emiten mensajes y opiniones; - cibermedios, redes sociales- opiniones que en ocasiones orientan y denotan sus ideologías, su subjetividad y sus interpretaciones. No es algo concluyente, ni acabado, sino discutible. Estamos hablando del nacimiento del ciberperiodismo.

En este escenario, la discusión para designar el vocablo ciberperiodismo ha adquirido diversas connotaciones, por ejemplo, (Salaverría 2005; Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004, en Canavilhas, 2007), lo denominan ciberperiodismo; web periodismo (Canavilhas, 2007), periodismo *online* (De wolk, 2001; Hall, 2001; Ward, 2002, en Canavilhas, 2007), periodismo electrónico (Bastos, 2000; Díaz Noci, 2001, en Canavilhas, 2007), periodismo digital (Machado y Palacios, 2003; Barbosa, 2005, en Canavilhas, 2007), periodismo multimedia (Marcos, 2000; Deuze, 2004, en Canavilhas, 2007), periodismo cibernético (Gómez y Méndez y Gil, 2001, en Canavilhas, 2007).

Según Canavilhas (2007) todas estas expresiones siguen un patrón lingüístico: *Online journalism* en habla inglesa; *jornalismo digital*, en portugués; ciberperiodismo, en castellano.

En esta investigación optamos por la acepción ciberperiodismo porque en nuestra opinión, es la que mejor representa el tránsito del periodismo impreso al digital y, porque

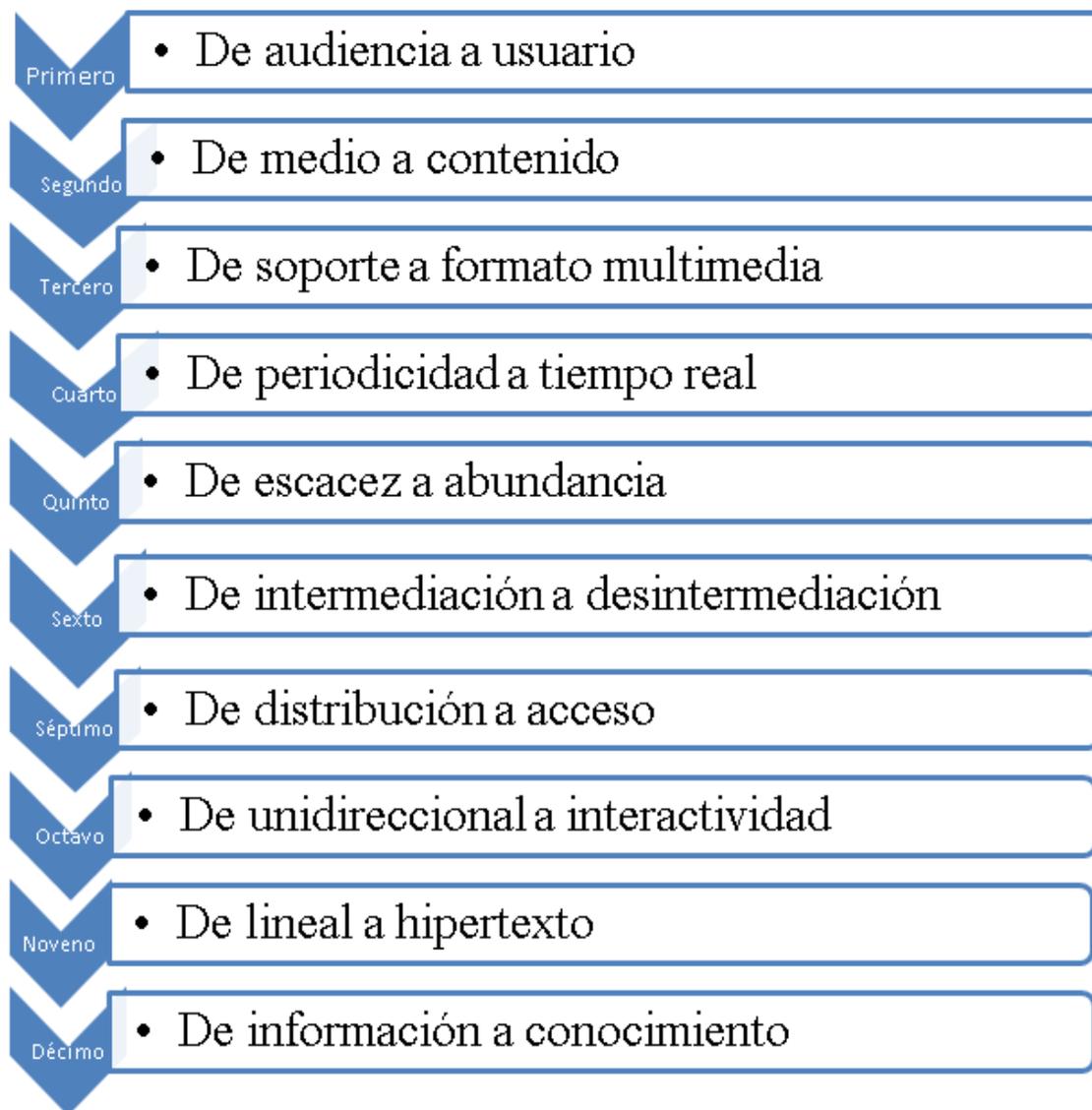
además hace referencia a un lenguaje periodístico que se produce en la red con amplias posibilidades de difusión entre dispositivos móviles y grupos sociales que rebasa las fronteras.

A su vez, Ramón Salaverría y Díaz Noci (en Barrios 2013:140) definen el ciberperiodismo como la “especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente la difusión de contenidos periodísticos”; contenidos periodísticos que se conciben desde otra realidad espacial: La web dos (punto) cero, que Fumero y Roca (2007) declaran como la promesa de una visión realizada: la red, es decir, la internet que redefine la forma de consumir, acceder, gestionar, producir y difundir la información, y en la que millones de personas están interconectadas a través de computadoras y dispositivos móviles. En este contexto, la comunicación se encuentra inserta en un mundo globalizado, interconectado y comunicado, lo que “nos lleva a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá -por encima- de los medios tradicionales” (Scolari, 2008:114). Dichas configuraciones tienen que ver con los cambios en la lectura y el consumo de las noticias que se realizan por las pantallas de las computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes.

En estos soportes, los requerimientos son otros, no sólo es la información escrita, sino también fotos, videos y audios, sumado a la interacción, la participación, las conversaciones y las opiniones de los internautas, quienes ahora son receptores y emisores de mensajes.

Los paradigmas de la comunicación cambiaron y se reconfiguraron nuevas dimensiones y nuevos conceptos. Orihuela (2002) destaca en su artículo: Los Diez Paradigmas de la e-Comunicación, cómo internet ha trastocado gran parte de los modelos que nos

ayudaban a comprender los procesos de comunicación. En la siguiente tabla se describe los diez paradigmas de la comunicación propuestos por este autor.



*Figura 3* Los diez paradigmas de la e-Comunicación.  
Fuente: Orihuela, José Luis (2002).

El esquema anterior replantea nuestra tesis que hemos venido esbozando en el sentido de que la comunicación se encuentra en un mundo globalizado y de cómo esta dinámica alteró

y modificó las prácticas en el periodismo, debido a que esta información no pertenece a un solo lugar, es decir, ya no es exclusivamente física, sino virtual. Estas son dos dimensiones que hemos venido tratando lo largo de esta investigación.

El libro *Periodismo Digital en México* de Delia Covi, Florence Toussaint y Aurora Tovar (2006:74) destaca que “cada día los avances tecnológicos digitales amplían las posibilidades de espacio y mejoran la rapidez de la navegación en Internet”.

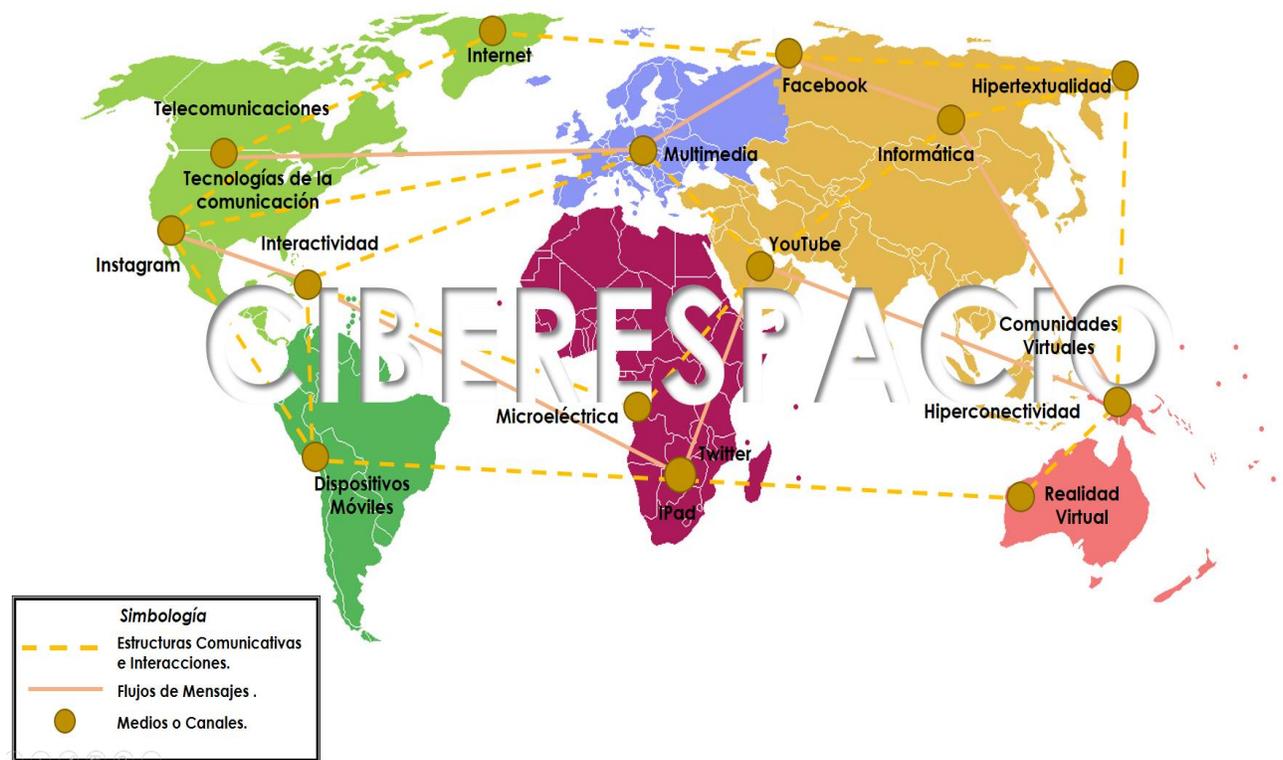
Así, con la introducción de internet, los países desarrollados y algunos en vías de desarrollo vivieron grandes transformaciones tecnológicas provocando un replanteamiento en las distintas actividades, principalmente en los medios de comunicación y más incisivamente en la prensa escrita que se ha visto en la necesidad de modificar las prácticas y rutinas del periodismo en esta amplia red.

### **2.3. Los elementos que conforman la región del ciberperiodismo**

Retomando los elementos de la teoría de la sociedad red de Castells (2012), se organizan en torno al espacio de flujos, formados por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación. La región del ciberperiodismo se conforma con elementos como el ciberespacio, el conocimiento, las relaciones, la interacción, los vínculos, la comunicación e información, la hiperconectividad, la tecnología, la multimedia, la interactividad, la hipertextualidad, los dispositivos móviles, la realidad virtual, el uso y el desarrollo de las aplicaciones móviles, las comunidades virtuales, los blogs y las redes sociales como *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* a través de las cuales, dice (Castells, 2012:63), “circulan e interactúan flujos de información que aseguran la simultaneidad de las prácticas

sociales de interacción procesadas en dicho espacio”, es decir, incluyen la práctica discursiva y textual, las formas rutinarias de la gestión y producción de la noticia, mismas que evolucionan, traspasan las fronteras y se transforman permanentemente en el ciberespacio.

El siguiente mapa representa la región del ciberperiodismo, desde una perspectiva macro, la cual está relacionada con los elementos tecnológicos característicos de una sociedad red global, es el ciberespacio que se muestra como un territorio abierto, sin fronteras que limiten los flujos informativos. De acuerdo con la teoría de Castells (2012) las redes no tienen límites fijos, están abiertas y poseen numerosos vértices, son las redes digitales de comunicación que se construyen alrededor de una estructura social y se transforman en el nuevo contexto tecnológico; son formas y procesos de una comunicación socializada entre comunicadores en el tiempo y el espacio. La sociedad red está formada por redes globales, es un espacio multidimensional de interacción social. “En la vida social las redes son estructuras comunicativas (...) es decir, las redes procesan flujos, los flujos son corrientes de información entre nodos que circulan por los canales que conectan los nodos” (Castells, 2012:45).



*Figura 4* Representación de la región del ciberperiodismo desde una perspectiva global.  
 Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, es importante precisar que la región que estamos construyendo es a nivel micro, es una acotación relacional de espacio-tiempo en la región de Tuxtla Gutiérrez, en la que analizamos la gestión, la producción y el consumo, y más específicamente las nuevas prácticas periodísticas de los agentes en este espacio cibernético, que por su naturaleza de hiperconexión a partir de la revolución digital, así como la introducción de nuevos medios y dispositivos que han generado cambios en la interacción con los usuarios, la rapidez y penetración de la información, la conectividad, la reorganización, la actualidad, la inmediatez

y velocidad de las noticias. Retomando los conceptos teóricos de Castells y Bataillon, es un espacio virtual y vivido.

Efectivamente, coincidimos con los autores, es un espacio virtual, vivido y además social porque son redes de comunicación y relaciones que cubren una región del espacio, y que nosotros denominamos la región del ciberperiodismo.

En el siguiente mapa, ubicamos en la región de Tuxtla Gutiérrez los medios de comunicación, tanto los llamados “tradicionales”, es decir, con soporte físico y digital, como los periódicos que operan únicamente con plataforma digital.



Figura 5 Mapa espacial de la región del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez.

Fuente: elaboración propia.

La región del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez, es un espacio que se vive y se establece a partir de la gestión, producción y consumo de la información digital, delimitada

por flujos informacionales e interaccionales que acontecen en tal lugar; la región que construimos está centrada en prácticas periodísticas a través de nuevas plataformas digitales. Como plantea Bataillon (1993), es un espacio social vivido, soñado, usado, intervenido y moldeado por hombres y mujeres organizados en el que se desplazan y en el que se aprecia una actuación política, cultural o económica. Destacando que, cada individuo o grupo social concibe constantemente diferentes espacios. Es en ese escenario, en el que interactúan “lo social (cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos) y lo tecnológico (nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios) provocando cambios de lo uno sobre lo otro” (Fumero y Roca, 2007:13).

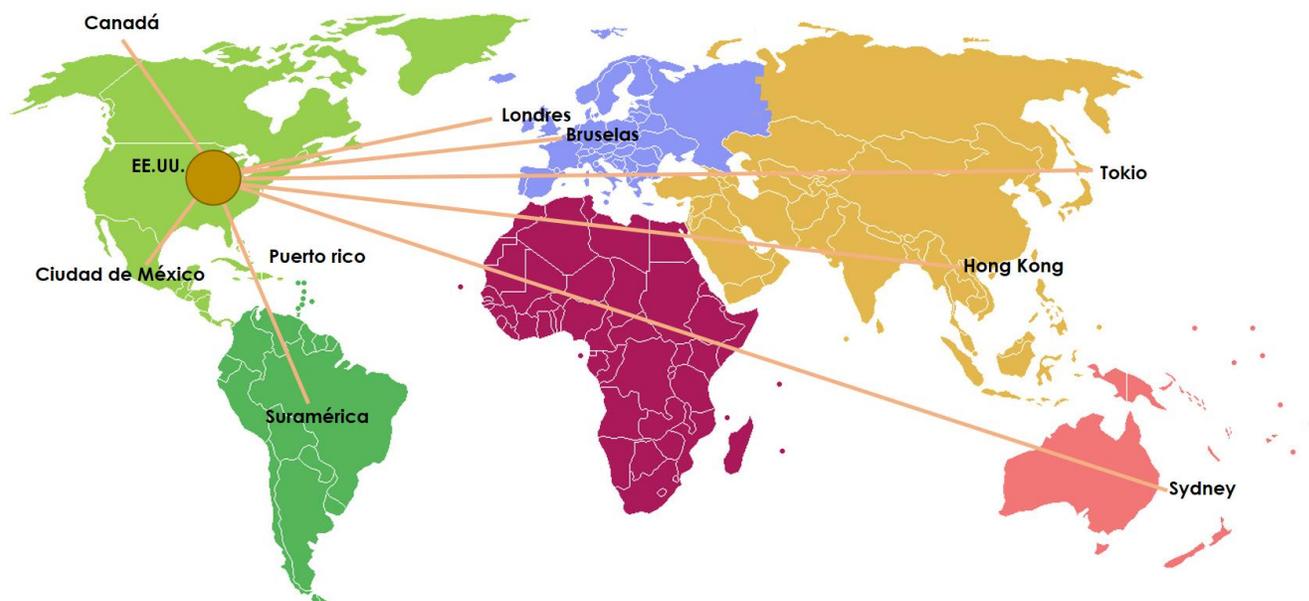
En razón de esa convergencia digital propiciada por las tecnologías de información y comunicación como la informática, las telecomunicaciones, la microelectrónica, las redes de información, los procesos de elaboración, producción, gestión y consumo, el periodismo atraviesa por una inmediatez informativa que se convierte en un desafío para las empresas periodísticas y para el propio periodista al utilizar nuevos recursos técnicos para presentar los hechos en tiempo real. Las nuevas formas de comunicación posibilitan espacios virtuales, más dinámicos y colaborativos, al brindar mayor participación entre los ciudadanos, los periodistas y los medios de comunicación.

Esta comunicación emergente, asistida por los dispositivos móviles, se convierte en parte importante para el desarrollo de la vida social, cultural, política y económica de los países, porque son estructuras comunicativas en la que los actores sociales promueven y comparten valores, creencias e intereses. El carácter dinámico e interactivo del medio permite a los usuarios nuevas formas de relación y organización. Actualmente, es a través del uso y la

aplicación de estas tecnologías como los diversos grupos interactúan en una sociedad transnacional, sin restricciones impuestas por los sistemas sociales que actúan bajo el control hegemónico, en este espacio se expresan en función de sus intereses y opiniones, lo que les permite tomar decisiones para el logro de sus objetivos. Vivimos en la sociedad de la información, o sociedad red en la que su columna vertebral es el internet y la digitalización, en ella, el ciberperiodismo se decanta.

Como lo hemos referido anteriormente, analizaremos lo global desde una mirada local, y viceversa, debido a que lo global está conectado con lo regional, esto es, los hechos actuales y de interés colectivo que ocurren en el ámbito internacional y nacional repercuten y afectan la esfera local. Por ejemplo, en lo regional, con la llegada del internet el panorama mediático en el territorio de Tuxtla Gutiérrez se transformó, actualmente, los periodistas contextualizan los hechos, por lo que muchas veces se encuentran obligados a escribir para los lectores de diferentes partes del mundo, cuyos acontecimientos los mantiene en interacción, esto significa que los flujos comunicacionales y los mensajes no son fijos, por el contrario, la información emerge de un lugar a otro, de un país a otro, existe una nueva manera de ejercer el periodismo, por ello, quienes practican esta profesión atraviesan por un proceso de reestructuración y adaptación, totalmente opuesto al periodismo impreso que venían desarrollando; con el periodismo impreso la información se seleccionaba por la proximidad geográfica y por sus audiencias que estaban acotadas, dada que la circulación, distribución y los temas periodísticos que estaban estratificados por regiones y espacios geográficos. Pero, como también lo hemos dicho el impacto de las tecnologías y las transformaciones de esta globalidad traspaso lo

físico, la sociedad, los hechos y los temas. Esto lo podemos observar en el siguiente mapa en donde vemos que los flujos informativos atraviesan los espacios geográficos.



**Exportaciones de información de los Estados Unidos a las principales regiones y centros del mundo.**

Fuente: Datos de Federal Express, 1990; elaborado por Michelson y Wheeler, 1994.

Figura 6 Exportación de la información.

Fuente: Adaptación del libro La Era de la Información de Manuel Castells (2011).

Así pues, la comunicación y la práctica periodística se encuentra inmersa en un mundo globalizado y este mundo globalizado modificó la manera de entender el periodismo, por lo tanto, tal como lo mencionamos en nuestros supuestos, el territorio cambió. En suma, lo que estudiamos es el comportamiento de un campo regional, de una región vivida y detallada por flujos comunicacionales orientada por el ciberperiodismo, y que no ha sido analizada, por lo que, en el capítulo referido a la metodología, mediante el análisis histórico y de contenido,

además las entrevistas con los agentes, nos permitirá conocer qué hace esta región y cómo se vive una región que se establece por flujos informacionales.

### **CAPÍTULO 3. DEL MÉTODO, LAS METODOLOGÍAS Y LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS**

En el presente capítulo, desarrollamos la estrategia teórico-metodológica que guio nuestra investigación, para ello, nos posicionamos en el paradigma hermenéutico interpretativo, cuyo objetivo es la comprensión de la realidad; con este paradigma trabajamos los cuatro planos que contempla la investigación: epistemológico, teórico, metodológico y técnico instrumental. De esta manera, y en congruencia con este enfoque tomamos la metodología cualitativa, que en opinión de Strauss y Corbin (2002) permite la manera de pensar la realidad social y de estudiarla. Además, establecimos las técnicas utilizadas para la recolección de la información como la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido, a través de esta última técnica construimos categorías de análisis, así como una matriz que nos permitió observar los elementos de la producción y la información en los medios periodísticos que surgen con el internet, llamados ahora cibermedios.

#### **3.1. El método hermenéutico**

Debido a que nuestro elemento principal está centrado en las prácticas periodísticas a través de flujos comunicacionales en las plataformas digitales que modificaron la región; esto es, la región que establecimos como el ciberperiodismo, y en la que hay un nuevo comportamiento,

una nueva forma o tradición que supone el periodismo que se realiza por internet o el ciberespacio, ámbito en el que se desenvuelven nuestros actores conectados a la red, quienes desde ese espacio significan y simbolizan la comunicación, utilizamos el método hermenéutico, para comprender el sentido que tienen estas nuevas prácticas en el quehacer periodístico, mismas que fueron interpretadas a mediante las entrevistas realizadas a los actores en donde recogimos sus opiniones y experiencias. Este método nos dice que:

Etimológicamente, *hermenéutica* proviene de la palabra griega *hermeneuein*, que significa interpretar o comprender. El origen del concepto actual de este término puede encontrarse en el siglo XVII en relación a la interpretación bíblica (exégesis) y la necesidad de establecer un conjunto de reglas apropiadas para esta interpretación (hermenéutica). Este enfoque de la interpretación bíblica incluía no solo un análisis gramatical, sino también un análisis del contexto histórico de cualquier acontecimiento bíblico. De esta forma sólo fue necesario un pequeño paso para ampliar el concepto de hermenéutica a un nivel de metodología general para la interpretación de todos los textos escritos (Smith, 1993, en Sandin, 2006:59).

Como apuntamos líneas arriba, este método nos orientó a comprender, analizar y construir el sentido de los flujos comunicativos y expresivos de los actores sociales que intervienen en los espacios vividos, es decir, en la región del ciberperiodismo, toda vez que una de las características de la comunicación por internet es la interactividad, que a su vez vino a modificar la relación entre el medio, los periodistas y los usuarios dotándolos de significados.

En ese marco, la comunicación digital o ciberperiodismo es un campo de comunicación simbólica mediado por la revolución tecnológica. Desde la concepción de Castells es “un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más un lenguaje digital

universal, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos” (Castells, 2011: 28). La cultura es entendida como el conjunto de prácticas en la vida social, en el cual los individuos comparten experiencias, conceptos, tradiciones y comportamientos, es el mundo de las representaciones sociales y de las significaciones.

El lenguaje de los vínculos cubre una región del espacio, no son puntos sino relaciones las que le dan su extensión, algunos lugares están más nutridos de vínculos que otros, pero la conexión se presenta, no hay lugares fuertes sino urdimbre y trama, la fuerza depende de todos, cada vínculo sabe que los otros están ahí, ninguno conoce la totalidad de lo posible, pero actúa en comunidad, dentro de la energía que circula y se expresa por la unión, cada uno aporta su resistencia y su impulso, la formación está ahí cuando la estructura se debilita y parece desintegrarse, la configuración está ahí cuando el movimiento conjunto exige el poder que todos conforman. Es la red, la presencia invisible de lo fijo, la figura visible de lo móvil (Galindo Cáceres, 1998).

Siguiendo la teoría de Castells (2011), nos interesa conocer el comportamiento de esta región establecida en Tuxtla Gutiérrez; espacio en el que se desenvuelven e intervienen los actores que hacen periodismo con nuevos lenguajes y nuevos vínculos, son formas sociales emergentes. De acuerdo con este autor, la sociedad está construida en torno a flujos de capital, de información, de tecnología, de interacción, de imágenes, sonido y símbolos; es una nueva forma espacial que caracteriza y conforma las prácticas sociales en la sociedad red. En este sentido, Castells realiza una tipología sobre este nuevo paradigma tecnológico y destaca que la primera característica es que *son tecnologías para actuar sobre la información*; el segundo rasgo hace referencia a *la capacidad de penetración de los efectos de las tecnologías*; la tercera característica alude a *la lógica de la interconexión*, la cuarta característica se basa en la

*flexibilidad* y una quinta característica es *la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado*.

### **3.2. El concepto de metodología cualitativa**

El método cualitativo es planteado por Taylor y Bogdan (1994) como la investigación que produce datos descriptivos, las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable.

La metodología cualitativa “es aquella cuyos Métodos, Observables, Técnicas, Estrategias e Instrumentos concretos se encuentran en la lógica de observar necesariamente de manera subjetiva algún aspecto de la realidad. Su elemento de análisis es la cualidad o (característica) de ahí su nombre cualitativa. Esta metodología produce como resultados categorías (patrones, nodos, ejes, etc.) y una relación estructural y/o sistémica entre las partes y el todo de la realidad estudiada” (Vargas Beal 2012:17).

Por su parte, Strauss y Corbin conciben lo cualitativo de la siguiente manera:

Entendemos cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación. Puede tratarse de investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos, así como el funcionamiento organizacional, los movimientos sociales, los fenómenos culturales y la interacción entre las naciones. Algunos de los datos pueden cuantificarse, por ejemplo, con censo o información sobre los antecedentes de las personas u objetos estudiados, pero el grueso del análisis es interpretativo (Strauss y Corbin, 2000: 19-20).

En ese contexto, los conceptos antes vertidos nos permiten sustentar que la metodología cualitativa es la adecuada para abordar nuestro objeto de estudio, toda vez que este enfoque es interpretativo y considera que la realidad es socialmente construida a través de las palabras, los símbolos y los comportamientos de sus miembros, así como las relaciones de los seres humanos con su entorno, y uno de los objetivos de esta investigación es analizar las prácticas periodísticas, las rutinas productivas y las socializaciones que se generan en la región del ciberperiodismo, entre los cibermedios, los usuarios y los ciberperiodistas, tras el impacto de la tecnología a nivel global.

Stephen Reese (en Serrano Tellería, 2010), advierte sobre la falta de adecuación de estudios locales, nacionales e internacionales en un ambiente globalizado que, cada vez más, debe navegar entre su tradicional vertical dentro del país que se lleve a cabo y la perspectiva horizontal que va más allá de los marcos nacionales, por ello, recomienda que las investigaciones sean más creativas al identificar nuevos campos de estudio, conceptos, estrategias empíricas y relaciones, más apropiadas al periodismo global que al nacional. Esta investigadora añade que es importante preguntarse por la adecuación de conceptos como objetividad, imparcialidad y neutralidad sin tener en cuenta los orígenes nacionales.

Ante ese escenario, como un recorte para su análisis regional, esta investigación doctoral está situada en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, lo que no excluye una mirada de lo global, ya que lo local se articula desde una perspectiva global en términos de proximidad de los acontecimientos. En este marco, Tuxtla Gutiérrez se convierte en un espacio físico en donde se desarrollan las rutinas productivas y prácticas periodísticas de los sujetos, al tiempo que se trasladan al ciberespacio; un lugar en donde el tiempo y el espacio se

reconfiguran, y en donde las culturas y las sociedades contemporáneas convergen para dar paso a otras formas de comunicación e interacción, cuyo resultado es la construcción de un nuevo territorio. La tecnología, la información y la comunicación son elementos indispensables para esta nueva socialización que desde el ciberespacio y desde el ciberperiodismo, los discursos y los acontecimientos sociales cobran sentido y se resignifican. Por esta razón, el método hermenéutico nos permitió interpretar el sentido de las historias, los hechos, actitudes y los valores de los periodistas con los que día a día se va construyendo la realidad.

Las realidades humanas, las de la vida cotidiana -que son las más ricas de contenido- se manifiestan de muchas maneras: a través del comportamiento e interacción con otros miembros de su grupo, de gestos, de mímica, del habla y conversación, con el tono y timbre de voz, con el estilo lingüístico (simple y llano, irónico, agresivo, etc.) y de muchas otras formas. Todo esto necesita una esmerada atención a los finos detalles del lenguaje y la interacción para llegar a una adecuada interpretación. Para ello, hay que colocarlo y verlo todo en sus contextos específicos, de lugar, presencia o no de otras personas, intereses, creencias, valores, actitudes y cultura de la persona-actor, que son los que le dan un significado (Martínez, Miguélez, 2002).

### **3. 3. La construcción de la región a partir de las entrevistas**

La entrevista es una de las técnicas de acopio de información que utilizamos para el levantamiento de los datos y llevar a buen fin la investigación. Por tal motivo, se realizó la entrevista no estructurada. Este tipo de entrevista como bien apunta Monje Álvarez (2011), es flexible y abierta, en ella se procede sin un concepto preconcebido del contenido o flujo de información que se desea obtener, aunque los objetivos de la investigación rigen las preguntas,

el contenido, orden y profundidad se hallan sujetos al criterio del entrevistador. En nuestro caso, las preguntas las formulamos desde la mirada y particularidades de cada uno de los entrevistados, tales como directores, editores y periodistas, tanto de medios tradicionales como de medios digitales, porque nos interesaba conocer sus opiniones sobre la configuración de la región del ciberperiodismo, las transformaciones en las prácticas y las rutinas del trabajo periodístico, así como recoger su opinión sobre cómo han enfrentado y aplicado las tecnologías de comunicación e información en su campo profesional.

### **3.3.1. Análisis documental**

Para llevar a cabo esta investigación, realizamos un somero análisis documental a través de las diferentes páginas de medios electrónicos y de periódicos impresos para dar cuenta del paso de la prensa escrita a la configuración del periódico digital.

### **3.3.2. Análisis de contenido**

Para alcanzar los objetivos planteados en esta tesis doctoral y para complementar los resultados de esta investigación, trabajamos con la técnica del análisis de contenido, misma que nos permitió conocer la organización general del contenido informativo, forma y los elementos de la información (enlaces, imagen, videos) de la página de inicio (home page) de un periódico digital.

La técnica del análisis de contenido ha servido a numerosos estudios sobre comunicación digital, ya que les permite conocer de forma más precisa la producción

comunicativa. “Se trata de una técnica de investigación cuantitativa que pretende extraer inferencias por medio de la identificación sistemática y objetiva de las características de contenido que poseen los datos a analizar” (Palacios y Díaz Noci, 2007:127).

Por su parte, Christian Kolmer, (en Serrano Tellería, 2010:166) señala que “el análisis de contenido, es un método importante para analizar los productos de la práctica periodística y que, sin él, no se podrían medir la influencia de distintos factores sobre la producción de noticias, incluyendo estructuras culturales, políticas y económicas”.

A su vez, Andréu indica que desde mitad del siglo XX surgieron numerosas objeciones al análisis de contenido cuantitativo, fundamentalmente basadas en la convicción de que las técnicas numéricas eran insuficientes para captar los significados profundos. Sin embargo, este autor sostiene que con la llegada de los ordenadores y, sobre todo, la posibilidad de acceso que brindan al análisis literal, más bien que numérico, ha inclinado aún más la balanza hacia la técnica cualitativa.

Por su parte, Scolari (2008) manifiesta que las metodologías cuantitativas son de gran utilidad, sobre todo a la hora de analizar el rendimiento de un software (instrumento de producción), pero no son suficientes cuando las aplicamos a la *World Wide Web* (ambiente de comunicación). Porque más que un instrumento de producción, la web es un espacio de expresión e intercambio.

Aunque la cuantificación es importante en la aplicación de técnicas objetivas y sistemáticas, actualmente las investigaciones sociales refieren que además de mostrar el hecho, también se deben interpretar, y en nuestro caso, el medio (cibermedio) que deseamos

analizar supera el análisis de contenido debido a la cantidad de información textual, gráfica, de significados e interacción, por tal motivo, tras la observación de los elementos como imágenes, texto y audio en la página de inicio del periódico digital, y retomando la argumentación de Andréu y de Scolari proponemos poner énfasis en las cualidades interpretativas y expresión de los textos para conocer cómo gestionan, producen y difunden la información.

Es importante puntualizar que uno de nuestros objetivos específicos fue identificar cuáles son los periódicos en Tuxtla Gutiérrez: a). Los que se imprimen en formato tradicional y tienen plataforma digital y b). Los que se presentan exclusivamente en una plataforma digital. El fin de esta identificación fue para delimitar el universo y la muestra. A partir de ahí, seleccionamos cuatro medios: Cuarto Poder, Diario de Chiapas, Chiapas Paralelo y Monitor Sur. En este sentido, establecimos la observación de la muestra durante un mes, concretamente junio de 2016. Durante este periodo estudiado se analizaban las versiones por la noche y por la mañana con el fin de identificar si la información se actualizaba durante el día. Las tomas de las pantallas de los cuatros medios se registraron de la siguiente manera:

- Cuarto Poder: Viernes 10 de Junio de 2016
- Diario de Chiapas: Viernes 10 de Junio de 2016
- Monitor Sur: Miércoles 29 de Junio de 2016
- Chiapas Paralelo: 30 de Junio de 2016
- Chiapas Paralelo: 01 de julio

En este último caso, (Chiapas Paralelo) la primera pantalla la imprimimos el 30 de junio, sin embargo, la selección de este medio respondió, entre otros indicadores, por realizar un tratamiento informativo diferente al resto de sus homólogos, es decir, no suele llevar en su portada a la parte oficial, ese día eso no sucedió así, tal como consta en el registro de la pantalla del medio, quizá obedeció a que en esos días el Estado vivía momentos álgidos. Por lo que decidimos volver a imprimir la pantalla el viernes primero de julio, para ratificar el tratamiento informativo. El contexto de la temática era la misma, pero con otros actores sociales.

#### 3.4. Periódicos con formato impreso, y actualmente con plataforma digital

Nombre	URL	Lugar de edición
CUARTO PODER DE CHIAPAS	<a href="http://www.cuartopoder.mx">www.cuartopoder.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
DIARIO DE CHIAPAS	<a href="http://www.diariodechiapas.com">www.diariodechiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
NOTICIAS VOZ E IMAGEN DE CHIAPAS	<a href="http://www.noticiasnet.mx/portal/chiapas">www.noticiasnet.mx/portal/chiapas</a>	Tuxtla Gutiérrez
EL HERALDO DE CHIAPAS	<a href="http://www.elheraldodechiapas.com">www.elheraldodechiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
LA VOZ DEL SURESTE	<a href="http://www.diariolavozdelsureste.com">www.diariolavozdelsureste.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
ES! DIARIO POPULAR	<a href="http://www.esdiario.com.mx">www.esdiario.com.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez

EXPRESO DE CHIAPAS	<a href="http://www.expresochiapas.com">www.expresochiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
EL SOL DE CHIAPAS	<a href="http://www.elsoldechiapas.com">www.elsoldechiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
PÉNDULO DE CHIAPAS	<a href="http://www.pendulodechiapas.com.mx">www.pendulodechiapas.com.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
SIETE DE CHIAPAS	<a href="http://www.sie7edechiapas.com">www.sie7edechiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
CHIAPAS HOY	<a href="http://www.chiapashoy.com">www.chiapashoy.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
CONTRAPODER	<a href="http://www.diariocontrapoderenchiapas.com">www.diariocontrapoderenchiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez

Tabla 1 Periódicos con formato impreso, y actualmente con plataforma digital.  
Fuente: elaboración propia.

### 3.5. Periódicos exclusivamente con formato digital

Fecha de ingreso a la red	Nombre	URL	Lugar
2013	CHIAPAS PARALELO	<a href="http://www.chiapasparalelo.com">www.chiapasparalelo.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2014	MONITOR SUR	<a href="http://www.monitorsur.com">www.monitorsur.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2015	REPORTE CIUDADANO	<a href="http://www.reporteciudadanochiapas.com">www.reporteciudadanochiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2010	EN TIEMPO REAL	<a href="http://www.entemporealmx.com">www.entemporealmx.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2014	TINTA FRESCA	<a href="http://www.tintafresca.com.mx">www.tintafresca.com.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez

2007	CÓDIGO SUR	<a href="http://www.codigo-sur.com">www.codigo-sur.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2014	MURAL CHIAPAS, Agencia Multimedia	<a href="http://www.muralchiapas.com">www.muralchiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2007	ASICH Agencia de Servicios Informativos de Chiapas	<a href="http://www.asich.com">www.asich.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2010	LIBERTAD EN CHIAPAS	<a href="http://www.libertadENCHIAPAS.mx">www.libertadENCHIAPAS.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
2016	Alerta Chiapas, Alertas al Momento	<a href="http://www.alertachiapas.com">www.alertachiapas.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2008	DIARIO TRIBUNA CHIAPAS	<a href="http://www.diariotribunachiapas.com.mx">www.diariotribunachiapas.com.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
2012	DE BUENA FUENTE	<a href="http://www.debuenaFuente.com">www.debuenaFuente.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
	CHIAPAS EN CONTACTO	<a href="http://www.chiapasencontacto.com">www.chiapasencontacto.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2015	DEBATE TU ESPACIO	<a href="http://www.debatetuespacio.mx">www.debatetuespacio.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
2011	CHIAPAS ES NOTICIA (CHN),	<a href="http://www.chis.mx/entidad/chiapases-noticia">www.chis.mx/entidad/chiapases-noticia</a>	Tuxtla Gutiérrez
2013	VÍA LIBRE CHIAPAS	<a href="http://www.vialibre.net">www.vialibre.net</a>	Tuxtla Gutiérrez
2014	AQUINOTICIAS	<a href="http://www.aquinoticias.mx">www.aquinoticias.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez
2013	CHIAPAS EN LA MIRA	<a href="http://www.chiapasenlamira.com">www.chiapasenlamira.com</a>	Tuxtla

			Gutiérrez
2014	3 MINUTOS INFORMA	<a href="http://www.3minutosinforma.com">www.3minutosinforma.com</a>	Tuxtla Gutiérrez
2016	PORTAVOZ	<a href="http://www.portavozchiapas.mx">www.portavozchiapas.mx</a>	Tuxtla Gutiérrez

Tabla 2 Periódicos exclusivamente con formato digital.

Fuente: elaboración propia.

Los datos que tomamos en cuenta para integrar el corpus de los periódicos antes descritos, fueron la fecha de aparición en la red, el nombre del medio, la dirección de la página o sitio (URL), y el lugar donde se produce la información del medio o la región de cobertura, que como ya le hemos venido mencionando es física y es virtual al mismo tiempo.

La muestra de los periódicos impresos que fueron observados mediante la técnica del análisis de contenido, en su versión en línea, quedó integrada por dos periódicos: El Cuarto Poder y El Diario de Chiapas. Las razones para seleccionarlos responden a que son empresas líderes en el ramo, son medios tradicionales y los más antiguos (40 y 38 años, respectivamente). Durante estos años, han contribuido a generar opinión pública, han conformado la agenda mediática, son medios que históricamente han operado en su región de origen. Estos periódicos son ampliamente conocidos en su zona de influencia, representan liderazgo y cuentan con una amplia trayectoria en el ámbito informativo. En su versión impresa, cuentan con amplio contenido de información general, mejor calidad de impresión en su formato y mayor número de páginas. Otro referente es que estos periódicos aparecen en los listados de la Secretaría de Gobernación, en la que se da a conocer el Padrón de Medios Impresos (<http://pnmi.segob.gob.mx/>) y en otros sitios como Prensa Escrita

(<http://www.prensaescrita.com/>) y Abyz News Links  
(<http://www.abyznewslinks.com/mexices.htm>).

En el segundo rubro, es decir, los medios informativos que surgieron por la emergencia digital y que operan únicamente en línea, -mismos que iniciamos su búsqueda utilizando la dirección electrónica de *Google*-, quedó integrado por Monitor Sur y Chiapas Paralelo. El criterio para elegirlos fue su dinamismo en sus plataformas digitales y una mayor interacción e interactividad con los usuarios. Este criterio se midió mediante la observación en sus interfaces y por el consumo informativo de los propios periodistas en las redes sociales. Observamos que ambos medios usan constantemente las redes sociales para difundir y multiplicar su mensaje. En el caso de Monitor Sur, envía a sus seguidores diariamente la información actualizada (texto y audio) por el mensajero de *WhatsApp* y vía *Facebook*, y si alguna noticia cobra relevancia sube la información de forma inmediata. Mientras que en el caso de Chiapas Paralelo, es que las noticias, por día, oscilan entre mil 500, dos mil y 20 mil, y si algún tema tiene más impacto o cobra relevancia, estos se multiplican, tal como ha sucedido con algunos temas mediante videos que interesan a la sociedad, que en pocas horas han obtenido alrededor de tres millones y medio de visitas. Asimismo, Chiapas Paralelo es un medio que ofrece un tratamiento informativo más alejado de la información oficial, es decir, no reproducen los esquemas que aplican los medios tradicionales, por lo que han logrado mantener un criterio informativo y conseguir el reconocimiento de sus seguidores. En el análisis de contenido que llevamos a cabo en su plataforma digital, observamos que en su agenda sobresalen, principalmente, temas sobre migrantes, de indígenas, violaciones a los derechos humanos y de género, muy distinta a la temática de los demás medios. Además, es el

único periódico en línea que aparece en las estadísticas de tráfico de Alexa.com, una empresa encuestadora que mide el rango del sitio web.

Consideramos que analizar las interfaces entre ambas modalidades de periodismo nos revelaría importantes descubrimientos sobre las formas de comunicación emergentes en la sociedad red, porque como dice Scolari (2008:254) “las interfaces no son dóciles instrumentos en las manos de los usuarios sino complejos dispositivos y semióticos donde se negocia el significado de las interacciones”.

A propósito del término usuario, Alejandro Rost (2006) realiza una distinción de las acepciones de la palabra lector en el entorno cibernético. De esta forma, asevera que si pensamos en las múltiples interacciones entre individuos que permiten los nuevos medios y, puntualmente, el periódico digital, (lector- periodistas, lector-lectores, lector-lector, lector protagonista de la actualidad) podemos hablar de un flujo multidireccional de mensajes. Por lo que los términos para referirse a estos individuos varían: **comunicantes** (Bretz, 1983; Rafaeli, 1988, en Rost, 2006), **usuarios** (Rice, 1984; Rogers; 1986: Holtz-Bonneau, 1986; Durlak, 1987, Heeter, 1989; Vittadini, 1995; Hansen, Jankowski y Etienne, 1996; Jensen, 1998; Pérez Luque, 1998; Boggio, 2001, en Rost, 2006), **lectores-usuarios** (Canga Larequi y otros 2000, en Rost, 2006), **ciberlectores** (De Pablos, 2003, en Rost, 2006), **interactores** (López, López y Bolaños, 2003, en Rost, 2006) y también **lectores** (Schultz, 1999; Cabrera, 2000; Armentia Vizueté y otros, 2000).

Nosotros nos referimos a esta persona-individuo como usuario, ya que alude a una mayor interacción en la red digital, por lo que puede sostener una comunicación bidireccional en estos nuevos medios interactivos.

De igual forma, se procedió a realizar una lista de los sujetos de estudio que fueron entrevistados para recoger sus opiniones sobre la gestión, producción y comunicación del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez. En el siguiente cuadro aparecen los ciberperiodistas que laboran tanto en periódicos impresos que cuentan con versión en línea y los que trabajan únicamente en los periódicos con plataforma digital. La selección se llevó a cabo de acuerdo con los criterios de actualización y profesionalización del periodista, que estuvieran activos en los periódicos *online*, es decir que fueran ciberperiodistas. Otro criterio fue que tuvieran como mínimo tres años de trabajar en un medio electrónico. En algunos casos, son periodistas con más de 20 años experiencia, docentes e investigadores, por lo que su conocimiento nos aportó datos para nuestra investigación.

### 3.6. Ciberperiodistas entrevistados

Medios que realizan ciberperiodismo	Código de informante
Chiapas Paralelo	P01
Chiapas Paralelo	P02
Chiapas Paralelo	P03
Chiapas Paralelo	P04
Monitor Sur	P05
Noticias, Voz e Imagen de Chiapas	P06
Vía Libre	P07
Cuarto Poder	P08
Diario de Chiapas	P09

Chiapas Paralelo	P10
------------------	-----

Tabla 3 Ciberperiodistas entrevistados.  
Fuente: elaboración propia.

### 3.7. Categorías de análisis

Para analizar el ciberperiodismo que se realiza en la región de Tuxtla Gutiérrez y, profundizar en los cambios tanto de las prácticas y rutinas del periodista como en los modos de producción de la noticia, establecimos los siguientes rubros: gestión de la información, producción de la información y consumo de la información. En cada una de estos grandes pilares se incluyeron categorías y subcategorías que fueron estudiadas mediante un análisis de contenido.

A continuación, apoyándonos en los trabajos de Manuel Castells sobre la Era de la Información y Sociedad Red, además de teorías como Hipermediaciones, Elementos de una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva, de Carlos Scolari presentamos una tabla que creamos y en la que se especifica, por rubros, categorías y subcategorías, el análisis de la información que previamente hemos venido trabajando.

Rubros	Categorías	Subcategorías
Gestión de la información	-El periodista como gestor de la información y contenidos -El perfil del periodista digital -Rutinas de trabajo del periodista digital - Libertad en el trabajo	-Gestión de la información proveniente de internet -Prácticas periodísticas -Nuevas formas de comunicación -Localización de fuentes en la red Producción de información

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Construcción discursiva de la identidad</li> <li>-Recursos financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en tiempo real</li> <li>-Redacción de contenidos para la red</li> </ul>
Producción de la información	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Interactividad</li> <li>-Multimedialidad</li> <li>-Hipertextualidad</li> <li>-Temporalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Interacción con el receptor del mensaje</li> <li>-Nuevas formas de narrar la información</li> <li>-Adaptación tecnológica</li> <li>-Dinámica de flujos de información</li> <li>-Lectores-usuarios</li> <li>-Comunicación horizontal entre usuarios y fuentes</li> <li>-Reticularidad (muchos-a-muchos)</li> <li>-Tecnología digital</li> <li>-Nulo espacio geográfico</li> </ul>
Consumo de la información	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Consumo del periodista en la era digital</li> <li>-Consumo del periodista como capital cultural</li> <li>-Consumo simbólico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dimensión interactiva del consumo digital</li> <li>-El consumo de la información local y global</li> <li>-Consumidor de los medios digitales y páginas web</li> </ul>

Tabla 4 Rubros, categorías y subcategorías de análisis.

Fuente: elaboración propia.

### 3.7.1. Gestión de la información

Se refiere a los diferentes procesos por los que transita la información, en donde el ciberperiodista como gestor, recopila, procesa e interpreta los datos. En palabras de Santiago Tejedor (2006:190) el ciberperiodista “gestiona grandes cantidades de información”.

Siguiendo a Castells, en la teoría sobre la Sociedad Red refiere que ésta se organiza en torno al espacio de flujos, formado por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación a través de las cuales circulan e interactúan flujos de información, y en el caso de la gestión informativa “se basan en flujos de información procesados por las tecnologías de la comunicación entre diferentes lugares” (Castells, 2012:62).

**1. El periodista como gestor de la información:**

Ante el exceso de información y la generación de datos en la red, el periodista tiene que recopilar, cuantificar, procesar, verificar, confirmar, contrastar y acreditar la información antes de publicar. El profesional de la información en este nuevo ámbito tecnológico deberá tener conocimiento sobre las bases de datos, utilizar herramientas y aplicaciones desarrolladas para el proceso comunicativo, además de convertirse en un gestor de la información en la sociedad global en red.

**2. El perfil del periodista digital:**

Actualmente el perfil del periodista digital ha cambiado drásticamente, en comparación con el periodista que producía notas sólo para un medio impreso, hoy, necesitan dominar las novedosas y cambiantes herramientas para internet y la web, conocer bien las redes sociales, saber estructurar y organizar la información, además de interactuar a través de los distintos

flujos de comunicación. Para Quim Gil (1999), el periodista digital es un profesional que dedica sus esfuerzos a la identificación de fuentes, la extracción de información, el procesamiento de contenidos y su publicación, además de destinar una buena parte de sus energías interactuando con sus "lectores".

### 3. Rutinas de trabajo del periodista digital:

En el periodismo digital existe una transformación radical en las rutinas del periodista, que van desde un cambio y modificación de las tecnologías, una socialización y retroalimentación con sus fuentes de información y usuarios, hasta la labor informativa que puede realizarlo desde diversos lugares y en distintos tiempos, pues tal como sucedió con otras tecnologías, el Internet modificó las prácticas, el tiempo y el espacio.

#### **3.7.2. Producción de la información**

Comprende el uso y la aplicación de las herramientas digitales para crear productos propios de la red con nuevos formatos y nuevos lenguajes periodísticos. El estilo de la redacción y el discurso del ciberperiodismo también se presentan de una manera totalmente diferente a las utilizadas en el medio impreso. La interactividad, multimedialidad, hipertextualidad y temporalidad, son características que deben tomarse en cuenta a la hora de producir la información.

##### 1. Interactividad:

Díaz Noci y Meso Ayerdi (2000:108) definen la interactividad en los nuevos medios electrónicos como “la capacidad que tiene el usuario de “preguntar” al sistema, y sentar así las bases para recuperar la información de la forma deseada. Se trata de que el emisor no envíe un

mensaje unidireccional, sin capacidad de respuesta, en donde el receptor sólo tiene capacidad de aceptar o no”. *Facebook, Twitter, Instagram*, son redes sociales que permiten a los usuarios generar contenidos e interactuar. *Youtube*, es una página web que ofrece servicio de almacenamiento de videos; brinda la posibilidad de subir archivos multimedia.

## 2. Multimedialidad:

Se refiere al uso del audio, video, animaciones, fotogalerías, es decir, combina el texto, imagen y sonido. Los audios, son archivos de sonido que contienen información y son reproducidos en los distintos dispositivos móviles. El video, es un archivo de una grabación con imágenes en movimiento. La fotogalería es una sección que está integrada por imágenes fotográficas en movimiento y de actualidad informativa

## 3. Temporalidad:

En los cibermedios se actualiza la información de manera permanente, contrario al medio impreso, en donde la periodicidad se establece cada 24 horas. Hoy, muchos de estos cibermedios incorporan la hora exacta en la que difunden el mensaje, misma que se coloca al inicio de la primera línea del texto de la nota. En otros casos, cuentan con una sección que denominan Minuto a Minuto, en la que presentan las noticias de información general, tal como lo indica el nombre de su sección, minuto a minuto o de manera inmediata, o bien utilizan las redes sociales para transmitir en tiempo real, conforme van sucediendo los hechos.

## 4. Hipertextualidad:

Es la forma en que las noticias a través de enlaces, están conectadas con otras informaciones del mismo medio u otros sitios web. Las noticias presentan titulares con enlaces que se incrustan hacia el texto completo de la nota.

### **3.7.3. Consumo de la información**

Scolari (2008) indica que en el consumo hipermediático cambian los procesos de producción, cambian las textualidades; el Diario, añade, ya no se lee como hace dos o tres décadas; la propagación y divulgación de la información a través de distintos canales de difusión se consume de forma diferente. Coincidimos con esta opinión, pues creemos que como dice Castells (2011:28) existe “un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más un lenguaje digital universal (...) está integrando globalmente palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolos a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos”.

En este contexto, el periodista como mediador y difusor de los mensajes hacia un público heterogéneo, se vuelve, en su práctica diaria, consumidor de la información, de las noticias y de los nuevos códigos de comunicación, en una palabra, crea un capital cultural que le permita interactuar en una región vivida (Bataillon,1993), o desde la perspectiva de Bourdieu (1999) en un espacio social y espacio simbólico, en donde ocupa una posición privilegiada al momento de interactuar con los usuarios y compartir sus prácticas culturales y periodísticas, pues son parte, según Bourdieu de una estructura de posiciones diferenciadas. El *habitus*, dice este autor, expresa la posición social en la cual se han construido las estructuras, y para efectos de la construcción de la región del ciberperiodismo representa la historia, la

percepción, las experiencias, los pensamientos y las prácticas individuales y colectivas de los agentes (periodistas) que se manifiestan en una nueva estructura social, asociada y transformada por las innovaciones tecnológicas. “El *habitus* es a la vez un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas” (Bourdieu, 1996:132).

### 1. Consumo del periodista en la era digital

Se refiere a un consumo digital como fenómeno social, característico de la sociedad de la información en donde los periodistas usan la digitalización para presentar sus productos. En opinión de Nicholas Negroponte (1995) vivimos en un mundo que se ha vuelto digital y para poder apreciar las ventajas y consecuencias de “ser digital”, lo mejor es reflexionar la diferencia entre bits y átomos, expresa.

### 2. Consumo del periodista como capital cultural

Este tipo de consumo alude a la práctica del periodista en tanto información, formación y conocimiento requerido para informar con un sentido de responsabilidad social, entendida como la realización de un periodismo que contextualice los hechos y profundice en los espacios de debate y de crítica abierta a la diversidad de opiniones.

### 3. Consumo simbólico en la comunicación digital

“El poder simbólico es un poder de hacer cosas con palabras” (Bourdieu 1996:141), y en el ámbito del periodismo, la comunicación, expresión e interpretación muchas cosas se

significan, se simbolizan, se producen y reproducen con palabras para contar con una percepción social del mundo del cual formamos parte.

Las luchas simbólicas a propósito de la percepción del mundo social pueden tomar dos formas diferentes. En el aspecto objetivo, se puede actuar por acciones de representaciones, individuales o colectivas, destinadas a hacer ver y hacer valer ciertas realidades (...). Por el lado subjetivo, se puede actuar tratando de cambiar las categorías de percepción y de apreciación del mundo social, las estructuras cognitivas y evaluativas (Bourdieu, 1996:137).

### **3.8. Tabla de análisis de contenido cuantitativo del cibermedio y flujo comunicacional de una plataforma digital**

Finalmente, y para llevar a cabo el análisis de contenido, conformamos una matriz con los elementos adecuados a observar en los cibermedios seleccionados. Esta tabla, se construyó a partir de cinco dimensiones fundamentales: Organización general de la estructura, arquitectura de la información, diseño periodístico, contenido informativo y recursos digitales.

Para la conformación de la matriz es oportuno señalar la aportación del libro *Ciberperiodismo: Métodos de Investigación. Una aproximación Multidisciplinar en Perspectiva Comparada* (2007), de los autores Marcos Palacios y Javier Díaz Noci, quienes exponen de manera concisa las diferentes metodologías y técnicas de estudio desde las que se han observado y analizado el ciberperiodismo, entre ellas el Análisis de Contenido. Este texto subraya que las primeras investigaciones sobre ciberperiodismo se realizaron principalmente a través del uso de metodologías cuantitativas, sin embargo, luego de los primeros años de la irrupción de Internet aparecieron investigaciones que abordaron los cambios que producen la

profesión periodística, desde una perspectiva cualitativa. Tal es el caso de esta tesis doctoral que analiza su objeto de estudio desde un enfoque cualitativo. De igual forma, hemos tomado en cuenta las propuestas de Crovi et al. (2006) quienes llevaron a cabo, en la Ciudad de México, un profundo análisis sobre los periódicos digitales a partir de su estructura.

<b>Organización general de la estructura</b>	<b>Arquitectura de la información</b>	<b>Diseño periodístico</b>	<b>Contenido informativo</b>	<b>Recursos digitales</b>
-Imagen, sonido, colores. -Usos de los recursos propios de la red -Organización de la información (secciones)	-Usabilidad -Accesibilidad -Motores de búsqueda - Navegabilidad	-Elementos visuales, no tipográficos (Fotografías fijas o en movimiento, cartones, historietas, dibujos, ilustraciones, tanto en blanco y negro como a color,	-Notas periodísticas informativas, reportajes, crónicas, artículos, columnas -Navegación o personalización de los contenidos informativos.	-Los recursos hipertextuales -Interactividad Recursos de interacción y comunicación (Facebook, Twitter, Instagram Youtube, chats, formato para comentarios en notas Multimedialidad

		<p>esquemas, dibujos, imágenes en movimiento, con sonido o audiovisuales que reúnen en un solo soporte, lo auditivo y lo visual).</p> <p>-Tipografías con diferentes tamaños o tipos de letras que destacan o diferencian las noticias.</p> <p>-Uso del color sobre las informaciones</p> <p>-Infografía.</p>		<p>(fotografías, video, audio</p> <p>-Fotogalería, uso de gráficos</p> <p>-Hipertextualidad (enlaces a notas, conexiones, hipervínculos)</p> <p>-Sección Minuto a Minuto o de Últimas Noticias</p> <p>-Hora de publicación de la información</p> <p>-Frecuencia de actualización (reorganización de la portada o home page)</p>
--	--	---	--	---

Tabla 5 Tabla de análisis de contenido cuantitativo del cibermedio y flujo comunicacional de una plataforma digital.

Fuente: Adaptado del libro Periodismo Digital en México de Covi, Toussaint y Tovar (2006).

## **CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADO**

Este capítulo, explora a través de un análisis de contenido, la forma y los elementos con los que se compone un cibermedio, se trata de examinar cómo el ciberperiodismo está gestionando, produciendo, creando y publicando la información que se desarrolla en esta nueva etapa de la comunicación multimedia, para tal efecto, se seleccionaron dos medios impresos, con presencia en la red, y dos periódicos únicamente con versión en internet (nativos digitales). Es importante mencionar, que las distintas portadas de las páginas de inicio fueron tomadas de diferentes formas a fin de ampliar la explicación sobre la transformación de los formatos digitales. En este apartado, también conoceremos los resultados de la investigación a partir de la interpretación del análisis de las entrevistas, la cual se generó mediante las categorías de gestión, producción y consumo de la información que previamente

se establecieron en el capítulo uno, en donde se construyó y articuló la región cibernética, así como en el capítulo dos, dedicado a la metodología.

#### 4.1. Análisis de contenido

Mediante una matriz que previamente se conformó con base en las categorías: organización general de la estructura, arquitectura de la información, diseño de la información, contenido informativo y recursos digitales, se procedió a la revisión pormenorizada de las páginas electrónicas que resultaron seleccionadas de acuerdo con los criterios mencionados en el capítulo sobre la metodología. Las páginas de inicio o “*home page*” contienen los elementos que se consideraron más apropiados para su observación.

Resulta importante destacar que para el análisis de contenido se tomó como referencia las tipologías de cibermedios propuestas por Palacios y Díaz Noci (2007), mismas que están integradas en las siguientes líneas:

a) Tipologías centradas en modelos de comunicación
b) Tipologías centradas en los elementos que conforman los cibermedios
c) Tipologías centradas en el objeto o finalidad de los cibermedios.

Tabla 6 Tipologías de cibermedios.  
Fuente: Palacios y Díaz Noci (2007:19).

**Periódico digital Cuarto poder**

*Cuarto Poder Anúnciate* Tel: 961 61 1 40 13

**Twitter:** **Cuarto Poder @CuartoPoderMX**  
Arriban más de 4 mil elementos de PF a Chiapas [cuartopoder.mx/arribanmasde4m...](http://cuartopoder.mx/arribanmasde4m...)

Me gusta 0 Follow @cuartopodermx 11.4K followers



**CHIAPAS**  
Arriban más de 4 mil elementos de PF a Chiapas  
Junio 10

**CHIAPAS**  
Peso de autos podría fracturar zona de riesgo  
Junio 10

**CHIAPAS**  
Despiden a 28 empleados del Cabildo  
Junio 10



**CHIAPAS**  
**Falsos Parachicos marchan**  
Junio 10 | Por: Noé Xicotencalt / Cp.  
Respecto de la marcha anunciada con participación de Parachicos, el mayordomo ordenó respetar la ind...

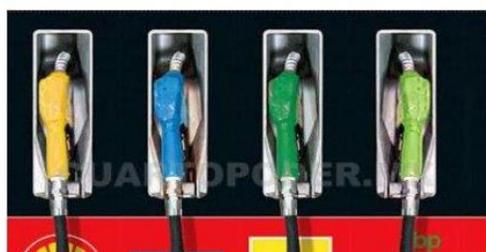
**Tu marca podría estar aquí**

anúnciate en [cuartopoder.com.mx](http://cuartopoder.com.mx)  
**Cuarto Poder | publicidad**  
chiapaneca

Noticias al momento Últimos videos

- 08:02 p.m. Leones Negros da golpe de autoridad
- 08:02 p.m. Cosecha de oros en Panamericano
- 07:42 p.m. Cambio de TV y horario de juego
- 07:42 p.m. Campeones de Liga Elite en Comitán
- 07:42 p.m. ZEE chiapaneca no está preparada: economista
- 07:42 p.m. Realizan primera expo electromecánica en Chiapas

Ver todas las notas.



**CHIAPAS**  
**Listas gasolineras para competir con Pemex**  
Junio 10 | Por: ...

**CHIAPAS**  
**Realizan cuadrillas de mantenimiento**  
Junio 10

**NACIONAL**  
**Estados deben devolver 10 mmdp**  
Junio 10

**NACIONAL**  
**Obama anuncia apoyo a Clinton**  
Junio 10

Figura 7 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca.  
Fuente: Elaboración propia.

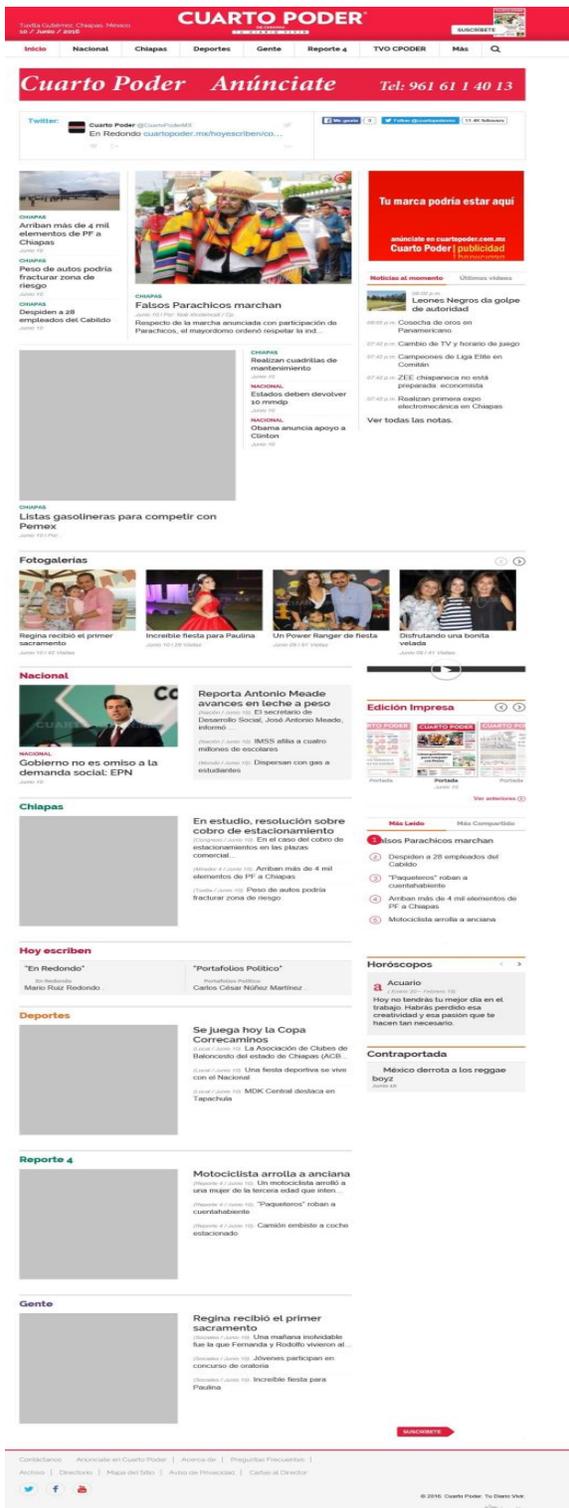


Figura 8 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso).

Fuente: Elaboración propia.

## Organización general de la estructura

Este cibermedio presenta una estructura general, muy similar a su versión impresa, una cabecera horizontal que destaca el nombre del periódico en fondo rojo y letras en color blanco, acompañado de su slogan, a la izquierda de la pantalla se lee el lugar de edición y la fecha. Al otro extremo derecho presenta en un tamaño muy pequeño, la imagen del periódico con la leyenda SUSCRÍBETE, invitando al usuario a ser suscriptor del medio. La diferencia es que al ser un periódico digital despliega un menú con las secciones que integra el contenido del medio, entre ellas, la sección Nacional, Chiapas, Deporte, Gente, Reporte 4, y más. Estas secciones son las mismas que conforman el periódico impreso, excepto TVO poder y un motor de búsqueda en el cual los usuarios pueden ingresar y buscar una nota de su interés o bien una fecha específica del periódico. Al hacer click en cada una de estas secciones, el puntero cambia las letras de color negras a rojas y abre un submenú, que indica cada una de las categorías que integran las secciones, enlazándolas hacia el interior del cibermedio. Le antecede un banners publicitario, más chico que la cabecera horizontal, con el mismo color rojo y letras grandes en color blanco, en el que se lee Cuarto Poder Anúnciate y el número de teléfono. Debajo de este banner, destaca el anuncio de que el Cuarto Poder está en la red social *Twitter* con su cuenta @CuartoPodermx, si el usuario coloca el puntero lo enlaza a una nota. Al lado derecho, también se observa el logotipo de *Facebook*, en donde el visitante le puede dar *like* o me gusta, el logotipo de *Twitter* que indica seguir a Cuarto Poder, además de una cifra que destaca el número de seguidores que ha alcanzado este medio. Enseguida se observa que la página inicia con un bloque informativo, dividido en tres columnas.

En cada columna destacan las fotografías en diferentes tamaños, la nota principal lleva la fotografía más grande, en esta fotografía principal se observa botones para avanzar y retroceder, conduce al usuario a más fotografías, que acompañan la información respectiva. El uso de la fotografía es fijo. En cada inicio de noticia, se destaca el nombre de la sección, seguido del titular de la nota, la fecha y el nombre del reportero, el titular sirve de enlace a cada noticia.

El contenido del cibermedio se conforma por fotografías que destacan, principalmente, la sección de sociales. En la página se observa el uso del video, en la versión del día 13 de junio de 2016, aparecen solamente dos videos. En esta página también sobresale la leyenda, “Hoy escriben”, en referencia a quienes escriben uno de los géneros del periodismo: La columna. Contiene también los horóscopos, en general se muestran las secciones descritas al inicio. Estas secciones no tienen un orden, se observa primero la sección Nacional, seguida de la sección Chiapas, nuevamente la sección Nacional. También se destacan las secciones de Noticias al Momento y Últimos Videos.

En este cibermedio no se identifica espacios dedicados a la publicidad, tal como ocurre con la versión impresa. La propuesta de este cibermedio en cuanto al diseño es de fondo blanco, letras en color negro y enlaces en rojo. La jerarquización de la información está determinada por el tamaño de la fotografía. Cuenta con los servicios que ofrece la agencia Notimex, (Noticias de México) por lo que también incluye información proveniente de este despacho y no sólo de sus reporteros.

## **Arquitectura de la información**

La arquitectura de la información hace referencia al diseño, la organización del contenido de la información, la navegación en el interfaz, personalización de los contenidos informativos, la funcionalidad del sitio, acceso, facilidad y sistemas de búsquedas para ayudar al usuario a encontrar los textos de manera clara y sencilla sin perderse ante la abundancia de la información. Las herramientas y recursos digitales que ofrece el periódico Cuarto Poder están distribuidos de una manera adecuada, el diseño empleado permite navegar con facilidad por la interfaz gráfica y permite al usuario el acceso rápido.

Los elementos del contenido periodístico como los titulares, las fotos, los videos, así como la coherencia y sencillez en el empleo de la tipografía, están distribuidos de forma que al usuario le permite navegar y encontrar el tema de su interés.

## **Diseño periodístico**

En lo que respecta a la categoría del diseño periodístico, el cibermedio Cuarto Poder presentan fotografías fijas, las cuales están distribuidas en las distintas columnas y en distintos tamaños, no cuenta con cartones, historietas, dibujos e ilustraciones. Respecto a la tipografía maneja principalmente dos tamaños, una en el titular y otra más pequeña en el cuerpo de la noticia. El uso del color sobre las informaciones sólo lo utiliza al puntear cada titular. Tampoco incluye ningún gráfico, dibujos, ni infografías.

## **Contenido informativo (géneros periodísticos)**

Básicamente el género predominante en el periódico digital Cuarto Poder, es la Nota informativa, la Columna informativa, fuera de ellas no se observa el reportaje, el editorial o el artículo. No obstante, que, con la llegada de estos nuevos medios y formas, existe una clasificación de Géneros ciberperiodísticos denominada Dialógicos en el que se incluye el chat, la entrevista en línea, interacción con personalidades, interacción entre usuarios y encuesta, tampoco se nota esta última clasificación. La interacción entre usuarios se observa más en las redes sociales.

## **Recursos digitales**

La principal característica de los medios en internet es la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y la frecuencia de actualización. En cuanto a los recursos multimedia el Cuarto Poder hace uso de las fotogalerías y videos, incluye una sección denominada “Últimos Videos” clasificados por fechas, aquí se encuentran bloques informativos, entrevistas y videos relacionados con el deporte.

Este cibermedio incluye en su página de inicio TVo Cuarto Poder, un noticiero que informa de las noticias del día. Aunque su slogan dice “noticias al momento” no resulta ser así ya que se transmite en horario de 9:00 a 10:00 horas, cada 24 horas. Los hipertextos mantienen enlaces hacia otros contenidos informativos del cibermedio. Respecto a la frecuencia de actualización, sigue con el esquema de la periodicidad, tal como se presentaba en el medio

impreso, ya que la actualización se realiza cada 24 horas. No obstante, que esta nueva forma de comunicación permite la actualización constante, conforme se presentan los hechos en tiempo real. Presenta una sección que se llama “Noticias al Momento”, aunque la actualización también se da cada 24 horas o más. No cuenta con la hora de publicación en cada nota. En cuanto a la característica de la interactividad, este cibermedio presenta diversas herramientas de interactividad, al término de cada nota el usuario tiene la oportunidad de comentar la noticia. También puede compartirlas, ya que el medio cuenta con distintas redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, correo electrónico, *Periscope* y *Google+*. Existe un bloque informativo de las noticias más relevantes, mismas que se pueden ver en el canal de video *Youtube*.

**Periódico digital Diario de Chiapas**

Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso).

**Diario de Chiapas** La verdad impresa

**Dtv** Entrevistas, reportajes, notas y más

Transmisión en vivo

INICIO EDITORIAL PORTADA METRÓPOLI REGIÓN LA ROJA DEPORTES BOGA A&E OPINIÓN

ULTIMA HORA

PORTADA

**Entregan ayuda a familias damnificadas**  
 Gobernador Manuel Velasco entregó donación de ayuda humanitaria para población afectada por fenómenos naturales Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.- Desde las .....

**Entregan ayuda a familias damnificadas**  
 Gobernador Manuel Velasco entregó donación de ayuda humanitaria para población afectada por fenómenos naturales Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.- Desde las .....

**METRÓPOLI**

**Pactan acuerdo para Geoparque**  
 10 junio, 2016  
 Daniel Aguilar/ Diario de Chiapas El pleno del Senado de la República dio a conocer un punto de acuerdo en .....

**LA ROJA**

**¡Hallan a hondureño ahorcado en celda del INM!**  
 10 junio, 2016  
 \*\*El inmigrante se colgó con una sábana, unas horas antes de ser repatriado. Ada Iveth Morales Comitán.- En una celda .....

**EDITORIAL**

**Editorial. viernes 10 de junio del 2016**  
 10 junio, 2016  
 EDITORIAL DESCUENTOS Y BAJAS EN EL MAGISTERIO, IMPACTARA EN LA ECONOMIA REGIONAL DE CHIAPAS. Ya lo señaló en alguna ocasión .....

Entregan ayuda a familias damnificadas

FALSO RETÉN

Basta de contaminar ríos: Melgar

México avanza a siguiente ronda

Incrementó tasa de crédito hipotecario

Figura 9 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 10 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso)  
**Organización general de la estructura:** Elaboración propia.

Este cibermedio presenta una estructura amplia, profunda y general. En la cabecera horizontal destaca el nombre del periódico en letras grandes de color blanco y fondo azul. En letras chicas y también en color blanco, ubicado en la parte superior del nombre, aparece la leyenda “La verdad impresa”. En la misma cabecera, abajo del nombre se puede leer la frase transmisión en vivo, junto a ésta, a la derecha, se observan los íconos de las redes sociales *Facebook*, *Twitter* y *Flicker*, el usuario puede acceder a cada una de estas redes y enterarse de las noticias más relevantes. En el caso de *Flicker* es una página dedicada al almacenamiento de fotografías, y en este caso, mantiene la sección de sociales Boga. A la izquierda hay un recuadro donde publicita su programa Diario TV, con entrevistas, reportajes y más. Debajo de los íconos de las redes sociales, también de color azul, pero más claro, incluye un cintillo con el menú en el que se da a conocer todas las secciones que integra el periódico, las cuales están distribuidas en toda la página del cibermedio. Estas secciones son las mismas que incluye en su versión impresa. Después de toda esta información, también en letras blancas y fondo azul, se leen las palabras “última hora”, y debajo de ésta se observa una fotogalería en movimiento con diversas fotografías, acompañadas de un pie de foto que dan a conocer los temas sobresalientes o bien de última hora.

Conforme el usuario avanza en la pantalla con la barra de desplazamiento, se encuentra con la palabra portada y enseguida en un espacio que abarca dos de tres columnas se visualizan fotografías en movimiento, las cuales son reforzadas con el titular de la noticia que conduce al texto completo. Estas notas, por su posición y tamaño figuran como la noticia principal y de mayor importancia, lo que para el medio impreso es la nota a ocho columnas

El usuario con un click a cada uno de estos titulares puede tener acceso a los enlaces que desee, es decir a la hipertextualidad. En la cuarta parte de la página, al lado derecho, en forma de lista, están colocadas cinco fotografías de menor dimensión, insertadas en un recuadro blanco, al lado de estas pequeñas fotografías están colocados cada uno de los titulares, que también con un sólo click, el usuario puede tener acceso al contenido de la noticia. Enseguida, de arriba hacia abajo, la página se divide en tres columnas, cada columna se encuentra con el título de Metropoli, la Roja y Editorial, con letras blancas y fondo azul claro, azul oscuro y rojo. En cada una de estas secciones, primero es colocado el titular de la nota, también letras azules, seguido de una fotografía, y debajo de ésta, la fecha, el mes y el año, además la firma de quien escribe la información, así como la fuente de donde proviene.

Existe una sección que nombran editorial sólo se especifica el día, la fecha, el mes y el año, aquí se destaca una fotografía de quien emite la opinión. Debajo de la fotografía se muestra nuevamente la fecha y el año del editorial, así como el título que lleva la misma, seguido por el texto. A lo largo de toda la página del cibermedio se observan titulares y más imágenes fijas. También destaca la sección de opinión en la que se enumera los títulos de uno de los géneros del periodismo: La columna. Debajo de esta sección, en su tercera columna, está dedicada a promover los servicios que brinda el medio en su edición online, así como una columna de anuncios clasificados. También promueve su noticiario de televisión “Chiapas a Diario” que es transmitido por este mismo portal de lunes a viernes de 2:00 p.m. a 3:00 p.m., de igual forma, se encuentra una sección denominada “Tu aviso” que invita al lector a enviar su anuncio el cual será publicado de forma gratuita. Se encuentra una sección de *Twitter* donde se dan a conocer algunos de los tweets enviados por el medio, lo mismo ocurre con la cuenta

de *Facebook*. Casi al final de la página del cibermedio hay un espacio denominado “edición digital” en donde nuevamente es dedicado a promover la versión impresa del medio o bien “Tu aviso”, anuncios clasificados. Continúa con un espacio que se denomina “Diario TV” en el que los videos que se transmiten por este medio también son colgados en la red social *Youtube*. Continúa con la sección “Boga” y más abajo un espacio para promover, nuevamente su versión impresa, en donde a través de un botón pueden verse todas las ediciones con sus ediciones por fechas. Concluye con un aviso, en fondo negro y el logotipo del medio que promueve su marca, la empresa editorial y algunas áreas de comercialización y publicidad en donde el usuario puede contactarlos. No cuenta con ningún banner. Mantiene un servicio de cámaras en donde el ciudadano puede ver y enterarse del tráfico en la ciudad. Este medio, realiza un buen uso de la convergencia multimedia (texto, audio y video).

### **Arquitectura de la información**

En cuanto a la arquitectura de la información, el diseño de la página web contiene una gran cantidad de elementos como fotografías fijas y en movimiento, colores y diversas tipografías. La organización de la información está dividida a tres columnas. La navegación del interfaz o personalización de los contenidos informativos, es funcional, por lo que el usuario encuentra la información de manera clara y sencilla sin perderse ante la abundancia de la información. El contenido informativo y los distintos elementos y recursos que ofrece el periódico Diario de Chiapas están distribuidos de una manera adecuada, el diseño empleado permite navegar con facilidad por la interfaz gráfica y permite al usuario el acceso rápido. Este cibermedio no cuenta con motor de búsqueda, lo que si ofrece al usuario es una galería de

periódicos que promueve de su versión impresa, las cuales con unos botones el lector puede avanzar y retroceder y buscar la noticia de su interés.

Los elementos del contenido periodístico como los titulares, las fotos, los videos, así como la coherencia y sencillez en el empleo de la tipografía, están distribuidos de forma que al usuario le permite navegar por el tema de su interés.

### **Diseño periodístico**

En lo que respecta a la categoría del diseño periodístico, el Diario de Chiapas presenta fotografías fijas y en movimiento, las cuales están distribuidas en las distintas columnas y en distintos tamaños, no cuenta con cartones, historietas, dibujos e ilustraciones. Respecto a la tipografía utiliza principalmente dos tamaños, una en el titular y otra más pequeña en el cuerpo de la noticia. Para destacar las informaciones utiliza principalmente los colores azules, blancos y negros.

### **Contenido informativo (Géneros periodísticos)**

Básicamente el género predominante en el periódico Diario de Chiapas, es la Nota Informativa. También cuenta con los géneros periodísticos la Columna y el Editorial. El Reportaje se observa por su canal de televisión.

### **Recursos digitales**

La principal característica de los medios en Internet es la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y la frecuencia de actualización. Este medio cuenta con estos recursos técnicos, cuenta con texto y video, principalmente. Utiliza la fotogalería en

movimiento. Cuenta con un programa de noticias llamado “Chiapas a Diario” que transmite de lunes a viernes en horario de 2:00 a 3:00 pm. Los hipertextos mantienen enlaces hacia otros contenidos informativos del mismo cibermedio, más no enlaces externos que pudieran permitir ver otras informaciones de otros medios o portales.

Respecto a la frecuencia de actualización, este cibermedio sigue con el esquema de la periodicidad, tal como se presentaba en el medio impreso, ya que la actualización se realiza cada 24 horas. Al hacer el análisis de este cibermedio, de fecha 18 de junio de 2016, notamos que en su página de inicio se encontraban dos notas con las mismas fotografías, titulares y cuerpo del texto, de un día anterior, es decir, con fechas de 17 de junio de 2016.

Lo mismo ocurrió el día 19 de junio, apareció una nota (roja) del día 18 de junio. No obstante, que el ciberperiodismo permite actualizar la información conforme se presentan los hechos o en tiempo real, esto no ocurre. En cuanto a la característica de la interactividad, este cibermedio presenta diversas herramientas de interactividad, al término de cada nota el usuario tiene la oportunidad de comentar la noticia. También puede compartirlas, ya que el medio cuenta con distintas redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, y *Google+*, y correo electrónico. Tiene un servicio de suscripción de las noticias.

## Periódico digital Chiapas Paralelo

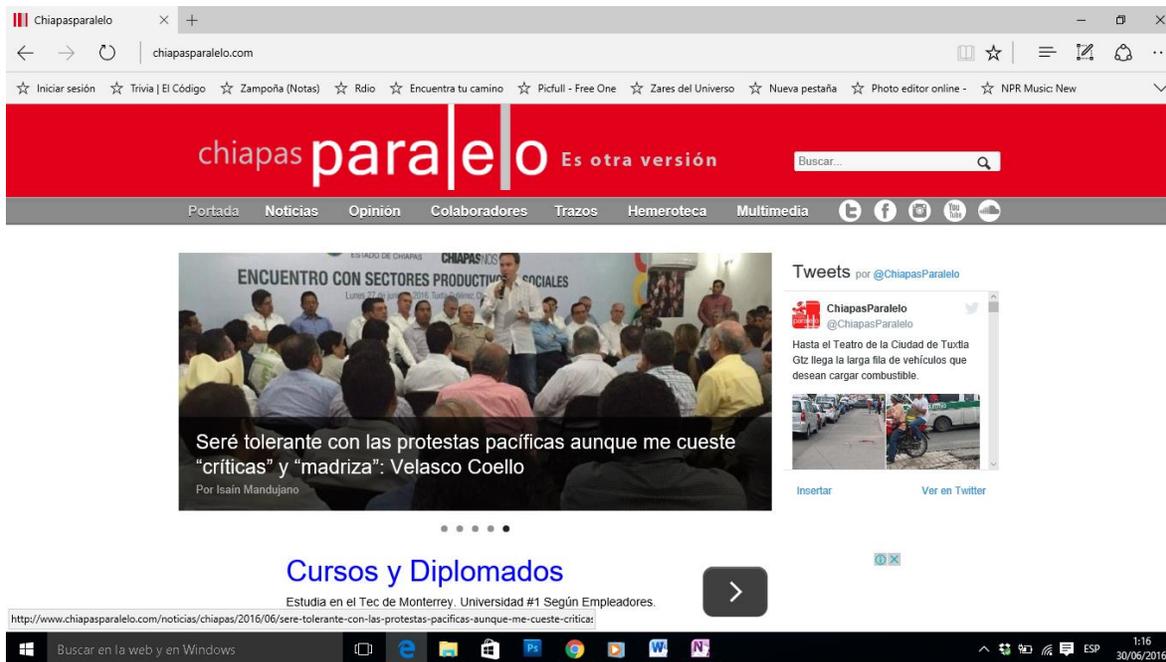


Figura 11 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca.  
Fuente: Elaboración propia.

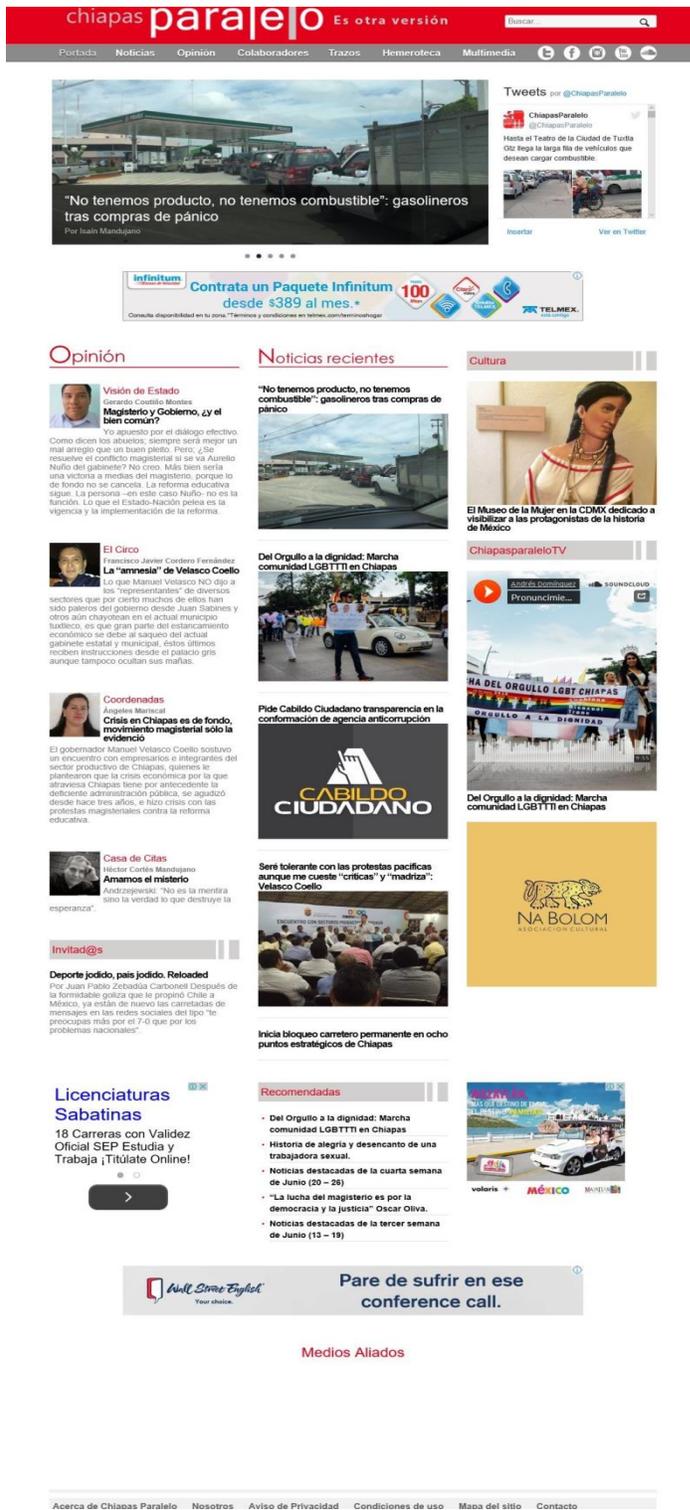


Figura 12 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso).  
Fuente: Elaboración propia.

## Organización general de la estructura

De forma general, la estructura que presenta este cibermedio es muy sencilla. A igual que sus antecesores, en su página inicial destaca el nombre del periódico en letras grandes de color blanco y fondo rojo, diferenciando su slogan en color gris y letras chicas. A la izquierda se observa un motor de búsqueda en el cual el usuario puede ingresar palabras claves y encontrar las noticias destacadas de las ediciones anteriores. Inmediatamente se aprecia un menú que muestra los nombres de las secciones con las que se compone el periódico. En la misma línea sobre el lado izquierdo, se encuentran los íconos de *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* y *Soundcloud*, con sólo hacer un click el usuario puede enlazarse a estas redes sociales e interactuar con el medio.

En su portada, incluye fotografías en movimiento que ocupan dos columnas de las tres con las que está dividido el cibermedio; estas imágenes son las representaciones de las noticias del día, cada una de ellas presenta un titular que enlaza al texto completo de la noticia, cada una de estas noticias están firmadas por el reportero. A lado izquierda hay un espacio dedicado a los tweets que genera el periódico. Debajo de las fotografías en movimiento hay un banner publicitario.

Posteriormente, el cibermedio se divide claramente en tres columnas. En la primera inicia con la sección denominada Opinión, en la que se encuentra uno de los géneros del periodismo denominado Columna. Destaca el nombre de la Columna Informativa, el nombre del responsable de la opinión, junto a su foto, y el nombre del tema del cual escribe, así como la fotografía de quien escribe, al final de todas estas opiniones se muestra un pequeño anuncio

publicitario de los que promueve *Google*, de la misma forma, en la segunda columna; se encuentran las noticias más recientes, en esa misma columna incluye un apartado que nombra Recomendadas, las cuales va enumerando en forma de lista, con sus titulares que al hacer click lleva al texto completo. En la tercera columna se encuentra una pequeña sección dedicada a la cultura. Una publicidad institucional y una comercial. Al finalizar estas tres columnas nuevamente se encuentra un banners publicitarios. Casi al concluir la página del cibermedio nombra a los Medios Aliados, en el que publicita los logotipos de otros proyectos noticiosos con el que mantienen una relación de colaboración.

### **Arquitectura de la información**

En cuanto a la arquitectura de la información, el diseño de la página web es muy fácil de navegar, contiene poca información y elementos como colores y tipografías que no saturan la vista. El diseño de la organización de la información es claro, de fácil acceso, por lo que el usuario encuentra la información de manera sencilla sin perderse ante la abundancia informativa. El contenido informativo y los distintos elementos y recursos que ofrece están distribuidos de una manera adecuada. Este cibermedio cuenta con un motor de búsqueda, lo que permite al usuario buscar la noticia de su interés.

### **Diseño periodístico**

En lo que respecta a la categoría del diseño periodístico, el cibermedio Chiapas Paralelo presenta fotografías fijas y en movimiento, Las fotografías destacan en tamaño de acuerdo a la importancia de la noticia. No cuenta con cartones, historietas, dibujos e

ilustraciones. Utiliza principalmente dos tamaños de tipografía una en el titular y otra más pequeña en el cuerpo de la noticia.

### **Contenido informativo (géneros periodísticos)**

Básicamente el género predominante en este medio digital es la nota informativa y la columna de opinión.

### **Recursos digitales**

Este cibermedio cuenta con multimedia, ya que algunas notas lo acompañan de video e incluye *Potcasts*, (archivo en video). Maneja hipertextos, la gran mayoría de sus notas, contiene enlaces. Es interactivo, al final de cada nota incluye una entrada para comentarios que le permite la retroalimentación con el usuario, al igual las redes sociales en donde interactúa con el público.

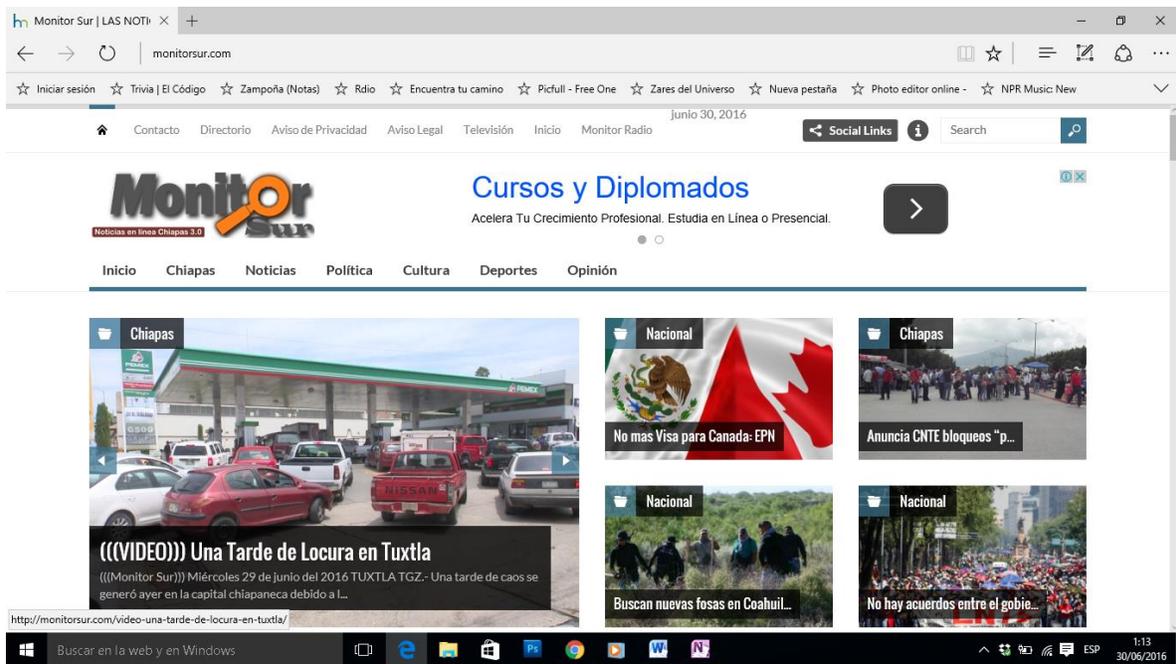


Figura 13 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido de cerca.  
Fuente: Elaboración propia.

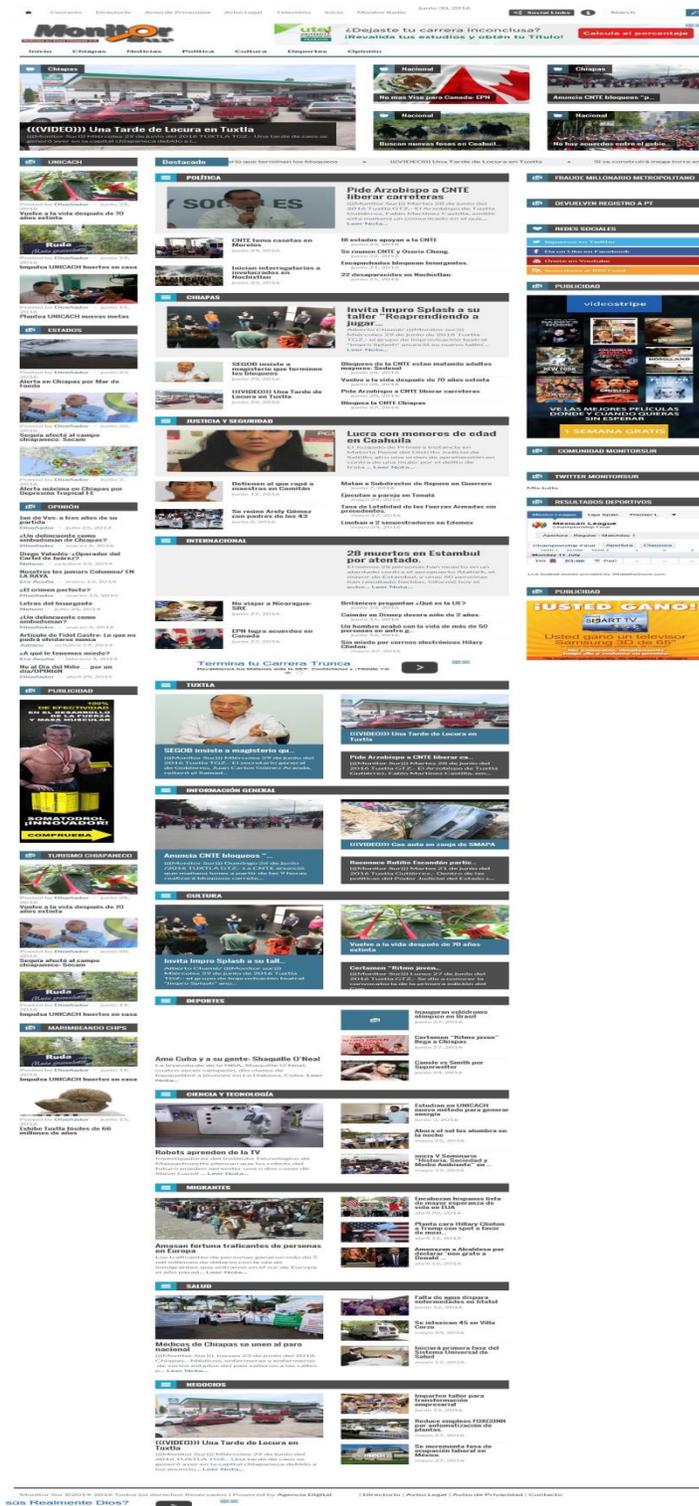


Figura 14 Imagen del cibermedio para analizar su forma y contenido a profundidad (extenso).  
Fuente: Elaboración propia.

## **Organización general de la estructura**

Este cibermedio presenta una cabecera horizontal e inicia con la fecha, enseguida y también en forma horizontal y en letras muy chicas da a conocer diversas categorías como Contacto, Directorio, Aviso de Privacidad, Aviso Legal, Televisión, Inicio, Monitor Radio. A la derecha coloca un logotipo de Social Links, en el que el usuario con un sólo click puede desplegarlo y encontrar las redes sociales para compartir cualquier contenido que desee. Al lado de este logotipo se encuentra un motor de búsqueda, en el que también puede acceder para buscar notas publicada en ediciones anteriores. Debajo de esta línea, a la izquierda se encuentra el logotipo que exhibe su nombre; este nombre es muy chico, no destaca como marca. Al lado, a la izquierda hay un banner publicitario, debajo de éstos se aprecia el menú con las secciones que integran al periódico, también con letras muy pequeña que destacan poco. Este menú es desplegable y el usuario puede acceder a través de él a cada sección de su preferencia.

La página del cibermedio está dividida, inicialmente, en tres columnas y las tres cuartas partes la divide en cuatro columnas. En la primera columna y a la derecha destacan fotografías en movimiento, que están acompañadas del titular y de una entradilla de dos líneas de texto, que con un click se enlaza a la información completa, es una esquina de la misma fotografía, en una sola palabra se describe a que sección corresponde la noticia. Por el tamaño de la fotografía se deduce que es la nota o notas principales del medio. A lo largo de todo el periódico mantiene la misma estructura, fotografías y titulares de diferentes tamaños. En la página del cibermedio también se encuentran videos con audios, imágenes y textos de las

noticias. En estos videos se encuentra la aplicación de Facebook que con un sólo click, el usuario puede tener acceso a esta red social.

### **Arquitectura de la información**

El diseño y la organización de la información, está dividido por dos, tres o cuatro columnas, lo que resulta complicado navegar por la interfaz ya que se encuentra cargado de fotografías, textos, audios y colores. El contenido informativo y los distintos elementos y recursos que ofrece el periódico Monitor Sur no están distribuidos de una manera adecuada.

Los elementos del contenido periodístico como los titulares, las fotos, los videos, así como el empleo de la tipografía están distribuidos de forma que al usuario le puede resultar complejo navegar y encontrar el tema de su interés.

### **Diseño periodístico**

En lo que respecta a la categoría del diseño periodístico, este cibermedio presenta fotografías en movimiento y fijas, las cuales están distribuidas en las distintas columnas y en distintos tamaños, no cuenta con cartones, historietas, dibujos e ilustraciones. Respecto a la tipografía utiliza principalmente dos tamaños, una en el titular y otra más pequeña en el cuerpo de la noticia, utiliza los colores, azul, negro y gris.

### **Contenido informativo (Géneros periodísticos)**

El género predominante en el periódico Monitor Sur es la Nota Informativa y en el género de opinión destaca la Columna Informativa. No se observa el Reportaje, la Editorial o el Artículo.

## **Recursos digitales**

La principal característica de los medios en internet es la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y la frecuencia de actualización. En cuanto a los recursos multimedia Monitor Sur, hace uso de videos y audio, así como de las fotografías en movimiento. Incluye una pantalla en movimiento en donde da a conocer una sección que se llama Destacado, que con titulares muy pequeños da a conocer las noticias destacadas. También cuenta con diversas redes sociales entre ellas, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*. Sus principales noticias también son enviadas al mensajero de *WhatsApp*. Este cibermedio utiliza continuamente las redes sociales, principalmente *Facebook* para difundir sus principales noticias.

### **4.2. Del medio escrito al medio digital**

Indiscutiblemente, como lo hemos venido relatando el paso del medio escrito al digital representó una de las mediamorfosis más notables que se observó en los medios de comunicación a nivel internacional, nacional y regional, en cuanto a sus rutinas de trabajo, la inmediatez de la información, la producción, la distribución, el acceso y las dinámicas de los usuarios con los periodistas. Así, los procesos de la información está determinados por la virtualidad que generan nuevos flujos, el espacio de los flujos es verdaderamente la forma espacial dominante en la sociedad red, dice Castells (2011). Sin embargo, nuestra opinión es

que si bien los medios nacieron digitales y con una nueva dinámica informativa, esta se ha dado paulatinamente, debido a la emergencia, al desconocimiento, a lo novedoso de las herramientas tecnológicas. En este sentido, las distintas redacciones y los periodistas no supieron cómo enfrentar la emergencia, pues esta nueva forma de hacer periodismo los tomó por sorpresa, al menos durante el desarrollo de esta investigación fue lo que pudimos ver y leer. Precisamente, observamos en el análisis de contenido que los formatos digitales siguieron el mismo modelo que el periódico impreso, la misma estructura dos, tres o cuatro columnas, los titulares y el texto continúan grandes (cinco mil, ocho mil o 10 mil caracteres), cuando estos deben de ser más cortos y breves, la actualización de la información que debe ser permanente, tampoco se cumple, en el ciberperiodismo regional. Lo anterior no es privativo de la región de Tuxtla Gutiérrez, esto sucedió a nivel internacional y nacional con los periódicos más representativos de cada lugar, quienes poco a poco emigraron al espacio digital y se fueron adaptando con las herramientas digitales, desde luego lo económico tuvo mucho que ver en los distintos cambios que se produjeron en el periodismo clásico como consecuencia del periodismo cibernético, pues trastocó la vida de los ciudadanos al acercar la comunicación entre unos y muchos. Esperemos que pronto como sucedió con medios de otros países y regiones, el ciberperiodismo local se transforme y podamos contar con un periodismo digital con sus características, como la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y temporalidad. Porque por ahora, insistimos, el avance ha sido paulatino.

#### **4.3. Interpretación de los datos del análisis de contenido y presentación de los resultados**

El propósito general de nuestra investigación se enfocó empírica, teórica y metodológicamente a analizar cómo gestiona, produce y consume el ciberperiodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez, por ello, tras elaborar las categorías **Organización general de la estructura, Arquitectura de la Información, Diseño periodístico, Contenido informativo y Recursos digitales** analizamos el contenido de los cuatros medios seleccionados. Así, advertimos que desde que nació el periodismo digital local imprimió nuevas directrices que rápidamente se hicieron evidentes al transcurrir el tiempo. En esta dinámica, los periódicos comprendieron que debían participar en este nuevo entorno tecnológico y cada uno, y poco a poco se fueron perfilando hacia la red. Luego de analizar la información descubrimos que se encuentran en un proceso de aprendizaje, de conocimiento y experimentación sobre cómo o cuál debe ser el verdadero discurso del periodismo digital o ciberperiodismo.

En este análisis nos avocamos, principalmente, a describir cómo ha cambiado la forma de organizar el producto informativo en estos nuevos medios, en una pantalla, en una interfaz que por la abundancia de texto, extensión y profundidad de sus páginas de inicio, inferimos que puede resultar molesto para el usuario, ya que uno de los fines de la red es que la información debe de ser concisa y clara para poder procesarla, tal como lo resume Rost (2006:142) quien señala que los estudios existentes muestran a un lector de periódicos digitales que:

- Es muy inquieto
- Quiere leer poco texto y en forma concisa
- Desarrolla técnicas para buscar que le interesa

- Le gusta hacer clic a través de diferentes pantallas antes que buscar la información más abajo en la misma página
- Suele estar inmerso en una situación de múltiples estímulos mientras lee noticias (lo que dificulta una lectura reposada)
- Usualmente desarrolla distintas actividades paralelas mientras accede al periódico digital.

De igual forma, para realizar el análisis de contenido nos apoyamos, en gran parte **1).** **En las tipologías centradas en las acciones de los cibermedios**, que de acuerdo con López García *et al.* (2005) en Palacios y Díaz Noci (2007) se refiere al nivel de dinamismo de los medios en línea que alude al grado de aprovechamiento y posibilidades que ofrece el soporte en línea como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad, y la frecuencia de actualización. En nuestro análisis encontramos que de manera paulatina, los medios han ido incorporando estas características a sus portales. **2).** **En las tipologías centradas en modelos de comunicación**, podemos destacar que la principal función de los cibermedios es la transmisión de contenidos informativos a través de un proceso de comunicación e “intercambio entre usuarios dentro de un modelo participativo” (Scolari, 2008:110). Los datos empíricos obtenidos, nos habla de las relaciones, hibridaciones y socializaciones que lleva a cabo el ciperperiodismo en la región de Tuxtla Gutierrez, en palabras de Scolari (2008: 114) es *el proceso de hipermediación*: “El nuevo ecosistema comunicacional re-configura en muchos aspectos los procesos de intercambio simbólico”. **3).** **En las tipologías centradas en los elementos que conforman los cibermedios** se refiere a facilitar a los usuarios servicios

periodísticos y de contenido de su interés como hemerotecas, buscador de contenidos, versión para imprimir, servicios meteorológicos, envíos correos, *WhatsApp*, “es la referida a contenidos intangibles, tangibles, de servicios y de infomediación” (Palacios y Díaz Noci, 2007: 22). En el análisis de contenido que realizamos distinguimos que Monitor Sur cuenta con el envío de información a sus lectores por el mensajero de *WhatsApp*. Por último, nos apoyamos 4). **En las tipologías centradas en el objeto o finalidad de los cibermedios.** Que de acuerdo con Palacios y Díaz Noci implica clasificar los cibermedios dependiendo de para qué se han desarrollado o elaborado. En el caso concreto de los cuatros medios analizados, su finalidad es informativa. En síntesis, los cibermedios son espacios que contienen información y servicios dentro de una red hiperconectada, y donde el usuario con una conexión a Internet puede acceder a ella y estar informado de forma inmediata de los hechos de interés público. Los diarios analizados en este trabajo son [www.cuartopoder.com](http://www.cuartopoder.com) y [www.diariodechiapas.com](http://www.diariodechiapas.com) ambos tienen su origen en el medio impreso y son referentes en la región de Tuxtla Gutiérrez, tal como se describió en el capítulo de metodología. Mientras que los cibermedios [www.paralelochiapas.com](http://www.paralelochiapas.com) y [www.monitorsur.com](http://www.monitorsur.com) son nativos digitales y en su corta trayectoria, según los datos recogidos en el trabajo de campo, buscan una identidad con sus lectores con quienes mantienen interacción.

### **Categoría: Organización general de la estructura**

Una de las preguntas que guió nuestra investigación fue la siguiente: ¿Cuáles son los periódicos en Tuxtla Gutiérrez: a)? Los que se imprimen en formato impreso y tienen plataforma digital. b). Los que operan exclusivamente en un entorno digital. Sobre este punto, tras identificar primeramente los periódicos y proceder al análisis, nos encontramos que la

organización general de la estructura, guarda gran parecido o dependencia con la forma del diario en papel, no en los recursos multimedia, ni en la interactividad que hoy tienen, sino en su formato. Por ejemplo, la portada del impreso, la nota principal destaca por su tamaño y relevancia de la noticia o del protagonista, -esta normalmente suele ser la del gobernante en turno, en gran medida porque siguen dependiendo de los convenios publicitarios provenientes del gobierno-. Esta misma información, la pudimos apreciar en sus páginas digitales. De igual forma, la fotografía siempre está acompañada de un pie de foto. En algunos casos se nota claramente el volcado de la información del papel al digital. De hecho, en muchos casos se deduce que es digital por estar en la web y por el menú desplegable, por donde el usuario puede acceder a las secciones de su preferencia. Los periódicos nativos digitales siguen el mismo patrón en cuanto a la organización general de la estructura, sin embargo, sin dejar la parte oficial, brindan espacios a otros actores sociales, esto es, tienen un enfoque menos oficialista en el tratamiento de la información.

### **Categoría: Arquitectura de la Información**

El concepto “arquitectura de la información”, creado por Richard Wurman en 1962 en su libro *Arquitectos de la Información*, ha ido evolucionando hasta adaptarse a Internet, señala Serrano Tellería. Lo anterior es “referido al diseño de la organización, etiquetado, navegación y sistemas de búsqueda para ayudar a la gente a encontrar y gestionar información más adecuadamente. Detrás de cada uno de estos sistemas, hay mucho más de lo que el ojo no ve” (Rosenfeld y Morville, 1998, en Serrano Tellería, 2010:116). Respecto a la Arquitectura de la información una de las cosas que percibimos al realizar el trabajo de campo, es que los cuatro periódicos analizados: <http://www.diariodechiapas.com>, <http://www.diariodechiapas.com>,

<http://www.chiapasparalelo.com> <http://monitorsur.com>, aún cuando descubrimos que no cuentan con todos los recursos propios de la Red, ni los recursos económicos y humanos, y no obstante a la gran cantidad de datos que mantienen una arquitectura de la información aceptable. Al navegar por estos medios accedimos a las herramientas y objetos digitales de manera sencilla. Así, las formas y modos de operación en sus interfaces gráficas, paulatinamente, han introducido elementos que permitan un mejor desplazamiento por las páginas. Resulta pertinente aclarar que en los periódicos digitales de la región de Tuxtla Gutiérrez, por las redacciones tan pequeñas, no existe la figura del “Arquitecto de la Información”, más bien este trabajo lo realiza un Diseñador Gráfico o bien personal de Informática, un “asesor externo”, y en algunos casos, hasta los mismos periodistas, tal como se menciona en el apartado del análisis de las entrevistas. El Arquitecto de la Información “es quien especifica la misión y la visión del sitio web, haciendo un balance de las necesidades de promoción de la organización y las necesidades de sus audiencias; determina el contenido y funcionalidad del mismo, especifica como los usuarios encontrarán la información definiendo su organización, navegabilidad, etiquetado y sistemas de búsqueda, y por último planifica como el sitio se adaptará a los cambios y al crecimiento a lo largo del tiempo Rosenfeld y Morville, 1998, (en Serrano Tellería, 2010: 118,119). Estos mismos autores destacan la relevancia de la arquitectura de la información a la hora de crear un sitio web, pero criticaron cómo aún muchos equipos de desarrollo siguen sin entender la importancia “de hacer el trabajo bien”.

**Categoría: Diseño periodístico**

Debido al auge de las tecnologías, los medios en la región de Tuxtla Gutiérrez, deducimos que se han visto obligados a incorporar nuevas herramientas y novedosos diseños a sus páginas. Por tal motivo, a casi diez años, pero con mayor fuerza en los últimos cinco, los periódicos en línea continúan realizando cambios en sus presentaciones visuales para ofrecer a los usuarios un producto más atractivo que responda a las necesidades informativas y de estructura visual.

Al respecto, cerca de finalizar la tesis doctoral, (17 de noviembre de 2016) notamos que tanto el periódico [www.cuartopoder.com](http://www.cuartopoder.com) y el [www.diariodechiapas.com](http://www.diariodechiapas.com) realizaron nuevas propuestas de diseño o rediseño de sus páginas de inicio, quizá para brindar a sus lectores una multiplataforma más atrayente, a propósito de esta inferencia lo nuevos formatos digitales tienen características particulares y nuevas reglas en sus diseños para responder a una distribución eficaz de los contenidos y gráficos “Y es en ese punto donde el diseño, en los periódicos digitales, realiza su verdadero aporte. La presentación visual y el uso de recursos gráficos como vía de acceso rápido se convierten en factores decisivos a la hora de proferir un medio digital” García, Viviana, (2012:78), y añade, “en la medida en que la oferta periodística aumentó, la necesidad de contar con una estructura visual y un concepto de diseño propio fue fundamental para una edición digital”. Es así dice Rost (2006:206,207) como “se puede advertir que los medios tradicionales han ido rompiendo con la linealidad en el discurso (...). Poco a poco los diarios fueron introduciendo elementos gráficos e icónicos, nuevas tipografías y pautas del diseño en general que fueron resignificando el espacio discursivo y rompiendo con esta linealidad expositiva”.

Lo que es evidente, es que aun cuando el diseño (forma, colores, tipografías) ha mejorado, la maquetación, en los cuatros medios analizados, es utilizada de la misma forma que en el formato en papel, es decir, dividen el contenido informativo, en tres columnas. El periódico Monitor Sur, utiliza no tres, sino cuatro columnas, que desde nuestro punto de vista hace que se vea más cargado de texto, y esto contrapone lo dicho por los investigadores de la comunicación digital en el sentido de que “la pantalla parpadeante de la computadora es un medio hostil, que exige un tremendo esfuerzo al ojo humano, mucho más de la que demanda el papel” (Rots, 2006: 137), en ese sentido, “rara vez, la gente lee páginas *web* palabra por palabra. En su lugar, lo que hacen es *escanear* la página, escogiendo palabra y oraciones individuales” (Jacob Nielsen, en Rots, 2006:138).

De este modo, los periódicos *online* enfrentan nuevos retos no sólo en mejorar la calidad de su contenido informativo, en la funcionalidad, sino en su diseño para atraer a más usuarios.

### **Categoría: Contenido informativo**

Según Rost (2006: 196) “las posibilidades de selección de contenidos refieren a la capacidad del medio para responder a los requerimientos del usuario y ofrecerle un menú de contenidos en que el lector pueda elegir” En este sentido, el supuesto en el que se basó nuestra investigación fue que la información y la comunicación en el Ciberperiodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez, se produce y gestiona con escasos recursos económicos y humanos, además las condiciones profesionales son insuficientes para el ejercicio de un nuevo periodismo que exige contenidos novedosos con recursos interactivos, en este contexto las posibilidades que

tienen los medios de ofrecer a sus usuarios una variedad de contenidos, requiere de recursos financieros para contar con una plantilla amplia de reporteros y a personal especializado en el manejo de las herramientas digitales. Al hacer la comparación entre los medios, muchos de ellos, el contenido informativo sigue basándose en los boletines que distribuyen las distintas fuentes oficiales.

### **Categoría: Recursos digitales**

De acuerdo con Rost, (2006: 206) “el hipertexto es la principal herramienta que tienen los nuevos medios para crear opciones interactivas de selección, sin embargo, los medios tradicionales también ofrecen cierto grado de interactividad selectiva que se ha ido incrementando en los últimos años”.

“La interactividad selectiva alude a las posibilidades de control que tiene el usuario sobre el mismo proceso de difusión de los contenidos. En qué medida puede el usuario elegir el ritmo y la secuencia de la comunicación. De esta forma el lector construye su propio camino de lectura, arma su propia linealidad en la exposición del medio” (Rost, 2006:205).

Coincidimos con el autor ya que el hipertexto apoya al usuario a recorrer el periódico digital de una forma multidireccional a través de enlaces, esto hace que durante la lectura no se pierda. Con el periódico impreso el lector leía a través de una secuencia lineal.

En relación al uso del hipertexto, propiamente en los periódicos analizados, lo que pudimos ver es que solamente enlazan los contenidos publicados dentro del mismo medio, pero no a otras páginas externas. No obstante que la Red les brinda la posibilidad de que a través de diferentes *links* o enlaces puedan vincularse con otros medios, esto no sucede. Lo

que si se observa es el uso constante que hacen a través de las redes sociales, lo que les ofrece mayores posibilidades interactivas con los usuarios y una mayor difusión de sus contenidos informativos. Esto resulta de gran importancia para el medio y el periodista, ya que interaccionan y socializan con frecuencia con los cibernautas. El uso de más herramientas digitales, les proporciona un mayor grado de interactividad con el usuario.

La multimedia es otro rasgo de la comunicación digital, y también como la pudimos apreciar se encuentra en los cuatro periódicos analizados, en algunos caos de forma mínima y hasta rústica, pero ya están haciendo uso de recursos como el video, audio, fotogalerías y demás elementos propios del ciberperiodismo. En estos videos se encuentran diversas aplicaciones como *Facebook* que con un sólo click el usuario puede tener acceso a ellos.

Dentro de los objetivos específicos que incluimos en nuestra investigación fueron: Observar las prácticas periodísticas en el ciberperiodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez y analizar cómo ejercen los ciberperiodistas su labor ante un entorno digitalizado. De esta forma, y de acuerdo con las categorías teóricas que analizamos, desde los estudios de Manuel Castells, (2011) Carlos Scolari (2008) José Luis Orihuela (2002) entre otros teóricos. Las prácticas periodísticas -que nosotros las entendemos como las dinámicas y flujos informativos para gestionar, producir, recolectar, procesar y consumir la información, se están llevando a cabo, tímidamente, pero se están realizando, son procesos o actividades que los sujetos realizan en un contexto social determinado, o cómo dice Bourdieu es el *habitus* “que produce prácticas y representaciones (...) que están objetivamente diferenciadas; pero no son inmediatamente percibidas como tales más que por los agentes que poseen el código, los

esquemas necesarios clasificatorios necesarios para comprender su sentido social” (Bourdieu,1996:134).

En síntesis, el análisis de contenido nos permitió observar y comprender que el periodismo digital de la región de Tuxtla Gutiérrez ha cambiado en su forma, en algunos casos el formato se presenta más atractivos, otros carecen de diseño. Sin embargo, como puntualizamos líneas atrás, continúan rediseñando su imagen con el propósito de hacerlo más presentable y de lograr las tipologías que este nuevo formato exige. También es innegable el uso que hacen de las características del ciberperiodismo como la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y temporalidad, de forma tímida y rústica en ciertos casos, pero la realidad es que la están implementando. En cuanto al contenido de la información, básicamente la materia prima sigue siendo la noticia, es decir, el texto, acompañado de la fotografía, no suelen utilizar los demás géneros periodísticos como el reportaje, la crónica u otros géneros que requieren de más tiempo, espacio y de un trabajo especializado, ya que el ciberperiodismo exige brevedad y textos cortos.

#### **4.4. Análisis de las prácticas periodísticas**

Una vez que hemos analizado, a través de la técnica del análisis de contenido, la organización general de la estructura, arquitectura de la información, diseño periodístico, contenido informativo y recursos digitales en los cibermedios, llevamos a cabo el análisis de las prácticas periodísticas, en donde los profesionales del periodismo y la comunicación narraron sus experiencias vividas en este contexto de convergencia digital. Por tal motivo, dividimos este apartado en tres puntos fundamentales: **Gestión, Producción y Consumo** de la

información, lo que nos permitió a través de los fragmentos de sus testimonios poder reflexionar y comprender sobre el ejercicio del periodismo en estos nuevos medios y formatos.

## **1. Gestión de la información**

Uno de los grandes rubros a analizar como ya apuntamos, fue la gestión de la información del cual se desprendió las categorías gestor de la información y contenidos, perfil del periodista digital, rutinas de trabajo del periodista digital, libertad en el trabajo, construcción discursiva de la identidad, emergencia de un sujeto y recursos financieros.

-Gestor de la información y contenidos

Los periodistas que están asociados al trabajo en la red, argumentaron que gestionar la información que proviene de internet y para internet es una dinámica que ha cambiado radicalmente el proceso de producción y las prácticas periodísticas, ya que rompe con los esquemas naturales del periodismo tradicional; ahora “el profesional de la información utiliza instrumentos (software y hardware que le permiten producir y gestionar contenidos en diferentes soportes” (Scolari, 2008: 207). De esta forma, los reporteros no sólo elaboran la nota informativa para el periódico impreso, sino además crean productos informativos con imágenes, audios, animaciones y otros recursos propios del ciberespacio para otras plataformas. Escribir para la web y transmitir la noticia en vivo son nuevas formas de comunicación que definitivamente rompieron con la antigua distribución, producción y difusión de la noticia. En este contexto el P02 indicó que:

Si hay un nuevo proceso, se inició a partir del 2010. El ciberperiodismo, primero fue poner las páginas de los periódicos impresos en línea y eso inició en el 2000, en esa fecha

se empiezan a configurar nuevos elementos en Chiapas (...) a partir del 2001 empiezan en Tuxtla, pero me parece que tarda esto en gestarse y que los reporteros participen con las nuevas actividades del ciberperiodismo, me parece que es hacia el 2008, 2010 donde se da mayor interacción y rompe con los esquemas normales del reporte de la nota porque empiezan los reporteros no solo a trabajar la nota para el periódico, sino además empezar a subir ciertas notas que en un principio es un calco, es una actividad que así como lo hacían en el periódico impreso, así lo trasladaban a la red, no hay más que un traslado de los periódicos a la versión digital, no hay todavía esta configuración de diferentes espacios en la cual confluyen los multimedios todavía no. Los periódicos se dieron cuenta de esta situación y empezaron a encargar a los reporteros no sólo la nota informativa sino además fotos, una versión audiovisual y se empieza a crear, se rompen los esquemas naturales que teníamos sobre todo, distribución sobre todo en la información porque la producción me parece que sigue siendo básicamente la misma, pero cómo se está distribuyendo esa información empieza a cambiar y no sólo eso sino que además empiezan los reporteros a crear ciertos espacios (...). Hoy vemos que un reportero trabaja para su periódico, pero además tiene que laborar para una página propia, entonces si rompe con los esquemas que ya no son los mismos (P02, 2016).

#### -Perfil del periodista digital

Al analizar esta categoría, el periodista entrevistado indicó que para desarrollar un trabajo de calidad requieren de un perfil digital, por lo que resulta de gran importancia actualizarse día con día, dominar las herramientas tecnológicas, contar con presencia en las redes sociales y tener la habilidad para subir la información conforme ocurren los hechos. “El asunto es estar actualizado día con día, pero además es interactuar con las redes sociales, usar *YouTube, Soundcloud, Facebook, Twitter*, todas estas herramientas, además de saber tomar fotos y editar videos, audios. Tratar de estar subiendo material constantemente. Y subir la información al día, al momento. Yo creo que se crea una tarea que se llama *Community*

*Manager*, se crea un equipo para internet” (P01, 2016). En su opinión, las personas que realizan periodismo para la red deben estar a la vanguardia en el uso de técnicas y herramientas de la comunicación, toda vez que el proceso que se desarrolla en un medio electrónico, es muy diferente al que se realizaba hasta hace algunos años con el medio impreso.

Yo siento que soy de los periodistas que ha estado a la vanguardia, el periodista que no se actualiza, que no se pone a la vanguardia, que no aprende las nuevas herramientas de comunicación, se estanca y se queda atrás y vienen las nuevas generaciones y los superan. El reto de un periodista es estar al día, aprendiendo cosas nuevas, diferentes y en mi caso, me considero de estos tipos de periodistas. Considero que no me ha costado mucho porque además me gusta y me apasiona y cuando algo te gusta y te apasiona pues no te cuesta hacerlo. El reto es seguir capacitándose, si yo dejo de capacitarme y de leer eso y de interesarme en esto, me voy a estancar, y al rato no va a venir alguien como tú a entrevistarme, ya no voy a ser un referente, ya no voy a ser una persona que sepa de la materia. Si tu vienes acá ahorita es porque soy un periodista actualizado, capacitado (P01, 2016).

¿Cuál es el reto de todo periodista? Le preguntamos, y sin pensarlo respondió: Capacitarse, actualizarse, ese es el principal reto, te digo si dejo de interesar en este tema me estanco y muero periodísticamente

Sin embargo, creemos que el reto como ciberperiodistas, aparte de capacitarse, actualizarse, el reto también es evolucionar ya que la tendencia informativa será comunicar los hechos en tiempo real, mantener una interacción más activa con los usuarios, utilizar infografías y audiovisuales, incursionar en la producción de radio por internet, y desde luego, aprovechar todos los recursos que brinda la red, para responder de mejor manera las exigencias que plantea la comunicación digital. Tejedor Calvo (2006) nos recuerda que el rol

del periodista se amplía a distribuidor de informaciones y/o proveedor de contenidos, debido a que no se dedica de forma exclusiva a generar mensajes periodísticos, sino que también orienta a los usuarios sobre los recursos existentes en la red.

Tales planteamientos tienen que ver con lo dicho por Scolari cuando refiere que “en los medios de comunicación la digitalización está modificando el entorno laboral y los actores que ahí se desempeñan. Así, encontramos figuras que tienden a desaparecer (como el teletipista o el corrector), nuevos perfiles (como el gestor de contenidos o *media manager*) y profesiones que están siendo profundamente modificadas (como la del periodista)” (Scolari, 2008: 207). “Por otro lado, cada vez es más difícil encontrar un periodista que trabaje para un único medio. La palabra clave en este caso es *polivalencia*. Ya sea que se trate de grandes grupos multimedia o de pequeñas unidades productivas – por ejemplo una radio local con su web y semanario- El periodista debe de ser multiplataforma y polivalente, pues cada vez más se le exige el dominio de diferentes medios y lenguajes, a la vez que asume funciones que antes desempeñaban otros profesionales” (Scolari et al., 2006a, 2006b, 2007, en Scolari, 2008: 207) es decir, el periodista digital debe saber utilizar los instrumentos para la red, editar audio y video, entre otros elementos.

### **Podemos identificar varios niveles de polivalencia:**

<p><b><i>Polivalencia tecnológica:</i></b> El profesional de la información utiliza instrumentos (software y hardware) que le permiten producir y gestionar contenidos en diferentes soportes. Por ejemplo, el periodista domina al mismo tiempo aplicaciones de escritura, retoque fotográfico, edición no lineal de video o base de datos.</p>
--

***Polivalencia mediática:*** el profesional de la información diseña y produce contenidos en diferentes lenguajes /escrito, audio, gráfico, vídeo e interactivo). El periodista, después de cubrir un evento, prepara el texto para enviarlo a los medios impresos o en línea, graba una intervención radiofónica y edita el video para transmitir en televisión. Esta polivalencia exige competencias tecnológicas (conocimientos de los instrumentos técnicos) y semióticas (conocimientos de los lenguajes de los diferentes medios).

***Polivalencia temática:*** un mismo profesional de la información se ocupa de generar informaciones para las diferentes secciones del medio (deportes, política, cultura, etcétera).

Tabla 7 Diferentes niveles de polivalencia. Fuente: Scolari Carlos (2008:208)

El planteamiento que hace este teórico de la comunicación sobre los niveles de polivalencia, y de acuerdo con lo que se puede ver en los testimonios establecidos a partir de este flujo comunicacional y por las prácticas periodísticas, coinciden en el sentido de que cada vez es más difícil encontrar un periodista que trabaje para un único medio, así lo dio a conocer la (P07) “ yo soy reportera que esa es la base y muchas veces lo que yo hago es lo que también envío al otro medio donde trabajo junto con otros compañeros”, y agregó:

Utilizar video o audio tiene que ver con los recursos que tengas, porque te conviertes en un todólogo de tu medio, en Chiapas los medios de comunicación a través de internet que existen están conformados por un grupo pequeño de personas, unas tres o cuatro personas, 10 a lo mucho, cuando ya tienes suficientes recursos para hacerlo, entonces el tiempo como en todo te gana, si tú tienes la facilidad de presentar al público una noticia a través de multimedia como dices con video, audio y todo esto, requiere de tiempo para la edición como cualquier medio tradicional y muchas veces el reportero es el mismo que tiene que hacer esta edición, este proceso para poder presentarlo, yo creo que si es económico el factor (P07, 2016).

La P07 continúa explicando:

Lo que hacemos nosotros es que en la medida que podemos presentamos la información al momento o en tiempo real, cuando se puede, no va ser en tiempo real, pero si a los pocos minutos, lo que es una gran ventaja porque si hemos visto, por ejemplo hay un marcha que le interesa a muchas personas, por ejemplo ahorita que pasó el proceso electoral, esa marcha se sube a los 10 minutos o mientras se está realizando a los cinco o 10 minutos y si hay mucha gente que le interesa saber que está ocurriendo en ese momento en su ciudad y eso al día siguiente ya no funciona, ese tipo de información ya no la enviamos ni al periódico ni nada y tampoco se necesita ya de mucha información, texto, sino ya con el video y un pequeño párrafo dos a lo mucho ya es más que suficiente, también esta es otra de las características de los medios digitales y ya no es tanto, si sabes utilizar estas herramientas como los videos, los audios, creo que tiene que ser la forma en que presentas el texto creo que tiene que ser más breve, directo (P07, 2016).

Nuestra informante dijo que quienes están en estos medios digitales no es el único trabajo que tienen “precisamente muchos de nosotros buscamos ejercer el periodismo a través de las redes sociales también como un medio para subsistir, para apoyarnos económicamente, trabajando en lo que nos gusta y lo que sabemos hacer, porque ya no es suficiente nada más trabajar en un solo medio de comunicación”.

En síntesis, como indica Scolari, los diferentes niveles de polivalencia no se excluyen, al contrario, pueden combinarse entre sí. Un mismo periodista puede estar capacitado para producir informaciones para diferentes medios y, al mismo tiempo, generar contenidos para las secciones de política, cultura o sociedad. En otros ámbitos el periodista domina los diferentes medios y lenguajes, pero se especializa en un área temática (por ejemplo, deportes). Cabe destacar, que el periodista polivalente encuentra en los medios digitales en línea su entorno de trabajo natural. Allí, en un metamedio, tiende a remedar a todos los demás y puede sacar el máximo provecho de sus competencias multimedia, puntualiza el autor.

Sin embargo, en la región de Tuxtla Gutiérrez observamos el nacimiento incipiente del ciberperiodismo, en donde el profesional de la comunicación trabaja para un medio nativo digital que está iniciando, o bien para distintos medios y plataformas, en ocasiones de la misma empresa y con el mismo salario, lo que genera inconformidad y que no haya una exclusividad en la información. Como bien lo narra la entrevistada: “Yo conozco compañeros que al igual que nosotros tienen portales y son pequeños, igual por el número de personas que trabajan ahí, y les preguntas cómo es su estilo de vida, se duermen a las dos o tres de la mañana subiendo sus notas al portal porque eso lo hacen ellos mismos, por eso digo que está en pañales, está bien que se esté dando el paso” (P07, 2016).

#### -Rutinas de trabajo del periodista digital

Las rutinas del trabajo del periodista digital, en relación al periodismo tradicional se han modificado. Antes la práctica del periodista era, en el caso de los periodistas con fuentes asignadas, contar con su orden de trabajo, buscar su fuente informativa, recabar la información, redactarla y procesarla para su posterior difusión y distribución. Tras el trabajo de campo realizado, nuestra opinión es que las prácticas han cambiado mucho. Hoy vemos que hay periodistas que con un teléfono celular suben y comparten información, imágenes y videos, de este modo informan, se visibilizan y potencian su presencia en algunas redes sociales como *Facebook* y *Twitter*; existen grupos de reporteros que ya están utilizando herramientas muy novedosas como *Periscope* o *Facebook* que les permiten transmitir los hechos noticiosos en tiempo real, y desde cualquier parte del mundo. “Las rutinas de trabajo en el periodismo están cambiando notablemente con internet. En realidad, todo el proceso de

producción periodística se ha alterado en mayor o menor medida debido tanto a la existencia de nuevas tecnologías y plataformas como a que se están modificando las formas de consumo de noticias por parte de los usuarios” (Rost y Liuzzi, 2012:14).

En ese marco, dos de los entrevistados coincidieron con los autores citados al señalar que una nueva tecnología modifica las formas de consumo de las noticias, “una tecnología que nos ha sido de mucha utilidad y apoyo en el manejo de la información es el mensajero de *WhatsApp*, es un tráfico de información que hay por ahí y también la ciudadanía nos reporta mucho” explica la P04 y mientras el P02 nos expone “muchas veces por el *WhatsApp* se logran posicionar temas de la agenda ciudadana.

Tal fue el caso de las elecciones para presidente municipal en Tuxtla Gutiérrez, en donde el gran protagonista de las elecciones fue el *WhatsApp* porque el 92 por ciento de la gente tiene un teléfono celular inteligente, un Smartphone, a diferencia de Tuxtla al resto del estado normalmente la penetración de internet es el 10 por ciento, se habla hasta de un 20 por ciento, pero aquí en Tuxtla estamos hablando de casi el 50 por ciento de la gente que cuenta con internet, pero si nos vamos a los teléfonos celulares aunque no puedan entrar a internet se mandan mensajes a través de *WhatsApp* y a través de *WhatsApp* se movilizó mucho y se moviliza muchas de las cosas, *WhatsApp* no solo sirve para reírse, también sirve para posicionar temas de la agenda ciudadana (P02:2016).

(Castells, 2012:63) dice que “como las prácticas están conectadas en red, el espacio también lo está, puesto que las prácticas en red se basan en flujos de información procesados por tecnologías de la comunicación entre diferentes lugares”. Nosotros agregaríamos que el tiempo y el espacio en la sociedad red también cambió, hoy, quienes trabajan para un medio *online* no necesitan acudir al lugar físico para redactar o enviar su nota, con sólo contar con internet, una computadora o un teléfono inteligente pueden desarrollar dicha actividad. Son el

espacio de flujos y el tiempo atemporal que hacen posible una interacción asíncrona en el momento elegido a distancia, indica este mismo autor. Lo anterior, se relaciona por lo dicho con nuestra entrevistada

Mira en lo particular, por ejemplo, ahorita mi situación (...) se me complica salir, hay muchas cosas que yo resuelvo por teléfono, por chats o también hay dos cosas que te permite el periodismo para la web en el sentido de una cosa es reportear por la web y otra es comunicar por medio de la web, cuando está uno reportando para la web uno encuentra cosas, si tienes todo el contexto y encuentras un *Twitt* puedes encontrar cosas y te puede salir información de ahí (...). Yo por ejemplo saco mucha información de solicitudes de información, yo utilizo muchísimo las solicitudes de información (P04, 2016).

En este contexto, y como parte de las nuevas rutinas de trabajo del periodista digital, el P05 narró sus experiencias en los cambios que genera la inmediatez en la información: “Es obvio que la gente pues ahora no necesita esperar a que lleguen las diez de la noche para ver un noticiero y enterarse que está pasando en el mundo o sea tan fácil que puede ser comprar un celular descargar la aplicación de *Twitter*, *Facebook* lo que quieras cualquiera de las redes sociales que existen y enterarte de lo que está pasando y es muy sencillo y entonces quedamos nosotros rebasados con la inmediatez”, y continúa dando su testimonio:

La inmediatez para nosotros es algo que nos cayó así de inmediato. Ahora tienes que ser rápido (...) esto te facilita y te complica las cosas, claro, te facilita las cosas porque, por ejemplo, antes cuando tu ibas a cubrir una nota a Ocosingo, Tila, Yajalón que son 4, 5 o 6 horas de distancia, pues tenías que viajar 4, 5 o 6 horas, trabajar otras 2, 3 horas, regresar otras 4, 5 o 6 horas y te llevabas un día si tenías suerte en poder venir y transmitir una nota que a lo mejor en la pantalla duraba 20 segundos. Ahora no, tú vas a ese lugar que efectivamente te lleva 5 o 6 horas y te acercas a un lugar donde haya cobertura y ya se acabó, no tienes que venir corriendo como antes lo hacías (P05, 2016).

Los entrevistados agregaron otros factores de cambio en las rutinas del periodista digital como los nuevos formatos, el tiempo, el espacio, la actualización, la redacción de las notas son más breves y cortas.

Cambiar por completo, ahora yo digo que el reto que tenemos es obviamente, los formatos han cambiado mucho o sea antes hacías tremendos cinco mil, ocho mil, diez mil caracteres para llenar una plana que te pidiera la revista o en el periódico, pues ahora no, o sea las redacciones son muy cortas, salvo que hay una discusión entre si es corto o es largo, no sé, cada quien tiene su propia visión de las cosas, pero lo que si es cierto es que hay un nuevo formato, hay una nueva forma de poder abordar el periodismo, hay una nomenclatura nueva, pues estamos viviendo bajo nuevos estándares, bajo nuevos códigos de comunicación que son los que nosotros apenas como periodistas este, pues no sé si de la vieja guardia o de la última retaguardia del periodismo tradicional que nos estamos enfrentando, pues nos toca convivir la cola de una época del periodismo que se agotó que ya se agotó y nos toca vivir la nueva ola del periodismo digital, que nos viene a meter en otra dinámica, completamente diferente, entonces yo creo que nos cayó muy de golpe todo y para los que quedamos en medio de los dos fuegos o sea del fuego que se acabó y del fuego que inicia entonces es complicado porque no estas ni de uno ni del otro lado, claro te das cuenta en donde estas y ya luego te metes a la ola, pero lleva su tiempo entonces ahora pues este es un orgullo yo creo que para esa generación que nos tocó vivir la colita y la cabecita del otro pues no estaba en esto (P05, 2016).

Ante la pregunta, ¿cuál es el nuevo proceso en la comunicación digital y como consecuencia las rutinas periodísticas?, la (P07, 2016) respondió: “Yo creo que es un proceso de alguna forma complicado porque muchos, bueno para empezar la base del ciberperiodismo que se llama, es una herramienta tecnológica y muchas veces los periodistas no contamos con ellas o no sabemos utilizarlas del todo, creo que estamos en Chiapas en ese tránsito exactamente del periodismo tradicional, al periodismo a través de la internet”.

-Libertad en el trabajo

Al hablar sobre la categoría **libertad en el trabajo**, el P02 refirió que “los medios digitales te dan mayor libertad de prensa y menos posibilidades de control, no quiere decir que no se controle, pero hay menos posibilidades de control, entonces cuando hay ciertas necesidades de posicionar un tema de la ciudadanía, si es a través de los medios digitales”. Esta opinión coincide con lo dicho por Scolari (2008:208) cuando señala que “en la era digital prácticamente no existen dispositivos institucionales de control sobre la producción, distribución y uso del conocimiento”. De esta forma, nuestro informante expuso que la ciudadanía tiene más posibilidades de posicionar temas y ejemplificó el caso de Tuxtla Gutiérrez, en las elecciones del 19 de julio del 2015, en donde la jornada electoral se colocó en la agenda mediática de las redes digitales, esto está cambiando, expresó. “Además siempre la prensa en Chiapas la escrita, fue elitista, ha servido para que los políticos se manden mensajes entre ellos y creo que esto está permitiendo mayor apertura” (P02, 2016).

Nuestro entrevistado manifestó que antes para que una información subsistiera era porque le interesaba al político, ahora ya no:

“Me parece que por vez primera tienen la capacidad de mando, quizá no a través de un comentario que te va a hacer, pero si a la posibilidad de redistribución del mensaje, de compartir el mensaje, de trasladarlo de una red social a otra, entonces eso está cambiando, por vez primera vemos un lector más participativo y con mayores posibilidades de entrar a recursos más diversos que no los tenía antes y como periodista yo siento que nos sentimos obligados a no darle la espalda a esa gente” (P02, 2016).

Lo anterior, coincide con la teoría de Castells, quien sostiene que “efectivamente, estas redes horizontales posibilitan la aparición de lo que él llama “autocomunicación de masas”, que incrementa de forma decisiva la autonomía de los sujetos comunicantes respecto a las

empresas de comunicación en la medida en que los usuarios se convierten en emisores y receptores de mensajes” (Castells, 2012:25). Así, los profesionales de la comunicación continúan narrando su experiencias “hoy es inconcebible que subas un comentario de elogio a un político, tú lo subes y al rato te contestan 20 o sea el discurso de las redes sociales, es un discurso “salvaje” y eso hay que tener cuidado, el periodismo digital suele ser muy “salvaje” y poco digamos a elogiar a la gente a menos que sea un ciudadano, a los políticos no se les acepta, alguien publica una nota de elogio y 20 te dicen que eres un “chayotero”, entonces son otros momentos que se están viviendo (P02,2016).

En ciertos casos, explicaron que existen periodistas que trabajan para un periódico impreso, con su respectivo formato digital, al mismo tiempo que laboran para un medio exclusivamente en la red, sin embargo, en diversas ocasiones, al seleccionar la nota o la información consideran que ésta contraviene la línea editorial del medio impreso, por lo que toman la decisión de publicarla únicamente para el portal web. “Hay algunas notas que por su contenido o porque así lo hemos decidido nada más la trabajamos para Vía Libre, exclusivamente, algunas veces porque sabemos que no es información que van a publicar en los medios tradicionales y otras veces porque decidimos que sea nada más para el medio digital” (P02, 2016). Esto tiene que ver con lo que Castells (2012) escribe sobre el poder y contrapoder en la sociedad red:

Los procesos de construcción de poder deben contemplarse desde dos perspectivas: por un lado, pueden aplicar la dominación existente o adquirir posiciones estructurales de dominación; por otro lado; también hay procesos de resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o sobrerrepresentados en los programas y composición de las redes (...). Ambos procesos configuran en último término las

estructuras de poder mediante su interacción (...). Esto quiere decir que la resistencia al poder se efectúa mediante los dos mecanismos que constituyen el poder en la sociedad red: los programas de las redes y la conexión entre ellas. De este modo, la acción colectiva de los movimientos sociales, en sus diferentes formas, pretende introducir nuevas instrucciones y códigos en los programas de las redes (...). El poder gobierna, el contrapoder combate (Castells, 2012: 78, 79, 81).

Lo que podemos identificar en estas prácticas periodísticas, es que al contar con nuevos espacios más participativos y más dinámicos, algunos periodistas tienen la oportunidad de publicar contenidos informativos diferentes o con una línea más crítica hacia el poder, pues se advierte, aunque de manera tímida que con la reconfiguración de las tecnologías de la comunicación, existe una mayor democratización en el manejo de la información en los medios digitales y en las redes sociales, es decir, tanto ciudadanos como periodistas están frente a nuevos escenarios, nuevos entornos tecnológicos que les permite interactuar con más libertad y autonomía. Para Roger Flider, (1998:59) esto “es una mediamorfosis que resulta de esta nueva clase de lenguaje que se llama lenguaje digital. Es la lengua franca de los ordenadores y las redes de telecomunicaciones globales”, enfatiza.

#### -Construcción discursiva de la identidad

Denominamos a esta categoría **construcción discursiva de la identidad**, porque los periodistas entrevistados mencionaron que vienen de hacer un periodismo impreso, por lo que al transitar al periodismo *online* se han ido formando y aprendiendo con la práctica diaria, por ello, se consideraron ser periodistas inmigrantes, en alusión al artículo los Nativos e Inmigrantes digitales, ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún?, de Piscitelli (2006). La P04, colaboradora del portal digital de noticias “Chiapas Paralelo”, los

definió así: “Somos inmigrantes del periodismo impreso o de otros medios, estamos aprendiendo en el camino y en ese caminar cometemos muchos errores, o nos damos cuenta, o tenemos la nostalgia del papel y seguimos pensando que estamos escribiendo para las personas, para el periodismo en papel, y no estamos aprovechando todas las herramientas que nos da el internet, por diferentes razones: por ignorancia que hay que reconocerlo, por falta de herramientas, por falta de presupuesto, por falta de personal”, detalló la periodista.

Por su parte, la P07, se describió así: Yo comencé con el medio impreso, empecé en el periódico Noticias, pues ahí fui aprendiendo cada vez más y esto de los medios digitales yo creo que son un “boom”, pero de hace muy poco tiempo, no tiene mucho tiempo, yo le calculo unos cuatro años que comenzaron a aparecer las páginas de noticias, pero si fue una transición del medio escrito, del periódico al digital” (P07, 2016).

Sobre este tema la mayoría de los informantes coincidieron que vienen de un medio impreso y están transitando a un medio digital por lo que les ha costado, no ha sido fácil la adaptación. “Nosotros nos creamos en un periodismo básicamente impreso” (P02, 2016). Las tecnologías de la información y la comunicación utilizan nuevos códigos, nuevas formas de narrar la información y un lenguaje digital en constante evolución y construcción, por ello, reconocieron que en muchos casos la misma tecnología los ha rebasado. Hablar de ciberperiodismo es hablar de un proceso complicado porque se debe saber utilizar novedosas herramientas y algunos periodistas se resisten al cambio, por lo que recalcaron que se encuentran en un tránsito del periodismo tradicional al periodismo por internet. Algunos de los testimonios son los siguientes:

Yo creo que nos tocó experimentar el cambio más drástico de la humanidad. En lo personal, creo que no ha habido ninguna época en la historia del mundo que haya vivido una transformación tan rápida y tan súbita como la que estamos hoy presenciando con la llamada era digital. En el caso del periodismo digital, yo creo que nos cayó de sorpresa, para empezar en el caso del periodismo regional chiapaneco y tuxtleco que podríamos decir, que es la ciudad con mayor facilidad para acceder a la tecnología y comunicaciones, yo creo que fue de ramplón que nos cayó, no hubo un previo aviso de que iba a pasar, no nos dimos cuenta de lo que iba a pasar y cuando vinimos a ver la digitalización nos alcanzó. Todavía podemos ver que los diarios impresos de Tuxtla Gutiérrez tienen un desarrollo de uso de tecnología muy pobre. Hace poco lo empezaron a utilizar la televisión, hace poco lo empezaron a usar la radio digital por internet. Yo creo que los medios tradicionales como la televisión o la radio en el caso de los medios electrónicos se enfrentan a una nueva realidad (P05, 2016).

Nos vemos obligados y forzados como en casi todos, esto nos llegó demasiado pronto y nos involucramos apenas cinco años después de que sucedieron con los periódicos a nivel nacional que empezaron a volcar su contenido en la red, y nosotros lo hicimos cinco años después de manera muy rápida nos llega. obviamente que ahora todo se dinamiza a diferencia con la imprenta que nos llegó 300 años después, pues esto nos llega de manera inmediata o la radio que nos llega más de 30 años, ahí ya se van acortando los espacios, o la televisión que nos llega prácticamente 10 años después, entonces se van acortando espacios y el internet nos llega sumamente rápido, si hablamos que la Jornada vuelca sus primeros contenidos informativos en el 95, en Chiapas se hace en el 2000, es de manera muy rápida y apenas llevamos si tomamos en cuenta el 2000 apenas llevamos 15 años con esa experiencia y obviamente es un proceso todavía muy corto (...) nos agarró desprevenidos como a todos, nos ha costado meternos, los chavos son los que tienen más posibilidades de eso, pero obviamente que con todos los recursos que se van renovando además no ha sido fácil utilizar todos esos espacios (...). Siempre hemos ido como a la cola y esperemos que se dinamice, pero se están creando buenos espacios informativos y eso me parece que va a invitar a la lectura (P02, 216).

-Emergencia de un sujeto

Al analizar la entrevista que sostuvimos con los ciberperiodistas, nombramos a esta categoría **emergencia de un sujeto**, pues ante la súbita aparición de las tecnologías de información y comunicación que transformaron las rutinas del periodismo tradicional (prensa, radio y televisión), como ya lo hemos venido refiriendo. A su vez los entrevistados nos relataron que al interior de los medios se dio una recomposición en el ejercicio del periodismo, con el fin de poder hacer frente la nueva dinámica digital, muy distinta a la que venían trabajando con el medio impreso. Dijeron encontrarse obligados a cambiar el rumbo por un proceso tecnológico que les llegó demasiado rápido y de forma desprevenida, pero también las empresas periodísticas tienen nuevos desafíos como la de continuar con la profesionalización y capacitación de su personal, ya que hasta ahora los portales de noticias, tanto los impresos como digital, se han nutrido de texto y fotografías, por lo que en muchas ocasiones lo único que hacen es trasladar la información al medio, esto principalmente los de modalidad en papel. De acuerdo con sus opiniones, no están haciendo periodismo para la web, sino utilizando el internet como medio, pero no están haciendo periodismo para la web, es el mismo periodismo tradicional, llevado al Internet indica la (P04). “A que me refiero, la misma nota que tiene el periódico impreso, es el mismo que ves en el portal. No estamos haciendo periodismo enfocados para las personas que están en la web. Y esto ha sido como una constante, lo mismo pasó cuando la radio, se hacía radio pensando en prensa. Cuando se empezó con la tele era lo mismo, como que nos cuesta acostumbrarnos”.

“Nos estamos concretando a hacer el lenguaje nada más impreso, escrito a media y también el lenguaje audiovisual, un poco de audio, pero nos falta trabajar más infografías, trabajar más cuestiones audiovisuales, pero trabajar más específicamente para las redes,

pero eso implica tiempo, entonces esta interactividad que te puedas meter y hacer interactividad no solo dejar un mensaje sino picarle y que te lleve a otras cosas a lo que hacen algunos medios todavía no lo tenemos, todavía no tenemos galería, yo no veo que en los medios tengamos fotogalerías de nada o imágenes en movimiento, o realidad aumentada no lo hay, no tenemos ningún medio con realidad aumentada en Chiapas” (P02, 2016).

En ese marco, recordaron que el inicio del periodismo en línea en Tuxtla Gutiérrez se dio a principios del año 2000, pero con mayor fuerza a partir del 2008, por lo que apenas llevan 15 años en este nuevo entorno tecnológico, que aún siguen experimentando, el cual ha sido un proceso de cambio, de configuración informativa.

Yo creo que se da al desconocimiento de la tecnología, es tan novedoso que no solo pasa en Chiapas, sino que pasa en México, en México en 1995, se empiezan a subir tal cual las versiones de los periódicos no existe algo diferente más que la misma versión impresa sólo que ahora *online*, decíamos que en Chiapas eso sucede a partir del 2000, entonces es un poco por desconocimiento hacia dónde va la tecnología, me parece de manera natural, hoy empezamos a vivir una configuración diferente o sea un tratamiento diferente de la información, algunas personas conocen de tecnología y empiezan a dar una versión un tanto diferente, sin embargo, los demás nos encontramos todavía la versión impresa subida a la parte digital, el nuevo discurso, la nueva forma de hacer discurso no la encontramos, una forma de hacer discurso para un periodismo digital falta, esa parte todavía está por descubrirse, los reporteros interactúan con las redes sociales, interactúan con su periódico digital y con su periódico, su presentación de radio, etcétera, pero todavía estamos es esos descubrimientos, todavía es menos la gente que hace tratamiento especial para los medios electrónicos a diferencia de otros espacios, todavía nos falta un medio que sea como el parteaguas, creo que no

tenemos esos medios, donde el medio sea en sí digital (...). Sí, nos falta explorar todavía y se debe yo creo que a la novedad, es muy reciente apenas tenemos 15 años en Chiapas, y en los primeros cinco años de manera balbuceante, no llevamos mucho tiempo (...). Sí, falta mayor dinamismo todavía en el diseño de las páginas falta, es un proceso, estamos atrasados sobre eso (P02, 2016).

Señalaron que fue un cambio de manera emergente, quizá el cambió más drástico de la humanidad, es posible que no exista ninguna época en la historia del mundo que haya vivido una transformación tan rápida y tan repentina como la que actualmente están presenciando, y aún más, adaptándose. En cuanto a la adaptación, se pregunta el P01 ¿Cuál es el principal problema o principal reto que tenemos por delante?, y al mismo tiempo se responde:

Yo creo que hasta ahorita hemos sido un portal de noticias que nos estamos moviendo con textos periodísticos o documentos y un espacio de video, pero yo creo que el reto al final es mantener el portal con noticias en tiempo real con una interacción más activa con los lectores. También hacer radio *online* a través del portal, yo creo que no es fácil, todavía estamos en un proceso, no es un proceso acabado el de Chiapas Paralelo, es un proceso todavía que se está viviendo y en esta etapa estamos nosotros (P01, 2016).

Roger Fidler (1998) llama a este proceso mediamorfosis y lo define como “La transformación de los medios de comunicación, generalmente por la compleja interacción de las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia, y de las innovaciones sociales y tecnológicas” (Fidler, 1998:57). Creemos que la mediamorfosis remite, como dice Castells (2012) a la evolución tecnológica que están teniendo los medios en la sociedad red. Por lo que resulta inminente que las rutinas periodísticas deben de cambiar, de lo contrario, al no poder competir, tienden a desaparecer o morir.

Según Fidler (1998), los nuevos medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos y que cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose, y explica que uno de los principios fundamentales de la mediamorfosis, es la propagación de las formas emergentes de medios de comunicación que propagan los rasgos dominantes de formas anteriores, estos rasgos se transmiten y aparecen a través de códigos de comunicación llamados lenguajes.

#### -Recursos financieros

Una de las categorías que no contemplamos fue la de **recursos financieros**, sin embargo, al abordar el tema, todos los entrevistados consideraron que uno de los problemas más fuertes que enfrentan los portales de noticias digitales, es lograr el financiamiento. Ejemplificaron que hay medios digitales que no han explotado a cabalidad las herramientas que ofrece internet por falta de recursos económicos, ya que se necesita de gente especializada en tecnología, y para ello se requiere de recursos económicos. Sobre este punto, reflexionaron que el esfuerzo que hacen los medios digitales en la región, es significativo, pero dejaron entrever que aún falta mucho para estar a la altura de otros medios que realizan un verdadero periodismo para la Red, y tomaron de ejemplo el caso del periódico nacional El Universal, que cuenta con una recursos económicos y humanos, cuya oferta es una plataforma digital atractiva y con novedosos formatos, diseños y contenido informativo.

A continuación, destacamos algunos fragmentos de las entrevistas, enfatizando la problemática del financiamiento que les impide desarrollar un periodismo con todos los recursos tecnológicos propio de los medios digitales:

Los principales retos sería lograr el financiamiento. Yo creo que el financiamiento es lo más difícil para todos los portales de noticias. Lo más fácil es allegarse de publicidad gubernamental, nosotros en este momento no hemos optado por ese camino, por esa vía, estamos explorando espacios, otras vías, otros métodos para obtener recursos. Es un portal de noticias hecho por profesionales de la comunicación, académicos, investigadores, periodistas, analistas, escritores es un grupo muy compacto y gente muy comprometida y de alguna manera con experiencia en lo que escribe (P01, 2016).

Qué carencias tenemos, por ejemplo, yo tengo muchas carencias creo que tener este tipo de herramientas nos debería llevar a un periodismo diferente. Nosotros no hemos llegado a lo que realmente quisiéramos, nos hemos propuesto, pero es muy caro y te ocupa mucho tiempo porque deberíamos aprovechar mejor las herramientas audiovisuales, las infografías a veces lo hemos intentado hacer, pero que complicado es, eso es lo que deberíamos estar haciendo (...), pero no lo explotas por falta de tiempo, por falta de recursos, porque como tienen tantas herramientas necesitas ocupar gente especializada y ahí te llevaría recursos y nosotros no estamos en esas condiciones y creo que la mayoría de los medios tienen ese problema en Chiapas, de no aprovechar esos recursos que te brinda el ciberperiodismo (...). Entre más recursos necesitas, necesitas utilizar más y esa es una de las grandes limitantes. Es un lenguaje diferente, pero en transición todavía, es un lenguaje en evolución todavía no concluido y eso implica complicaciones o sea en algunos casos sobre todo si bien por un lado el recurso de internet te facilita las cosas y es económico por otro lado te obliga a invertirle tiempo y también dinero, o sea si bien lo elemental lo puedes hacer sin dinero, porque tener un buen medio digital necesitas diseñadores multimedia para poder hacerlo atractivo el discurso (P02, 2016).

Creo que principalmente es la falta de recursos porque puedes decir, armas un video o una narrativa con audio y todo, pero si se requiere personal, se requiere conocimiento de la parte de la edición, se requiere quien lo monte, y entonces yo creo que si hay el interés,

pero no hay las herramientas, no hay personal o no hay lo económico (...), otros medios que son nativos digitales lo hicieron bien, aunque no tienen la parte del análisis riguroso y la investigación que si tienen otros medios y hay quien cumple medianamente las dos cosas, como por ejemplo, el periódico El Universal que si tiene periodismo de investigación, herramientas multimedia y tienen podcast y tienen canal de televisión, etc. Pero ese medio tiene muchos recursos económicos, mucha infraestructura y mucho personal, entonces yo creo que es algo que si se va a dar aunque con el tiempo (P03, 2016).

Yo pienso que tenemos que capacitarnos más en el periodismo para la web (...). No solamente en Chiapas, sino en el país, vemos periodismo, proyectos periodísticos diseñados para la web muy buenos, pero que no tienen financiamiento y sin financiamiento es difícil hacer periodismo para la web, y entonces el reto uno, para el periodismo para la web es lograr el financiamiento, lograr sacar a los anunciantes de los medios tradicionales y llevarlos a la web esto es algo que los periodistas nos cuesta mucho reconocer, porque luego estamos con el idilio de que si hay que capacitarnos, claro todo eso está bien, pero se necesita con que, para eso hay que sacarlos a los anunciantes de allá y llevarlos para la web (P04,2016).

Te digo, nuestra plataforma la veo bastante fuerte comparado con otros medios impresos locales, yo le apuesto mucho al contenido, creo que Noticias ha tenido éxito en gran medida por el contenido más que por el diseño, más que por otras cosas, por la propaganda o la publicidad misma (...). Creo que tiene mucho que ver con el contenido, pero la parte económica es la que no nos ha dejado despegar porque no tenemos un equipo dedicado al portal, simplemente es un asesor externo que hizo la plataforma, se le paga algo mensual, una cantidad fija por alimentar el portal con las notas del día y actualizarlo, digamos esporádicamente si hay algo muy importante en el día, pero en realidad la plataforma de Noticias es como la que sale en el impreso está en el digital, para la gente que lo quiera ver, incluso la versión impresa está completa en el portal (P06, 2016).

El periodismo a través de la internet, yo creo que hay varios factores que intervienen y para empezar está el económico porque aunque es un medio digital también necesita de los suficientes recursos para poder echarlo andar, desde el espacio, digamos de la empresa

que te va a dar el espacio en la red o la persona que va a estar a cargo del web master, tienes que tener los recursos económicos para que mes con mes puedas cubrir estos gastos básicos, también tiene que ver con las personas que intervienen en las que van a apoyarse, y la forma también en la que vas a ejercer ese periodismo porque aunque sea por internet tiene que cumplir las reglas básicas, los requisitos indispensables para que sea una nota periodística, ya no hablo de los otros géneros (P07,2016).

La causa de que no le podían dar tanta importancia en algunos medios se debe a que necesitas inversión en los equipos ya sea celulares o algún Smartphone, cualquiera con la capacidad necesaria para hacer este tipo de trabajo no ronda menos en alrededor de seis mil, se necesitan varios, si tienes un equipo de cinco reporteros necesitan cinco Smartphone con una inversión bastante elevada en el caso de celulares, en el caso de alguna Tablet, un ipad no es nada accesible para una inversión de este tipo (P08,2016).

Los testimonios anteriores nos revelan que uno de las principales causas de que no se desarrolle y se consolide el ciberperiodismo de una manera profesional es la falta de recursos económicos.

## **2. Producción de la información**

Al analizar, otro de los grandes rubros como la producción de la información se desglosó categorías como **la interactividad, la temporalidad, la multimedialidad y la hipertextualidad**. Los periodistas abordaron ampliamente cada uno de estos temas y comentaron que las prácticas periodísticas en el cibermedio han cambiado poco, debido a que no se aprovechan, en su totalidad, los recursos digitales que ofrece la red, esto por las razones ampliamente explicadas anteriormente. En el caso de los periódicos tradicionales y que

actualmente cuentan con soporte digital, dijeron que claramente se puede ver que solamente realizan el volcado de la información que elaboran para la página impresa al soporte digital.

#### -Interactividad

Para Alejandro Rots, “la interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darla a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa)” (2006:195).

Sobre este tema, desde una perspectiva de los medios de comunicación digitales, el P08, inició la conversación así:

“Cuál fue la importancia, una dinámica muy distinta a la que estaban trabajando antes con el periódico impreso, actualmente las cuentas están activas todo el día y las interacciones se dan en todo el día y no hay un descanso en un horario específico, todo el día tenemos *retwits*, me gusta o se comparten las fotos, los videos, tenemos visitas a las cuentas de las redes sociales del periódico, de tal forma que para el periódico Cuarto Poder las redes sociales son un complemento que llegó a reavivar el contacto con sus lectores, actualmente las cuentas en *Twitter* van más de 10 mil 600 seguidores, en *Facebook* estamos andando en los ocho mil y recientemente, hace unos meses se abrió la cuenta de *Instagram* que por ser nueva no tiene tantos seguidores estamos andando ya en los 500 o cuatrocientos ochenta y tantos, actualmente, y la respuesta ha sido bastante agradable no es únicamente el periódico que informa sino tenemos retroalimentación a partir de los comentarios y de los mensajes directos para que los lectores nos hagan llegar denuncias y esas las retomamos para el periódico impreso (P08, 2016).

En la misma línea, el mismo informante nos da cuenta que la interacción que se da entre un medio y las personas, es inmediata, al indicar que la página de internet [www.cuartopoder.mx](http://www.cuartopoder.mx) en cada nota tiene una opción para que los usuarios dejen sus

comentarios. En ese espacio, dijo, reciben desde una felicitación, sugerencia, solicitud de seguimiento de un tema, hasta críticas. De igual forma, en las redes sociales el usuario tiene un espacio para comentarios, en Twitter, por ejemplo, los pueden arrobar. Según Alejandro Rost (2006), esto refiere a las posibilidades de expresión y comunicación ya que alude a los espacios que abre el medio para que el lector emita opiniones y pueda realizar intercambios dialógicos con otros individuos (periodistas, personajes de la actualidad, otros lectores).

Sumado a lo anterior, los periodistas explicaron que si al lector le interesa una información o un tema en específico, los accesos se multiplican, es así como la interacción permite a los medios y a los periodistas un intercambio informativo y que este pueda ser compartido a más usuarios. En esta interacción e interconexión que se da entre los usuarios que habitan internet, el entrevistado agregó que cuenta con treinta y un mil seguidores en *Twitter* y alrededor de veinticinco mil en *Facebook*. “Lo que te podría presumir es que son gente real, porque es muy fácil comprar seguidores” (P01, 2016).

En ese contexto, también se ejemplificó el caso del periódico Noticias, Voz e Imagen de Chiapas, el cual en su soporte digital mantiene como servicio adicional, a sus lectores, el envío masivo y diario a sus correos de una hoja informativa o noticias (*news letters*) con las noticias más relevantes del día. Este portal tiene registrados en su base de datos a 10 mil correos electrónicos, al igual número de envíos, a esto se suma la constante interacción que realiza con los usuarios en las principales redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, dos de las redes más usadas en las rutinas de la producción diaria y en la interactividad, por lo que en ocasiones ha contabilizado hasta 30 mil visitas diarias, sobre todo si la noticia resulta polémica

o de interés y trascendencia para la ciudadanía. “Lo que se hace al final de la jornada de la información es que se selecciona (...). Las tres notas más importantes de cada sección para hacer un envío masivo” (P06, 2016).

Sobre este mismo tema, el P02 refirió “yo me he encontrado que de “retache” me llegan mis propias columnas por *WhatsApp* y entonces se multiplica, lo mismo en el caso personal, tengo mil lectores por lo menos cada que escribo mi columna, pero hay ocasiones que me leen 20 mil directamente a la página, eso sería imposible en un medio impreso, hay informaciones que se multiplican tremendamente”.

La penetración, es aún mayor si alcanza audiencias a nivel global; la interactividad del medio *online* no se puede comparar con el medio impreso pues el tiraje de éstos oscila entre los 3000, 4000 o 5000 mil periódicos diarios.

“Está cambiando, sobre todo que hay más protagonismo del lector, o sea el lector puede participar y decidir y hacer comentarios, por ejemplo, y también por supuesto del que escribe, del que produce, o sea para empezar yo creo que todavía no se percibe el cambio en Chiapas, del cambio de paradigma que se está viviendo” (P02,2016).

Este proceso, es nombrado por Castells (2012) como autocomunicación de masas porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos. Por esta razón, los entrevistados consideraron que aunque de manera tardía, las empresas periodísticas han comenzado a comprender la importancia de permanecer en la Red. Al llevar a cabo el trabajo empírico, constatamos que todos los periódicos impresos de la

región de Tuxtla Gutiérrez, por más modesto que resulten, cuentan con un portal de noticias en internet, la lista completa se encuentra en el capítulo donde se estableció la metodología.

Esto nos habla de una interacción o interactividad con el receptor del mensaje, existen periodistas que se mantienen muy activos en las redes sociales y con muchos seguidores. “Por ejemplo hay compañeros que a mí me sorprende que andan con su telefonito y suben algo, me acuerdo de dos casos por lo menos que trabajan con su celular y suben una imagen y los ves que tienen muchas visualizaciones en *Facebook*, entonces eso sería imposible de hacer antes, algunos ya están utilizando *Periscope*” (P02:2016).

Lo anterior, como investigadora, nos lleva a pensar que el ciberperiodismo que se realiza con la ayuda de herramientas digitales y las redes sociales, es una actividad incipiente, tímida, pero real que se ejerce cada vez más y con una participación activa de los usuarios quienes encontraron nuevos medios para expresarse, y más que generar información, propicia un proceso de análisis y reflexión que apunta hacia una dinámica de organización de la sociedad que busca forjar debates en torno a temas de interés que cambien el rumbo social, político y económico de su entorno y contexto. Los procesos de la comunicación en la sociedad red están cambiando. “La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico y más concretamente con la evolución de las tecnologías de la comunicación” (Castells, 2012:48).

Es importante aclarar como señala (Rogers, 1986, en Alejandro Rost, 2006: 96), que si bien los medios tradicionales permiten cierto grado de interactividad, son los nuevos medios

de comunicación desde el teletexto y el videotex hasta internet y la web los que han originado el uso del concepto debido a las opciones selectivas y comunicativas que presentan.

#### -Temporalidad

Palacios y Díaz Noci (2007) señalan que las características del nuevo medio han hecho que los tiempos de producción y de recepción se hayan alterado sustancialmente. La distinción entre sincronismo y asincronismo que dividía los medios impresos y los audiovisuales se ha difuminado. Estos autores añaden un nuevo elemento: la tempestividad, es decir, el periodo de permanencia de un producto informativo, su vigencia, el tiempo que pueda permanecer en la plataforma sin que pierda actualidad, o bien porque se incluya luego como información contextual de otra noticia más reciente. La información puede ser sometida, por otro lado, a una renovación continua, bien por acumulación, añadiendo nuevos datos, referencias, documentación o información que se vinculan a la principal; bien por sustitución, es decir, un nuevo (ciber) texto reemplaza al antiguo, al que queda obsoleto. Lo que ocurre a menudo en las informaciones de última hora.

En el siguiente cuadro, los autores lo describen de la siguiente manera:

<b>Temporalidad y tempestividad</b>	
Temporalidad	Tempestividad
-Sincronismo	-Permanencia
-Asincronismo	<i>Periodo</i>
	- <i>Renovación continua</i>
	<i>Por acumulación</i>
	-Por sustitución

Tabla 8 Temporalidad y tempestividad. Fuente: Palacios y Díaz Noci (2007: 32-33).

El punto de vista de los entrevistados, respecto a este tema, fue precisamente que la temporalidad les brinda una renovación continua de la información. Esta característica les flexibiliza el trabajo pues dijeron que cuando escriben o redactan un género periodístico y desean contextualizarlo con datos recientes pueden fortalecerlo a cualquier hora del día. “Podemos subir le información en cualquier momento” indicó el (P02:2016), además especificó que la actualización permanente de la información es otra de las ventajas de los medios electrónicos, “es decir, yo puedo corregir constantemente mi columna si veo que hay un error, si alguien me hace un comentario, te faltó tal cosa esa posibilidad de corregir, esas son las ventajas”.

El ejercicio del periodismo en línea cambió drásticamente el tiempo, atrás quedaron las rutinas, las prácticas y los periodos de tiempo establecidos por los medios tradicionales.

## -Multimedialidad

Los avances de la tecnología han hecho que los usuarios mediante su computadora puedan acceder a diferentes elementos multimedia como el textual, imagen, audio y video, o la inclusión de todas ellas. De hecho, la multimedia ha sido señalada por investigadores y teóricos de la comunicación digital como (Palacios y Diaz Noci, 2007; Castells, 2012; y Scolari, 2008) como una de las características inherente al ciberperiodismo y al desarrollo de las plataformas web.

En el caso del grupo que entrevistamos señalaron que los recursos multimedia en los periódicos en línea son escasos, porque para usar videos, sonidos e imágenes en movimiento se requiere de personal capacitado y para eso se necesita de recursos económicos, y en el caso de las redacciones digitales en Tuxtla Gutiérrez, están conformadas por un grupo pequeño de personas, en ocasiones una, dos, tres a lo mucho 10 personas, lo que hace que se conviertan en todólogos o periodistas polivalentes de su medio, sin embargo, poco a poco se han ido incorporando, puntualizaron.

Utilizar video o audio tiene que ver con los recursos que tengas, porque te conviertes en un todólogo de tu medio, en Chiapas los medios de comunicación a través de internet que existen están conformados por un grupo pequeño de personas, unas tres o cuatro personas, 10 a lo mucho, cuando ya tienes suficientes recursos para hacerlo, entonces el tiempo como en todo te gana, si tú tienes la facilidad de presentar al público una noticia a través de multimedia como dices con video, audio y todo esto, requiere de tiempo para la edición como cualquier medio tradicional y muchas veces el reportero es el mismo que tiene que hacer esta edición, este proceso para poder presentarlo (P07:2016).

De hecho, lo que pudimos observar, durante realizábamos el trabajo de campo, al menos en los dos medios impresos que seleccionamos para el análisis, -Diario de Chiapas y Cuarto Poder- y que ahora cuentan con soporte digital es que, paradójicamente, quizá por contar con mayores recursos económicos y humanos, “son los que tienen más facilidades para incluir este tipo de elementos a sus servicios informativos digitales” (Rost, 2006:153), es decir, videos y audios, principalmente para apoyar las declaraciones de protagonistas o personajes en sus programas de radio o televisión, tal como lo pudimos constatar en el análisis de contenido que desarrollamos, son medios que trabajan con varios formatos integrados. Al respecto, el siguiente relato no los confirma:

El Diario de Chiapas tiene todas las herramientas para difundir la información, vía todas las redes sociales, el Diario de Chiapas cuenta con la infraestructura y personal para trabajar la parte digital. En el transcurso de la mañana hay guardias para hacer frente a los hechos en tiempo real. Los reporteros mandan su avance para dar a conocer en los medios de difusión, podemos subir un video o audio. La nota completa aparece en el impreso (P09, 2016).

En este tenor, continuó explicando que el Diario de Chiapas se reestructuró al 100 por ciento el área digital; el Diario de Chiapas se consume virtualmente de lunes a domingo, es un claro ejemplo de que está explotando las redes sociales, se está trabajando mucho en la parte digital, la plantilla de reporteros está trabajando: “El periódico tiene relevancia, no lo digo yo, lo dicen las pruebas, y por eso los anunciantes se siguen publicitando, ahí si tanto físico, como digital, el periódico no pierde, explotó el lado digital, lo que ha manejado a lo largo de los años en papel ahora lo explota en su plataforma” (P09, 2016).

A su vez el periodista P08, reafirmo lo investigado en el trabajo de campo, como ya lo explicitamos:

Cuarto Poder sí le ha dado mucha importancia, desde hace algunos meses y a partir de hace dos años ha entrado de una manera abierta con las redes sociales, tanto que se inició hace cuatro años una nueva opción, una nueva oferta para los lectores que es un canal por internet a través de TVO noticias al momento, hay un noticiero y con eso se trabaja, un noticiero por internet que se transmite de lunes a viernes de 9:00 a 10:00 de la mañana, y también se hacen entrevistas especiales y trabajos especiales, algunos reportajes, recientemente se hizo un reportaje para la ruina del Cañón del Sumidero, de las chiapanecas en donde no se le había dado seguimiento a ese caso y que tuvo mucha importancia y relevancia entre los lectores, se compartió mucho, hubo muchos comentarios y la cantidad de personas, el alcance fue bastante elevado no recuerdo la cifra exacta pero principalmente sería si algún medio no le da tanta importancia a explotar las redes sociales sería porque principalmente necesita una inversión que en un principio no cuenta (P08,2016).

#### -hipertextualidad

En la literatura analizada encontramos que la hipertextualidad es otra de las características que predomina en los formatos periodísticos digitales. En este escenario, diversos investigadores han coincidido en el impacto que tiene el hipertexto en el ciberperiodismo en relación a la práctica de los medios escritos, básicamente, porque el lector puede iniciar la lectura en cualquiera de los nodos hipertextuales (fragmentos de mensajes, y/o unidades de información), en el lugar y en el orden que él lo decida. Y es que de acuerdo con Arturo Barrios (2013) los enlaces incrustados en los textos ciberperiodísticos permiten al lector adoptar patrones de consumos noticiosos totalmente personales, pues tiene a su alcance opciones para decidir en forma absolutamente independiente los itinerarios, jerarquías y

alcances al momento de absorber los contenidos de un cibermedio. Al hacer el análisis de la información recabada con los periodistas, esta categoría no salió a relucir, pues es un tema poco conocido por ellos, es más bien considerado como un lenguaje de programación y diseños de páginas web que recae en la responsabilidad de otras áreas como la informática.

## 1. Consumo de la información

En este contexto se tomó en cuenta la categoría de **consumo de la información**, teniendo en cuenta que en la llamada sociedad de la información, los usuarios y los periodistas absorben de distintas manera los datos. Los procesos de consumo que traen aparejado las tecnologías de comunicación son muy diferentes y variados: hoy podemos consumir información a través de distintos medios (computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes), una misma interfaz ofrece al usuario programas, informaciones y servicios, un mismo contenido lo encontramos en diversas versiones y formatos, los medios digitales suben sus textos o cuelgan sus videos en *Youtube* o en las principales redes sociales. Esto es lo que (Rost y Bergero (2012) llaman “periodismo en contexto de convergencias”.

A su vez Scolari (2008) en su teoría de las hipermediaciones, nos explica que en el consumo hipermediático cambian los procesos de producción, el diario, nos manifiesta, ya no se lee como hace dos o tres décadas, y nos recuerda que el éxito de plataformas colaborativas como *Youtube* y la dispersión de las audiencias en diferentes direcciones son algunas de las coordenadas que marcan el territorio de las nuevas experiencias de consumo televisivo. Los nuevos dispositivos móviles permiten un consumo mucho más flexible. “La web produce flujos de usuarios a través del ciberespacio, los cuales pueden estar navegando en un mismo sitio al mismo tiempo, pero dentro de recorridos y secuencias interpretativas distintos” (Scolari, 2008, 247).

A su vez, Castells (2011:28) dice que existe “un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más un lenguaje digital universal (...) está integrando globalmente palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolos a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos”. Sobre este punto nuestro informante señaló:

“En nuestro caso nacimos con una visión global, no sé los demás medios (...), pero considero que nosotros, no. Lo hacemos local y global porque estar en Internet te permite que te lea alguien que está en China, en Japón, que nos puedan leer en español, alguien que está en Italia, en Europa, en Estados Unidos, Sudamérica, y sí nos han reportado lectores y lecturas de esos lugares; de lugares lejanos y remotos. Que quiero decir con esto, que estar en Internet es global, es una red mundial, y nos están leyendo en diferentes lugares del mundo y por ende también tenemos que referenciar y ubicar, y contextualizar al lector que nos va a leer en el planeta (P01, 2016).

En este contexto, el periodista como mediador y difusor de los mensajes hacia un público heterogéneo, se vuelve, en su práctica diaria, consumidor de la información, de las noticias y de los nuevos códigos de comunicación, en una palabra, crea un capital cultural que le permita interactuar en una región vivida (Bataillon,1993), o desde la perspectiva de Bourdieu (1999) en un espacio social y espacio simbólico, en donde ocupa una posición privilegiada al momento de interactuar con los usuarios y compartir sus prácticas culturales y periodísticas, pues son parte, según Bourdieu de una estructura de posiciones diferenciadas o del *habitus* “que produce prácticas y representaciones (...) que están objetivamente diferenciadas; pero no son inmediatamente percibidas como tales más que por los agentes que poseen el código, los esquemas necesarios clasificatorios necesarios para comprender su sentido social” (Bourdieu,1996:134). Al respecto nuestro informante comentó: “El periodista

se potencia su presencia, ¿En qué sentido?, en que lo reconocen más, en mi caso, que soy un usuario del internet, de las redes sociales, pues si también se potencia mi presencia. Claro, esto te hace que te vuelvas un referente para muchos colegas, de otros estados del país, vas haciendo amigos, conocidos, gente que te ayuda o le puedes apoyar” (P01, 2016).

#### 1. Consumo del periodista en la era digital

Se refiere a un consumo digital como fenómeno social, característico de la sociedad de la información en donde los periodistas usan la digitalización para presentar sus productos. En opinión de Nicholas Negroponte (1995) vivimos en un mundo que se ha vuelto digital y para poder apreciar las ventajas y consecuencias de “ser digital”, lo mejor es reflexionar la diferencia entre bits y átomos, expresa.

El periodista entrevistado coincide con este teórico de la comunicación digital al comentar que:

La oportunidad que se tiene con las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, es poder conjuntar varias herramientas, varias formas de comunicación como es la escrita, la oral, la visual, también permite la interactividad para hacer varios tipos de reportajes, por ejemplo donde tú ya puedes elegir la ruta que pueden seguir en los temas que te interese en una sola producción, por ejemplo, hay varios trabajos de investigación periodística, por ejemplo, recuerdo uno sobre los aparecidos en México está hecho en una plataforma tal que te va contando las historias, va analizando una geografía mexicana donde están, tú lo puedes ir siguiendo algunas historias y de esa forma te da una visión, hasta cierto punto más completa y donde también el usuario y el receptor puede ir formando su propia línea de lectura (P03.2016).

## 2. Consumo del periodista como capital cultural

Este tipo de consumo alude a la práctica del periodista en tanto información, formación y conocimiento requerido para informar con un sentido de responsabilidad social y rigurosidad, además de la apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) entendida como la realización de un periodismo que contextualice los hechos y profundice en los espacios de debate y de crítica abierta a la diversidad de opiniones.

La P03 indicó que la responsabilidad del comunicador es hacer todo el proceso de búsqueda, verificación, análisis y producción de un contenido informativo que cumpla con toda la rigurosidad que debe de tener, además de contextualizarlo y ver que función cumple en el periodismo. Claro, dijo, todo esto tiene que ver con la parte de la cultura informativa de las personas, o con ese discernimiento con el que tienen que ver la información tanto en un medio formal como en las redes sociales. En ese sentido aseveró que tanto los periodistas como los ciudadanos son pocos, rigurosos, alarmistas, en su opinión es algo que se tiene que ir superando con el tiempo. “Tenemos que asumir una responsabilidad social y cada quien tiene que asumir el papel que le toca jugar, pero poco a poco hemos logrado que haya otros medios, otras cosas, también hay otra visión, pero es una parte un camino de dos vías la del usuario y la del comunicador y el medio, hay una responsabilidad compartida”, puntualizó.

De igual forma, relató su experiencia de cómo se ha ido apropiando de la Tecnologías de la Información y Comunicación:

Yo empecé hace 21 años y a mí todavía me tocó mandar información por fax y tratar de conectar, empecé con el internet que se conectaba al teléfono. Yo creo que fui muy afortunada porque me tocó vivir ese proceso, vivirlo, trabajarlo y actualmente si hago uso de las nuevas herramientas de comunicaciones, si he estado vinculada digamos a las universidades, al periodismo de investigación, entonces mi proceso de formación ha sido constante, he querido irme apropiando de la tecnología para lo que yo quiero desarrollar y estoy en un proceso continuo igual de transformación de utilizar *smartphone* y poderlo subir y todo esa parte la voy aprendiendo, la he ido aprendiendo, eso hace un reto

constante, afortunadamente siempre lo digo, la tecnología ha sido muy amable con las personas y cada vez más es más fácil utilizarla (P03,2016).

### 3. Consumo simbólico en la comunicación digital

“El poder simbólico es un poder de hacer cosas con palabras” (Bourdieu 1996:141), y en el ámbito del periodismo, la comunicación digital, las tecnologías, la expresión e la interpretación muchas cosas se significan, se simbolizan, se producen y reproducen con palabras para contar con una percepción social del mundo del cual formamos parte “las tecnologías no sólo transforman el mundo, sino que también influyen en la percepción que los sujetos tienen de ese mundo” (Scolari, 2008:274).

Las luchas simbólicas a propósito de la percepción del mundo social pueden tomar dos formas diferentes. En el aspecto objetivo, se puede actuar por acciones de representaciones, individuales o colectivas, destinadas a hacer ver y hacer valer ciertas realidades (...). Por el lado subjetivo, se puede actuar tratando de cambiar las categorías de percepción y de apreciación del mundo social, las estructuras cognitivas y evaluativas (Bourdieu, 1996: 137).

Así pues “el uso de la tecnología está permitiendo establecer articulaciones entre grupos sociales. Es una herramienta que bien usada sirve para organizados para informarse, ponerse de acuerdo” P03, 2016.

Por su parte el P02 precisó que son formas de ciberciudadanías que se están creando, a través de las redes hay una participación activa que la desconocíamos, son otras formas de relacionarse, pero son formas novedosas y muy participativas que están sucediendo en la actualidad, “el internet no es un espacio allí en la atmósfera, es un espacio ocupado por los ciudadanos y ciudadanas, entonces son nuevas formas de acción que todavía no lo vemos bien hacia dónde va, pero sin duda que si están participando, hay una ciudadanía sumamente activa

que está ahí, que toman iniciativa, que hacen acciones, que participan pero no sólo con la lectura de algo sino además interactúan con ellos, hacen acciones” (P02,2016).

-La globalidad en el consumo de la información

Aunque hubo entre los entrevistados divergencias sobre escribir para usuarios de todo el mundo, ser globales; o escribir para la región; ser locales, (glocales, como ya lo establecimos en este trabajo) ya que estos nuevos medios permiten la ubicuidad, es decir, “la posibilidad de superar las barreras del tiempo y el espacio y tener presencia informativa en cualquier lugar” (Tejedor,2006:58), por lo que algunas opiniones refirieron que hay que hacer un periodismo global, pensar en que está pasando en otros Estados del País, en otras partes del mundo, lo que pasa o deje de pasar en Estados Unidos, de alguna manera, afecta económicamente, socialmente, políticamente, lo que pasa o deje de pasar en Centroamérica afecta positiva o negativamente “ya no podemos hacer un periodismo limitado, no podemos hacer un periodismo circunscrito al ámbito chiapaneco, al ámbito tuxtleco. Tenemos que hacer un periodismo global (...). Lo que puedas hacer click, no hay que hacer un periodismo “aldeano”. Que quiero decir con esto, que estar en Internet es global, es una red mundial, y nos están leyendo en diferentes lugares del mundo y por ende también tenemos que referenciar y ubicar, y contextualizar al lector que nos va a leer en el planeta” (P01, 2016). Esto confirma lo dicho por Castells (2012) en el sentido de que “las redes digitales son globales por su capacidad para autorreconfigurarse de acuerdo con las instrucciones de los programadores, trascendiendo los límites territoriales e institucionales a través de redes de ordenadores comunicadas entre sí” (Castells, 2012:51).

Finalmente, y al responder la pregunta ¿Cómo observan el trabajo que realizan los medios *online*, es decir, que son nativos digitales, así como los medios impresos, con soporte digital? Los periodistas consideraron que las versiones digitales, que no cuentan con un análogo, hacen un buen esfuerzo en el uso de las herramientas digitales; se observa un nuevo tratamiento de la información y mayor participación de la sociedad, así como la existencia de proyectos novedosos con gente joven que comienzan a consolidar nuevas propuestas, pero reconocieron que a aún no alcanzan el desarrollo que están teniendo algunos de sus homólogos a nivel nacional e internacional quienes ya cuentan con redacciones especializadas en periodismo electrónico. En Tuxtla Gutiérrez, el discurso para el periodismo digital falta, por descubrirse, concluyeron. Los siguientes son algunos comentarios en donde se puede observar lo anterior:

En Tuxtla Gutiérrez, ha sido un poco limitada esta visión porque lo que han hecho muchos medios de comunicación, digamos impresos es tener una página en internet donde reproducen tal cual sus contenido impresos y le suma, a veces un pequeño video, un audio, pero no hacen uso de toda la producción que pueden realizar con todas estas visiones complementarias, he visto que tampoco en lo general logran la interacción con el receptor que se puede dar a través de esta tecnología, pocas veces hay una producción específica multimedia que se cree en esa cuestión, si no que más como que ir sumando, si tú lo ves es el mismo contenido del impreso (P03, 2016).

Yo creo que se da por el desconocimiento de la tecnología, es tan novedoso que no solo pasa en Chiapas sino que pasa en México, en México en 1995 se empiezan a subir tal cual las versiones de los periódicos no existe algo diferente más que la misma versión impresa sólo que ahora online, decíamos que en Chiapas eso sucede a partir del 2000, entonces es un poco por desconocimiento hacia dónde va la tecnología, me parece de manera natural, hoy empezamos a vivir una configuración diferente o sea un tratamiento diferente de la información, algunas personas conocen de tecnología y empiezan a dar una versión un

tanto diferente, sin embargo, los demás nos encontramos todavía la versión impresa subida a la parte digital, el nuevo discurso, la nueva forma de hacer periodismo digital no la encontramos, esa parte todavía está por descubrirse, los reporteros interactúan con las redes sociales, interactúan con su periódico digital y con su periódico su presentación de radio, etcétera. Pero todavía estamos es esos descubrimientos, todavía es menos la gente que hace tratamiento especial para los medios electrónicos a diferencia de otros espacios, todavía nos falta un medio que sea como el parteaguas, creo que no tenemos esos medios, donde el medio sea en sí digital (...), falta mayor dinamismo todavía en el diseño de las páginas, es un proceso, estamos atrasados sobre eso (P02, 2016).

Yo creo que estamos haciendo lo mismo, con herramientas diferentes, exactamente lo mismo, tú puedes ver el mismo boletín publicado en cincuenta páginas, el mismo, vaya ni de cabeza le cambian, mucho plagio también, está permitido que retomes una información, claro, pero citando la fuente, aquí estamos utilizando las mismas tecnologías para decir exactamente lo mismo, yo creo que el éxito del periodismo digital consiste en crear no solamente nuevos formatos sino también contenidos más profesionales, en la forma en la que tú vayas profesionalizando tus contenidos, en la medida que tú vayas profesionalizando tus formatos o sea la gente no solamente quiere leer un chorizo de letras, no. Al contrario, la tendencia es grafica entonces estamos haciendo lo mismo con las redes sociales y lo que nos falta es, yo creo tener un poco más de creatividad en cómo utilizar las redes sociales y como empezar a impactar entre la sociedad (P05, 2016).

Los periódicos intentaron replicar, creyeron que tener una versión electrónica era similar a tener una versión impresa, no, para nada. Ahorita empezaron a entender y todavía fíjate que yo veo esos medios, estos periódicos tradicionales que no están todavía desarrollando esta etapa digital. No hay todavía un periodismo digital asignado, lo único que están haciendo es pasar su versión impresa a su versión digital y ya creen que con eso también se participa en periodismo digital (...). La gente no quiere leer el clásico medio, en donde otra vez va a parecer el gobernante en turno, de que sirve que dejen de comprar el periódico impreso, en donde en todos ya aparece el gobernante en turno, para que vayan a la web y todos los días vean al gobernador en turno en la misma portada. Entonces la gente ya no quiere ver eso. Quiere ver algo diferente, lo que no se publica en los medios tradicionales, cuando va a las redes sociales, cuando va al internet, la gente quiere ver otro

tipo de noticias. Y lo está viendo y lo está haciendo (. . .) Yo creo que, en Tuxtla Gutiérrez, los medios tradicionales no lo están haciendo bien, y le están ganando la partida otros medios alternativos con menos recursos, sin tanta alharaca, no. De alguna manera, aplicaciones, webs, blogs, periódicos digitales están tomando la delantera, y cuando un periódico tradicional quiere sacar la noticia al otro día, pues ya todos lo leyeron en Reporte Ciudadano, por ejemplo, o en Alerta Chiapas (P01, 2016).

Yo pienso que ahorita hay “boom” de medios digitales o medios que están internet, pero no propiamente estamos haciendo periodismo para la web, sino estamos utilizando el internet como medio, pero no se está haciendo periodismo para la web, es el mismo periodismo tradicional, llevado al internet, a que me refiero, la misma nota que tiene el periódico impreso, es el mismo que ves en el portal. No estamos haciendo periodismo enfocados para las personas que están en la web. Y esto ha sido como una constante lo mismo paso cuando la radio, se hacía radio pensando en prensa. Cuando se empezó como con la tele era lo mismo, como que nos cuesta acostumbrarnos (...). No estamos aprovechando todas las herramientas que nos da el internet (...). Por un lado, a qué bueno que ya compañeras, compañeros tienen sus propios medios digitales, pero que malo que sea replicando el periodismo tradicional, entonces de qué nos sirve tener 30 de lo mismo, creo por ahí está el reto (P04, 20016).

Los entrevistados evidencian a través de sus testimonios la falta de un verdadero ciberperiodismo en la región de Tuxtla Gutiérrez, porque como bien lo reconocen esta nueva forma de comunicación no es reproducir el material informativo de un análogo al digital. Sino hacer periodismo, pero con todas las posibilidades que brinda Internet. Sin embargo, las carencias siguen desde lo económico hasta lo profesional.

En nuestra opinión, todas las expresiones vertidas por todos los actores, todas las vivencias, experiencias, percepciones, creencias y sentir, obedecen a prácticas nuevas, significan su saber desde el rol como periodistas tradicionales y ahora como ciberperiodistas. El nacimiento de un nuevo medio traspasó las fronteras del saber y del conocimiento de cada uno de ellos, sea

interviniendo, innovando, creando, moldeando o modificando las relaciones sociales en los espacios digitales.

## CONCLUSIONES

En este apartado se recogen las reflexiones sobre los conceptos de la región, sobre la región que construimos y nombramos ciberperiodismo basada fundamentalmente en los flujos informacionales y articulada entre lo local y lo global, además recogimos las experiencias de los actores entrevistados, así como las conclusiones derivadas del análisis de contenido, lo que nos permitió realizar una descripción de las prácticas periodísticas en la región de estudio: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Tras observar un fenómeno comunicacional que surgió con el nacimiento del Internet y de las Tecnologías de la Información y comunicación (TIC) las cuales traspasaron las fronteras sin tener puntos fijos, tampoco un centro, sólo redes conectadas por donde los mensajes circulan de forma global-local provocando sinergias y relaciones entre los usuarios. Así, nació y se configuró la región del ciberperiodismo cambiando paradigmas en los procesos de comunicación e información, entre los medios, los periodistas y los usuarios que interactúan e intervienen en el ciberespacio.

El internet, cuyo surgimiento se dio a partir de la década de los 80's y con mayor fuerza en los 90's, adquirió rápidamente presencia en la vida cotidiana, sus usos y efectos son múltiples, uno de ellos se extendió al ejercicio del periodismo. En este contexto, la prensa escrita, ante los novedosos recursos digitales, la inmediatez, la interconexión y la penetración de la información, paulatinamente se fue incorporando a esta gran red para informar desde el

ciberspacio el acontecer social. De acuerdo con el trabajo de campo corroboramos que, en un inicio, solamente realizaban el volcado de la información del medio impreso al digital, pues fue tan rápido y drástico el cambio que la llegada de la tecnología los sorprendió y los encontró sin conocimiento alguno para enfrentarla. “En efecto, los avances tecnológicos llegaron en racimos, interactuando unos con otros en un proceso de rendimientos crecientes” (Castells, 2011:63). Como puntualiza este mismo autor, que, aunque el periódico siga siendo un medio de comunicación de masa, su plataforma de difusión cambia; cambia porque es un medio interactivo que se expande de una esfera a otra, cambia en el tiempo y el espacio porque se lee de diferente manera, en diversos puntos y distintos dispositivos.

Poco a poco la dinámica informativa se ha complejizado, con características como la multimedia, la actualización, el hipertexto y la interactividad que se consigue con el soporte digital, pues es diametralmente opuesto al medio impreso, ya que rompe con la comunicación lineal y unidireccional que antes se presentaba entre el emisor y el receptor. Las TIC, han contribuido a la globalización y han dado lugar a diversas interacciones grupales. Hoy, los medios de comunicación se han constituido en flujos informativos a escala local-global, vivimos en una sociedad red o del conocimiento, en donde la información crece de manera exponencial. Esta sociedad se caracteriza por un predominio del uso de la informática; existe una relación constante entre la tecnología y la sociedad. La cultura de la globalización es la digital, la del ciberespacio, basada en el internet y la multimedia. Aquí la sociedad civil forma un mundo global en el que participa, se vuelve reflexiva, crítica, habla de la conciencia política, la paz y la defensa de los derechos humanos, es así como cada tecnología modifica y adapta las distintas sociedades.

Para ello, primeramente, teorizamos sobre el concepto de región que históricamente y en un principio reducía su estudio a la Geografía, sin mayores mutaciones y alteraciones. El campo de la región ha sido estudiado por diversas disciplinas del conocimiento como la economía, la antropología y más recientemente por las ciencias sociales. El debate y el abordaje que se ha dado a esta noción han sido indistintos, amplios y por muchos años. Por ejemplo, para P. Claval (1993).

La región es “la expresión en el espacio de las relaciones que los hombres establecen, de los grupos a los que éstas dan lugar y de las solidaridades que resulten de ellas, y de las que los protagonistas tienen una conciencia más o menos clara. La vida de relaciones se inscribe en diversas escalas, de manera que la organización del espacio se inscribe en diversos niveles: hay pequeñas regiones, las que nacen de ritmos y complementariedades de la vida cotidiana, y otras más amplias, que unen aquellos que están ligados por relaciones de diversos tipos, menos frecuente en lo referido a los particulares, pero con frecuencia igualmente importantes” (Claval, P., 1993, en Espejo Marín Cayetano, 2003:69).

Sin embargo, como también lo hemos venido refiriendo a lo largo de este trabajo, el desarrollo de las tecnologías hizo que se desacoplara o se desterritorializada el territorio. El tiempo de la sociedad red no tiene pasado ni futuro, dice Castells. Retomando este concepto, nosotros entendemos la región del ciberperiodismo como un espacio que ofrece rasgos definitorios, compuesta por nuevos elementos que la particularizan, la identifican, la socializan y lo vinculan con la conectividad, las relaciones sociales, la digitalización, la telecomunicación y las redes sociales, todo ello, mediado por distintos dispositivos móviles producto de la masificación del internet y las TIC. “A través de las cuales, circulan e interactúan flujos de información que aseguran la simultaneidad de las prácticas sociales de

interacción procesadas en dicho espacio, es decir, incluyen la práctica discursiva y textual, las formas rutinarias de la gestión y producción de la noticia, mismas que evolucionan, traspasan las fronteras y se transforman permanentemente” (Castells, 2012:63).

Comprendemos las prácticas como las dinámicas, las formas y los modos de realizar el periodismo, así los flujos, los procesos que se viven en un espacio y que modifica las actividades de los actores que gestionan la información. Por tal motivo, una de las aportaciones que realiza esta investigación es abordar el estudio de la región como un espacio de flujos comunicacionales, “que articulan las prácticas de comunicación con las dinámicas culturales y los movimientos sociales” (Martín Barbero en Padilla de la Torre, 2012:31).

En el trabajo, se presentaron las bases metodológicas de nuestra investigación, la cual está posicionada en el paradigma interpretativo enfocado a la comprensión de los fenómenos sociales. Indudablemente, la metodología cualitativa y el método hermenéutico complementaron el planteamiento que realizamos en un principio de la tesis, mediante nuestras preguntas de investigación.

1. ¿Cuáles son los cambios y las prácticas periodísticas en la región de Tuxtla Gutiérrez?:

La práctica periodística se vive con la inmediatez, el periodista actualmente tiene que escribir más rápido, transmite en tiempo real, compite con otros periodistas y con otras empresas periodísticas.

2. ¿Cómo el ciberperiodismo puede constituirse en una región?:

Debido a la multimedialidad, las redes sociales, la participación activa del periodista con el usuario y el espacio de los flujos, el ciberperiodismo se constituyó en una región.

3. ¿Cómo el ciberperiodismo configuró un nuevo esquema de información en la sociedad?:

La sociedad enfrenta y vive una nueva realidad con el internet y la digitalización, se encuentra inmersa en una dinámica informativa muy rápida, las redes sociales vinieron a complementar esos cambios debido a que hoy las personas pueden informarse a través de *Twitter*, *Facebook*, o a través de cualquier red social, en cualquier hora y en cualquier lugar.

4. ¿Cómo se gestiona, produce, consume y se ejercen las prácticas periodísticas en el ciberperiodismo?.

El periodismo digital gestiona con nueva tecnología, de hecho, los periodistas sienten y piensan que la tecnología los rebaso, que apenas se estaban acomodando con el esquema tradicional cuando los nuevos medios los alcanzó, es decir, el periodismo digital hace aproximadamente 10 años vino a cambiar por completo el modo y las practicas periodísticas. Por ello, muchos periodistas consideran que el reto es seguirse capacitando, actualizando en temas periodísticos, pero principalmente en medios digitales.

Todas estas respuestas se fortalecieron con el trabajo de campo, el análisis de contenido que mediante una categorización nos permitió evaluar cuáles son los elementos de las páginas de inicio de los cibermedios estudiados, así como de la entrevista no estructurada con la que recopilamos las experiencias vividas de nuestros actores sociales.

Luego del análisis realizado en esta tesis, podemos concluir que los cuatro sitios estudiados: Cuarto Poder, Diario de Chiapas, Paralelo Chiapas y Monitor Sur están transitando hacia un ciberperiodismo que les permita utilizar todas las potencialidades que brinda la Red: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y temporalidad. Durante el análisis observamos que en los dos primeros medios prevalece el volcado de la información del impreso a su plataforma digital, es decir, no incluyen noticias preparadas exclusivamente para este entorno. En el caso de los medios que operan únicamente en línea: Chiapas Paralelo y Monitor Sur se encuentran en la búsqueda de un discurso digital que los posicione ante la preferencia del usuario. No obstante, que los cuatro medios tienen poco tiempo de haber aparecido en el ciberespacio (según fecha recabada), no podemos negar, que aunque de manera rústica y limitada, utilizan las herramientas y características del ciberperiodismo antes mencionada, un poco menos la temporalidad, ya que estos nuevos medios, precisamente por la inmediatez que brinda la red podrían aprovechar el tiempo (algo de lo que carece el medio impreso), subir la información casi de forma inmediata, sin embargo, esto no sucede, de hecho el cambio de la información la realizan cada 24 horas, al igual que el periodo establecido en el medio tradicional, y en ocasiones hasta más, por ejemplo, El Diario de Chiapas, en su sección denominada de “Última Hora” no la actualiza ni dentro de un periodo de 24 horas, también hay notas que se advierten que no actualizan la fecha, principalmente las que se ubican en la parte inferior del periódico (esto, al menos durante la etapa de recogida de la información, junio de 2016). Lo que nos resulta paradójico, es que, son precisamente los dos medios impresos que están llevando a cabo, en su soporte digital, el periodismo convergente, es decir, la integración de la prensa, la radio y la televisión, en una misma plataforma. En el caso de los medios nativos digitales, esto no se da. De acuerdo con los testimonios de los entrevistados, lo

anterior no es posible porque su redacción digital es pequeña y limitada tanto de recursos económicos, como humanos, lo que confirma nuestro supuesto planteado en esta tesis: La información y la comunicación en el Ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez, se produce y gestiona con escasos recursos económicos y humanos.

Otro de los puntos analizados fue que en estos cibermedios prevalece la noticia acompañado de la fotografía, no destacan otros géneros del periodismo como el Reportaje o la Crónica, pensamos que esto sucede por la diferencia de la redacción en estos nuevos medios: los textos son más cortos. En cuanto a la estructura y organización de la información son muy similares al formato en papel, de hecho, notamos que tres de los cuatro medios analizados están delimitados por las mismas tres columnas del medio en papel. Las noticias principales o para portadas están delimitadas por su tamaño, también como sucede en el medio impreso. El cibermedio Monitor Sur no ofrece una estructura muy atractiva, está dividido en cuatro columnas lo que lo hace verse más cargado de texto y no permite que lector navegue con rapidez. Un recurso que notamos que solamente utilizan en el interior de su medio es la hipertextualidad, no cuentan con enlaces a otras páginas o sitios web, que lo que te permite esta característica.

Al analizar las prácticas periodísticas, las rutinas de trabajo, las nuevas competencias y habilidades que exige esta nueva forma de comunicar, nos dimos cuenta que los actores significan la experiencia vivida. A través de la entrevista no estructurada, los periodistas que trabajan en distintos medios *online* nos compartieron sus experiencias y revelaron distintas formas de ver y enfrentar los retos en las prácticas periodísticas. Fue así como observamos cómo se comporta región de estudio. Los hallazgos más importantes fueron que los

cibermedios se encuentran en una etapa de transición, experimentación y consolidación; el perfil del periodista se redefine junto a sus habilidades y competencias; hoy necesita contar con nuevas herramientas digitales e interactuar cada vez más con sus fuentes informativas y con los usuarios. El periodismo digital les permitió un mayor sentido de autonomía, rapidez, interacción, libertad de expresión, así como el desarrollo de temas distintos a los publicados en los medios tradicionales, lo que les da la oportunidad de abordarlos desde una perspectiva plural en la que el ciudadano ya no sólo es lector o receptor pasivo, sino que se vuelve un productor de la información y constructor de ciudadanía.

Los medios de comunicación digital les permite utilizar, constantemente, las redes sociales para difundir las noticias; con el periodismo digital deben consumir la información de forma distinta, ahora requieren prepararse para el entorno digital, acudir a cursos, talleres o bien consultar las grandes bases de datos o verificar sus fuentes desde las distintas plataformas, actualmente los periodistas producen y comparten sus mensajes desde las diferentes cuentas de *Facebook* y *Twitter*. Asimismo, a través de las aplicaciones de *Periscope* y más recientemente, de *Facebook Live* transmiten su información en vivo desde cualquier punto donde se genere la noticia, desde ahí comparten diferentes realidades, construyen historias que se convierten, a la vez, en la historia de cientos o miles de usuarios. Desde nuestra perspectiva, el ciberperiodismo está cada vez más integrada a la vida cotidiana y a la difusión de los temas institucionales y sociales.

Otro de las expresiones compartidas y sentir generalizado por parte de nuestros entrevistados es que el ciberperiodismo está llevando a las empresas de comunicación a actualizarse en materia de tecnologías, a reestructurar las salas de redacciones y (en muchos

casos, dependiendo de su economía) a contratar nuevo personal como el diseñador de páginas web o la figura del *Community Manager* quien se encarga, entre otras cosas, de posicionar la imagen del medio con el usuario, a través de las redes sociales.

Lo que es una realidad es que todas las empresas periodísticas, en la región de Tuxtla Gutiérrez, por modestas que resulten cuentan con páginas web mediante las que difunden sus productos informativos, es innegable que todos los periódicos se han lanzado a la conquista del ciberespacio, brindándoles a sus lectores opciones interactivas para socializar aún más con estos medios.

De este modo, el estudio del ciberperiodismo también llamado periodismo por internet, electrónico, digital, interactivo o periodismo *online*, es un nuevo modelo de periodismo que como vimos continúa su expansión con mayor fuerza en la región de Tuxtla Gutiérrez.

Asimismo, en el plano teórico, nuestro análisis partió en torno a los conceptos de la teoría de sociedad red de Manuel Castells, la cual refiere que una sociedad está conectada por redes digitales y globales misma que posibilitan las relaciones y la comunicación socializada entre los que participan. Esta teoría señala además que las actividades básicas que configuran y controlan la vida humana en cada rincón del planeta se encuentran organizadas mediante las redes globales, es así como los mercados financieros, la producción, la gestión y la distribución transnacional de bienes y servicios, además de la ciencia, la tecnología y los medios de comunicación están vinculados por redes de internet interactivas. También nos apoyamos en la obra de Carlos Scolari, *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, que nos habla de procesos de intercambio, producción y

consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.

En nuestra opinión, estamos ante una forma distinta de hacer y consumir periodismo, lo que genera, nuevas estructuras de interactividad en la región de Tuxtla Gutiérrez, distintas a las de hace unos años, donde prevalecían los medios de información tradicionales con poca retroalimentación.

La visión, de nuestra parte, quizá resulte muy aventurada, de que en un futuro los medios impresos podrían dejar de circular, sin embargo, mantenerlos representa un alto costo, sumado al escaso número de lectores que registran y al bajo número de ejemplares que tiran. A nivel local, el pasado 2 de abril de 2016, El Diario de Chiapas dejó de circular los días sábados y domingos en su versión impresa, por lo que los fines de semana sólo puede leerse en la red. A nivel internacional, el 26 de marzo de 2016, el periódico británico *The Independent* cerró sus rotativas del tradicional formato de papel para continuar su edición únicamente en plataforma digital. En una nota publicada por el periódico *online*, El País, explicaba que las razones del cierre de ese periódico fueron las pérdidas en la industria periodística y las exigencias de las nuevas tecnologías.

- Estas consideraciones, nos permiten sustentar que la red es un nuevo espacio global que genera nuevas dinámicas para consumir y compartir diversos contenidos; las redes digitales y globales no poseen límites, no solo ha cambiado el rol de los usuarios que son mucho más activos y exigentes, sino también los nuevos soportes y narrativas. Por esta razón, podemos afirmar que el periodismo

está en pleno proceso de transformación y consolidación, encaminado hacia un nuevo concepto de región: La región del ciberperiodismo que la conceptualizamos como un espacio social entre los periodistas, los sujetos y los medios, quienes interactúan y se comunican en el ciberespacio mediados por los dispositivos móviles, respondiendo, de esta manera, a nuestros supuestos planteados en nuestra investigación:

- Las tecnologías de información y comunicación cambiaron las prácticas periodísticas
- El ciberperiodismo se constituyó en una región
- El ciberperiodismo gestiona, produce, consume y ejerce las prácticas periodísticas en un entorno digitalizado
- El ciberperiodismo cambió la manera de interacción social y el flujo de información hacia los sujetos

La región del ciberperiodismo, es una región vivida que se organiza en torno al espacio de flujos, formados por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación: El ciberespacio. Una región que gestiona el ciberperiodismo a través de nuevas prácticas que se modificaron con los recursos tecnológicos, la gestión mediante el conocimiento, las relaciones, la interacción, los vínculos, la comunicación, la información, la hiperconectividad, la tecnología, la multimedia, la interactividad, la hipertextualidad y los

dispositivos móviles; la gestiona con el uso y el desarrollo de las aplicaciones móviles, las comunidades virtuales, las redes sociales como *Youtube, Facebook, Twitter e Instagram*.

En conclusión, y tras analizar los objetivos específicos establecidos cómo: cuáles son los cambios y las prácticas periodísticas en la región de Tuxtla Gutiérrez, cómo fue el proceso de configuración de una región para el periodismo, cómo el ciberperiodismo se constituyó en una región, además de estudiar cómo ejercen los periodistas su labor ante un entorno digitalizado construimos una nueva región que nombramos ciberperiodismo integrada de forma cibernética, que interactúa, comparte, informa y socializa entre hombres-maquinas, es un tipo de región digital porque “existen dispositivos y aplicaciones que sustentan la proliferación de espacios sociales en internet gracias a la mayor capacidad de banda ancha” (Castells, 2012;101), y que definitivamente, la consideramos una región porque se transforma y cambia constantemente, hay dinamismo, relaciones de poder, de producción, prácticas; es una región en la que claramente podemos ver un espacio social, espacio simbólico, acción y estructura, producción del conocimiento e información, prácticas socioculturales y comunicacionales, producción de sentido, de significados, de identidad de los sujetos sociales.

### **Futuras líneas de investigación**

El trabajo aquí presentado, y que se fue enriqueciendo durante su realización, inscribió en el campo de los estudios regionales, en un contexto social y primordialmente tecnológico respondiendo al propósito general de analizar la gestión, la producción y el consumo de la información. Sin embargo, la observación de este fenómeno, sus hechos y sus componentes, no

se agotan, hay muchas aristas por donde analizarlos, por lo que estableceremos futuras líneas de investigación que profundicen en esta situación, hasta ahora observada.

- A. Analizar el consumo digital de los usuarios desde una perspectiva de recepción.
- B. Analizar el modelo de negocio para el periodismo en línea
- C. Proporcionar un manual que sirva de lineamientos y referencias para los periodistas y las empresas informativas que contribuya a ser competentes en el mercado informativo.
- D. Consolidar, a través de productos de investigación el concepto de la región del ciberperiodismo.
- E. Abundar en el concepto de la apropiación de la tecnología, redes, culturas y construcción de comunidad en el ciberperiodismo.

### **Limitaciones de la tesis**

Respecto a las limitaciones de la tesis, quizá, por la reciente incorporación de los periódicos a la Red, nos encontramos que en algunos casos, desconocen la fecha exacta de ingreso del medio a internet, incluso solicitamos a un director que nos proporcionara el dato, sin embargo, la solicitud fue rechazada, seguramente por la misma situación. Otra de las limitaciones fue que los periódicos los más pequeños o con más problemas económicos presentaban problemas con el alojamiento, por lo que en ocasiones estaban fuera de la red.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andréu Abela, J. (sf). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Alzugaray Treto, Carlos (2009). La construcción de Regiones: un acercamiento teórico inicial para su aplicación comparada a América Latina y el Caribe. Centro de Estudios y programas Interamericanos (CEPI). Documento de trabajo No. 20, diciembre, 2009. Recuperado de <http://interamericanos.itam.mx/working--papers/AZUGARAY.pdf>

Anderson, Benedic (1993). El origen de la conciencia nacional. Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. México: FCE.

Ayora Díaz, Steffan Igor (1995). Región y Globalización: reflexiones de un concepto desde la antropología, en cuadernos de arquitectura y urbanismo, núm. 1: 9-40. Tuxtla Gutiérrez, México.

Barrios Puga, A. (2013). El Ciberperiodismo en México: Realidades, desafíos y oportunidades. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela. Recuperado de [http://dspace.usc.es/bitstream/10347/9558/1/rep\\_540.pdf](http://dspace.usc.es/bitstream/10347/9558/1/rep_540.pdf)

Bataillon, Claude (1993). Las regiones geográficas de México. México: Siglo Veintiuno Editores.

Bauman, Zygmunt (2010). La globalización. Consecuencias humanas. México. D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Beck, Ulrich (2008). “Lógicas dimensiones y consecuencias de la globalización”, en ¿Qué es la globalización?. Barcelona: Bolsillo Paidós.

Boisier, S. (2006). Algunas reflexiones para aproximarse al concepto de ciudad-región. Estudios sociales, vol. 15, núm. 28, julio-diciembre. pp. 164-190. Coordinación de Desarrollo Regional. Hermosillo, México. Recuperado de [http://www.redalyc.org/pdf/417/Resumenes/Resumen\\_41702806\\_1.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/417/Resumenes/Resumen_41702806_1.pdf)

Bourdieu, Pierre (1996) “Espacio social y poder simbólico” en Cosas dichas. Barcelona: Gedisa.

Borrat, Héctor (1989). El periódico, actor político. Barcelona: Gustavo Gili.

Bourdieu, Pierre (1999) “Espacio social y espacio simbólico” Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona: Anagrama.

Buzai, Gustavo (s/f) Evolución del concepto de región, ante la emergencia del ciberespacio. Buenos Aires, Argentina. Centro de Estudios Avanzados-UBA. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/237376786\\_Evolucion\\_del\\_concepto\\_de\\_region\\_ante\\_la\\_emergencia\\_del\\_ciberespacio\\_Elementos\\_para\\_un\\_debate\\_actual](https://www.researchgate.net/publication/237376786_Evolucion_del_concepto_de_region_ante_la_emergencia_del_ciberespacio_Elementos_para_un_debate_actual)

Briggs, A. y Burke, P. (2002). De Gutenberg a Internet. Madrid:Taurus

Canavilhas, Joao. (2007) Webnoticia. Propuesta de modelo periodístico para la WWW. LivrosLabCom.

Castell, Manuel (1994). Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional. En nuevas perspectivas críticas de educación. Barcelona: Paidós.

Castells, Manuel (2011). La era de la información, Vol. I, la sociedad red. México. D.F.: Siglo XXI editores.

Castells, Manuel (2012). Comunicación y poder. México. D.F.: Siglo XXI editores.

Castells Manuel (1994) Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional, en nuevas perspectivas críticas en educación, Barcelona: Paidós.

Crovi, Delia; Toussaint, Florence; Tovar, Aurora (2006). Periodismo Digital en México. UNAM. México.

Cuevas Landero Elisa G. (2014, 20 de noviembre). Determinante socio-política sobre las palabras y los conceptos. El caso de la prensa digital. Revista Mexicana de Opinión Pública. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/journal/18707300/18>

De Sousa Santos, Boaventura (1998). “Los nuevos movimientos sociales”. De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la posmodernidad. Bogota, Uniandes.

Díaz Noci, Javier, y Meso Ayerdi, Koldo. (2000). Periodismo Electrónico Multimedia. Universidad del País Vasco.

Espejo Marin, Cayetano (2003). Anotaciones en torno al concepto de región. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28265242\\_Anotaciones\\_en\\_torno\\_al\\_concepto\\_de\\_region](https://www.researchgate.net/publication/28265242_Anotaciones_en_torno_al_concepto_de_region)

Espiritusanto, Oscar y Gonzalo Rodríguez Paula (2011). Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Barcelona, España: Editorial Ariel.

Fidler, Roger (1998). Mediamorfosis. Argentina: Granica. S. A.

Fumero, Antonio (2007). Web 2.0. España: Fundación Orange

Galindo, Cáceres, Jesús (1998, Abril-Junio). Redes, comunidad virtual y cibercultura. Razón y Palabra. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/galindo.htm>

García Canclini, N. (2005). Teoría de la interculturalidad y fracasos políticos. En diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa.

García, Viviana. (2012). La identidad visual de los periódicos digitales. En Rost, A. y Bergero, F. (Comps.) Periodismo en Contexto de Convergencias. Argentina: Publifadecs.

Giddens, Anthony (1995). “Tiempo, espacio y regionalización”. Capítulo 3. La Constitución de la Sociedad. Buenos Aires: Amorrortu.

Giddens, Anthony (1997). Sociología. Madrid: Alianza Editorial.

Giménez, Gilberto (2007) “Cultura, identidad y metropolitanismo global” en estudios sobre la cultura y las identidades sociales. México: Conaculta.

Ginsburg Leslie B. y Uribe Villegas, O. (1958), Significado del Término “Región”. En Revista Mexicana de Sociología. Año XX, Vol. 20, No. ( 3 ), 781-789. (Septiembre-Diciembre). Universidad Nacional Autónoma de México. México. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/3538253>

Hernández Sánchez, Leonid Elsidio. Concepciones acerca de la región en la problemática actual de la integración latinoamericana. Recuperado de

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/lehs/introduccion-problematika-integracion-latinoamericana.html>

Hortal, P. I. y Pérez Martínez, V. M. (Coords). (2013). *Ciber Medios. Palabra, imagen y tecnología*. España. Ediciones Universidad San Jorge.

Melucci, Alberto (1999) “Los movimientos sociales en la sociedad contemporánea”, en Melucci Alberto (1999) *Acción Colectiva, vida cotidiana y democracia*, México, COLMEX, pp 69-93

Marín, Carlos y Leñero, Vicente (1986). *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo

Martín Barbero y López de la Roche (1998). *Cultura, medios y sociedad*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Martínez Miguélez, M. (2002). *La etnometodología y el interaccionismo simbólico. Sus aspectos metodológicos específicos*. Recuperado de <http://prof.usb.ve/miguelm/laetnometodologia.html>

Monje Álvarez, Carlos Arturo (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, guía didáctica*. Universidad Sur Colombiana.

Negroponte, Nicholas. (1995) *El mundo digital*. Barcelona, España. Ediciones B.S.A.

Orihuela, José Luis (2002). *Internet, nuevos paradigmas de la comunicación*. Chasqui, no.77. Recuperado de <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/1416>

Padilla de la Torre, M.R. (2012). *Geografías, ciudadanas y mediáticas*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Padilla de la Torre, M.R. (2012). *Geografías, ciudadanas y mediáticas*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Palacios, Marcos y Díaz Noci, Javier (2007). *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. España: Editorial de la Universidad del País del Vasco. Recuperado de <https://robertoigarza.files.wordpress.com/2009/04/art-ciberperiodismo-metodos-de-investigacion-diaz-nocepalacios-2007.pdf>

Piscitelli, Alejandro. *Nativos e inmigrantes digitales. ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún?* *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 11,

núm. 28, enero-marzo, 2006, pp. 179-185 Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/140/14002809.pdf>

Pujadas, Joan J. (2003), “Biografía de una frontera. Procesos de globalización en dos enclaves pirenaicos: Andorra y Cerdeña”, en bueno: Carmen y Encarnación Aguilar (Coords.), Las expresiones locales de la Globalización: México y España: CIESAS, Universidad Iberoamericana, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México.

Ramírez Saiz, Juan Manuel (2011). “Dimensiones constitutivas y ejes estructurales de la ciudadanía”, en Revista Estudios Políticos. Centro de Estudios políticos, FCPyS-UNAM, Núm. 26 mayo-agosto. 2012, pp 11-35

Quim, Gil. (1999). Diseñando al periodista digital. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

Rivadeneira Prada Raúl. (2010). Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. México. Trillas.

Rost, Alejandro. (2006). La interactividad en el periódico digital. (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona.

Rost, Alejandro y Bergero, Fabián (Comps.). (2012), Periodismo en Contexto de Convergencia. Argentina: Publifadecs

Rost, A. y Liuzzi A. (2012). Reorganización de las redacciones y nuevos perfiles profesionales. En Rost, A. y Bergero, F. (Comps.) Periodismo en Contexto de Convergencias. Argentina: Publifadecs.

Sandín Esteban, M.P. (2006). Perspectivas teórico-epistemológicas en la investigación educativa. En Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones (pp.45-71). Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Scolari Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

Serrano, Tellería A. (2010). Diseño de nodos iniciales en cibermedios: Un estudio comparativo. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco. España.

Strauss A. y Corbin J. (2002). Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para Desarrollar la teoría fundamentada. Facultad de Enfermería de la Universidad de Antioquía. Editorial Universidad de Antioquía.

Taracena Arriola, Arturo (2000). Región e Historia. Cuadernos Digitales: Publicación Electrónica en Historia, Archivista y Estudios Sociales. No. 2. Septiembre del 2000.

Universidad de Costa Rica. En <http://historia.fcs.ucr.ac.cr/cuadernos/c2-his.htm>

Taracena Arriola, Arturo (2008) Propuesta de definición histórica para región. Revista de Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México. No. 35. (Enero-Junio). Unam. México. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26202008000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26202008000100006)

Taylor S.J. Bogdan R. (1994). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. España. Paidós.

Tejedor Calvo, Santiago (2006). La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo de España. Tesis doctoral. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/4188>

Touraine Alain (1997). La sociedad multicultural, ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. México: FCE.

Vargas Beal, Xavier (2012). ¿Cómo hacer Investigación cualitativa?, Guadalajara, México. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

## ANEXOS

### **Anexos de las entrevistas**

Entrevistado: P01

Entrevistadora: Rosa Solórzano Ruiz

R: ¿Cuál es la realidad del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez, ¿Cuál es tu experiencia, los retos en esta nueva forma de comunicación?:

I: Yo soy uno de los miembros editores y realizadores del portal de noticias Chiapas Paralelo, un portal que hacemos desde Chiapas para el mundo, en esta nueva era global a través de internet, un espacio digital. La experiencia que yo te puedo comentar de Chiapas Paralelo es que hemos tenido un buen recibimiento, sobre todo porque estamos haciendo un periodismo crítico, de investigación, de análisis y denuncia, esta es una grata experiencia. Hemos tenido

impacto a nivel nacional e internacional. Hemos sido retomados por otros portales de noticias, videos, notas que hemos subido, documentos que han sido retomados por otros periodistas de corte nacional e internacional. Yo creo que también estamos ganando ya un espacio en el escenario mediático digital. De igual forma, el *hackeo* de páginas, el espionaje cibernético que se da de alguna manera y digamos, que una cosa negativa también conlleva a cosas positivas, y en el periodismo digital lo hemos vivido, lo estamos pasando a nivel nacional e internacional, eso es una experiencia vivida, ¡no!.

¿Cuáles serían los retos?, los principales retos sería lograr el financiamiento. Yo creo que el financiamiento es lo más difícil para todos los portales de noticias, lo más fácil es allegarse de publicidad gubernamental. Nosotros en este momento no hemos optado por ese camino, por esa vía, estamos explorando espacios, otras vías, otros métodos para obtener recursos. Es un portal de noticias hecho por profesionales de la comunicación, académicos, investigadores, periodistas, analistas, escritores, es un grupo muy compacto y gente muy comprometida y de alguna manera con experiencia en lo que escribe.

R: ¿Cuál es el principal problema o principal reto que tienen, la adaptación, la profesionalización?:

Yo creo que hasta ahorita hemos sido un portal de noticias que nos estamos moviendo con textos periodísticos o documentos y un espacio de video, pero yo creo que el reto al final es mantener el portal con noticias en tiempo real con una interacción más activa con los lectores; también hacer radio *online* a través del portal, yo creo que no es fácil, todavía estamos en un proceso, no es un proceso acabado el de Chiapas Paralelo, es un proceso todavía que se está

viviendo, y en esta etapa estamos nosotros. La adaptación, una buena adaptación diría hacer de Chiapas Paralelo bilingüe, o una sección en inglés, hacer las noticias en inglés. Estamos en ese proceso todavía de adaptación y de lograr el financiamiento, ya que en la medida que haya recursos, de alguna manera, uno se adapta mejor técnicamente.

La profesionalización de los medios de comunicación, creo que es una de las cuestiones más importantes. Nosotros debemos estar de una manera permanente actualizada, a la vanguardia en cursos, talleres, conferencias, manuales, libros todo lo que tiene que ver con esto, con estas tendencias del periodismo digital, con estas tendencias del ciberperiodismo, de la nueva era de la comunicación. Y de alguna manera estamos trabajando aliados con otros medios de comunicación de otros Estados del país, incluso no estamos ajenos a lo que está pasando a nivel internacional con otros medios de comunicación. Nosotros estamos de alguna manera trabajando en este proceso, como ya te dije no es un proceso todavía terminado. Desde Tuxtla para el mundo la nueva era global, estamos trabajando en ellos, y yo creo que poco a poco vamos a seguir superándonos y haciendo un mejor trabajo.

R: ¿En la parte profesional, los periodistas que hacían periodismo tradicional pasaron hacer ciberperiodistas, se puede hablar de una etapa en Tuxtla Gutiérrez, concretamente, de que existen ciberperiodistas?:

I: Yo creo que la segunda década, principalmente la que estamos viviendo los primeros cinco años de la segunda década del siglo XXI, estamos hablando de este grupo.

A partir del 2010 para acá podemos hablar de una marcada etapa de ciberperiodistas, de ciberperiodismo, ya como un hecho real. Aunque bueno, esto empezó desde los noventas. En los noventas podemos hablar de esto, en la segunda mitad de los noventas podemos hablar que empezó el ciberperiodismo, pero ya con una solidez, podemos hablar de la segunda década del siglo XXI, del 2000, 2005, 2010, a la fecha.

Yo puedo identificar una etapa a partir del 2005, fue muy incipiente. Yo lo que te quiero decir es que hay una marcada diferencia entre el siglo XX y el siglo XXI. Del 2000 a la fecha hay una marcada diferencia en el periodismo digital. Hay cada vez más gente haciendo periodismo digital. Los periódicos entendieron después del 1999-2000 que no solamente era tener la versión impresa, sino también debían contar con una versión digital, una versión electrónica, una versión en internet. Y ahí están todos los periódicos locales como Cuarto Poder, El Diario de Chiapas y todos los demás.

R: Todos tienen una página web, es cierto, han trasladado su información a la red, pero se observa que aún les falta la parte digital, la parte de actualización, ¿Qué opinas de esto?:

I: En efecto, tampoco es una garantía tener una página en internet, porque de pronto los periódicos intentaron replicar, creyeron que tener una versión electrónica era similar a tener una versión impresa, no, para nada. Ahorita empezaron a entender y todavía fíjate que yo veo esos medios, estos periódicos tradicionales que no están todavía desarrollando esta etapa digital, no hay todavía un periodismo digital asignado, lo único que están haciendo es pasar su versión impresa a su versión digital y ya creen que con eso también se participa en periodismo

digital.

R: ¿Y no lo es?:

I: No, no lo es, el asunto es estar actualizado día con día, pero además es interactuar con las redes sociales, usar *Youtube*, *Soundcloud*, *Facebook*, *Twitter*, todas estas herramientas, además de saber tomar fotos y editar videos, audios, tratar de estar subiendo material constantemente, subir la información al día, al momento. Yo creo que se crea una tarea que se llama *Community Manager*, se crea un equipo para internet. Ya todos los periódicos a nivel nacional e internacional tienen un equipo de internet que están abocados a estar trabajando la parte digital, hay que fortalecer ese equipo y están sólo para ello. Entonces, yo creo que en Tuxtla Gutiérrez los medios tradicionales no lo están haciendo bien, y le están ganando la partida otros medios alternativos con menos recursos, sin tanta alharaca, no. De alguna manera, aplicaciones, webs, blogs, periódicos digitales están tomando la delantera, y cuando un periódico tradicional quiere sacar la noticia al otro día, pues ya todos lo leyeron en *Reporte Ciudadano*, por ejemplo, o en *Alerta Chiapas*.

R: ¿Estos medios digitales que tú mencionas, que nacieron por la emergencia cibernética, sin tener un medio análogo, en tú opinión, lo están haciendo bien?, porque si bien, pueden estar mejores que los periódicos impresos con soporte digital, también se observa que aún están en una etapa incipiente, que no alcanzan a estar a la altura de los medios nacionales como lo señalabas.

I: Te voy a decir una cosa, el principal problema ahorita es el financiamiento de los medios independientes, de los medios digitales; el otro gran problema es la conectividad, se habla de que en México cuatro de cada 10 mexicanos tienen acceso a internet. O sea, seis de cada diez personas no tienen acceso a internet, esa cifra se amplía aún más en Chiapas; en Chiapas hasta el 2010 se decía, no se ahorita, no recuerdo la cifra de cuanto pueda ser, que uno de cada diez chiapanecos tenía acceso a internet, es decir, nueve de cada diez chiapanecos no conocen el internet o no tiene acceso. Entonces, también eso es un obstáculo. Y es algo muy relativo decir llegó a todo el Estado, me lee todo el Estado, es utópico, no. Es algo soñado no te va a leer todo el mundo, sí llegas a una élite, a una élite informada, educada o con un cierto nivel de educación o económico, pero no te leen todos. Tampoco hay que ser ilusos, a lo mejor te pueden leer más en el extranjero que acá. De hecho, nosotros (Chiapas Paralelo) tenemos índices de lectores, porque finalmente nosotros no sólo escribimos para los chiapanecos, escribimos para México y para todo el mundo, porque también eso hay que tener muy claro que cuando escribas saber para qué lector estás pensando. Nosotros, no estamos pensando en que nos van a leer sólo en Tapachula, en Tuxtla, en Comalapa, Comitán, Palenque. Estamos pensando en el lector que está en Oaxaca, en Guerrero, en Campeche. Estamos pensando en el lector fuera del Estado y del país, incluso.

R: En ese sentido, es importante, al menos para mí, una pregunta porque esto tiene que ver con la región que estoy viendo, estudiando. ¿cómo establecerías una región del ciberperiodismo, donde observas sus prácticas? tú me dices que además de Tuxtla Gutiérrez, escriben, piensan, interactúan con otros lectores de otros Estados, incluso de otros países.

I: En nuestro caso (Chiapas Paralelo) nacimos con una visión global, no sé los demás medios, bueno Alerta Chiapas es muy local, Reporte Ciudadano es muy local, Vía Libre y muchos más, pero consideró que nosotros, no. Lo hacemos local y global porque estar en internet te permite que te lea alguien que está en China, en Japón, que nos puedan leer en español, alguien que está en Italia, en Europa, en Estados Unidos, Sudamérica. Y sí, nos han reportado lectores y lecturas de esos lugares, de lugares lejanos y remotos. Qué quiero decir con esto, que estar en internet es global, es una red mundial, por lo que nos están leyendo en diferentes lugares del mundo y, por ende, también tenemos que referenciar y ubicar, además de contextualizar al lector que nos va a leer en el planeta. Nosotros, tenemos medios aliados, cuando nacimos, no nacimos solos, nacimos apoyados de otros medios. Chiapas Paralelo tiene aliados porque comparte información y saben de nuestra existencia y sabemos de su existencia. En este sentido, nos apoyó también una amiga chilena madre del periodismo digital en Latinoamérica: Esther Vargas, de [www.clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com). Esther Vargas sabe de nosotros, ella nos apoyó, nos impulsó, es una viajera por Sudamérica y Europa dando cursos y talleres sobre periodismo digital. Ella ha venido a México y ha venido a Chiapas, es una mujer muy talentosa, nos conoce y nos dio la patadita de la buena suerte. Pero además estamos trabajando y entregamos información con página 3D, de Oaxaca; con Lado B, de Puebla; con CIMAT, de la ciudad de México; con Proyecto 10 de Jalisco. Bueno, tú lo puedes ver en la página, todos los medios aliados, son medios con los cuales estamos estableciendo una red de medios digitales alternativos. Estamos dentro de ese contexto de una red a nivel nacional.

R: Aparte de la globalidad, ¿qué otros elementos los une?:

I: Yo creo que lo que nos une es abordar temas con contenidos, temas que tienen que ver con violaciones a los derechos humanos, la contaminación, medio ambiente, migración, la crítica, el cuestionamiento a los hombres y a las mujeres del poder, la crítica a los poderes básicos establecidos, el denunciar, el exhibir, el ser portavoces de los grupos que protestan, que reclaman a los poderes establecidos. Yo creo que eso nos une con otros medios y eso también vende, eso es lo que la gente quiere leer. No quieren leer el clásico medio, en donde otra vez va a parecer el gobernante en turno, de que sirve que dejen de comprar el periódico impreso, en donde en todos ya aparece el gobernante en turno, para que aparte vayan a la web y todos los días vean al gobernador en turno en la misma portada. La gente ya no quiere ver eso, quiere ver algo diferente, lo que no se publica en los medios tradicionales, cuando va a las redes sociales, cuando va al internet, la gente quiere ver otro tipo de noticias, y lo está viendo y lo está haciendo.

R: Por ejemplo, si hablamos de Japón, de Estados Unidos, ya dijiste los temas que los une, pero también se habla de un periodismo hiperlocal que sólo le interesa a quienes viven en Tuxtla Gutiérrez y en el Estado, entonces, ¿cuál sería el vínculo o cómo al lector, podría interesarle el tema?:

I: Mira hay temas locales que se vuelven globales, al menos en Chiapas estamos en una región privilegiada, ¿en qué sentido?, estamos en una Frontera Sur, de una u otra manera tenemos todos los tipos de conflictividad que se genera: migración, tráfico de armas, tráfico de drogas, tráfico de personas, prostitución, tráfico de mercancía. Como periodistas estamos en una región muy rica. En una región muy privilegiada. Para cualquier periodista que vive en otro Estado del País le encantaría estar en un lugar como Chiapas, que es una ventana

informativa y periodística, pero además tenemos un Estado con una particularidad, tenemos un conflicto armado como el de los zapatistas, que todavía mueve conciencias y mueve gente en Europa y en el Norte del País y muchos Estados del País, tenemos doce grupos indígenas, tenemos una gran riqueza natural. Chiapas es un Estado muy, muy, padre, muy bonito y muy singular en comparación con otros Estados del País. Yo creo que eso nos da un atractivo como comunicadores y como medios para retratar toda esa singularidad. Yo pienso que es algo que estamos aprovechando, mucha gente que viene de fuera nos busca, viene gente de diferentes medios y lugares del Centro y Norte del país, de medios como el New York Times, viene gente de Sudamérica, de Europa, de Estados Unidos, nos buscan como periodistas y quieren que les asesoremos o les ayudemos a recorrer esta región o a conocer mejor esta región, o a reportear esta región, nos hablan. A mí me hablan de Colombia, me hablan de Panamá, Costa Rica, de Los Ángeles, de Chicago, de Yucatán, de la Ciudad de México, de Oaxaca. Yo creo que el internet te hace ser un periodista global. Ya no estás reportando solamente para el lector tuxtleco o el lector chiapaneco, estás reportando para el lector del mundo. El lector que está en otros Estados, en otros países. Estamos reportando para ellos y nos hablan. El periodista potencia su presencia en internet, ¿en qué sentido?, en que lo reconocen más. En mi caso, que soy un usuario del internet, de las redes sociales, pues si también se potencia mi presencia. Claro, esto te hace que te vuelvas un referente para muchos colegas, de otros estados del país, vas haciendo amigos, conocidos, gente que te ayuda o le puedes apoyar.

R: Precisamente, eres uno de los periodistas que más interactúa con los usuarios, quizá sea el que tiene más seguidores ¿cuántos seguidores tienes en las redes sociales?:

I: No sé, como 30 y un mil en *Twitter*, 25 mil seguidores en Facebook. Lo que te podría presumir es que son gente real, porque es muy fácil comprar seguidores, no. A mí ya me han ofrecido entrar a esas tandas de *followers* y les digo que no, para que les digo que sí, si con los que tengo me basta y me sobra, para que quiero comprar, porque además en esta tanda de compra-venta de *followers* viene gente, la mayoría son de países que tu ni conoces o ni siquiera leen el español, ni entienden el español, que los venden por paquetes, para que me sirve tener seguidores de Malasia o Siria o de algún país Asiático, que ni siquiera entienden mi lenguaje.

R: ¿Si tu tuvieras que nombrarle, darle o asignarle un nombre a la región del ciberperiodismo, qué nombre le darías, local-global global-local, glocal?:

I: A mí no me gusta ese nombre de periodismo glocal, pues periodismo global, periodismo digital. Yo hablo de que no hay que hacer un periodismo aldeano y lo antónimo de eso, es que sea un periodismo global. Cuando yo critico el periodismo aldeano, es que yo digo que hay que hacer un periodismo global, y cuando yo digo que hay que hacer un periodismo global, es que hay que pensar en que está pasando en otros Estados del País, en otras partes del mundo, lo que pasa o deje de pasar en Estados Unidos, de alguna manera, nos afecta económicamente, socialmente, políticamente lo que pasa o deje de pasar en Centroamérica nos afecta positiva o negativamente, ya no podemos hacer un periodismo limitado, no podemos hacer un periodismo circunscrito al ámbito chiapaneco, al ámbito tuxtleco. Tenemos que hacer un periodismo global, así lo podría definir, y cuando te hablo de periodismo global es hacer un

periodismo pensando en lo que está pasando allá, un tema en común con el que tú tienes, con lo que puedas hacer click, un periodismo global, un periodismo sin fronteras. Quien no ha superado la etapa del periodismo aldeano no tiene el poder de crecimiento o sea quien se queda en el periodismo aldeano y que no saca esta denuncia fuera, el que está escribiendo o pensando en que lo va a leer el alcalde o el diputado, el gobernador, el empresario, lector de acá, está haciendo un periodismo aldeano. Cuando escribo, yo no estoy pensando en que me van a leer aquí, lo que estoy pensando es que me van a leer en Sinaloa, en Yucatán y que alguien va a entrar de Estados Unidos, de Europa o Sudamérica. También tienes que pensar en eso y el lenguaje, en el estilo y la redacción, contextualizar, ubicar en y para donde estás escribiendo.

R: ¿Qué te evoca el prefijo ciber?:

I: Ciberperiodismo es aquel que se está haciendo con la ayuda de herramientas electrónicas y digitales, con el apoyo del internet, esta palabra me evoca el uso de herramientas digitales, el uso de herramientas electrónicas y la convergencia tecnológica a través de internet.

R: Precisamente estas herramientas de comunicación, hacen que ahora todo sea rápido, veloz, inmediato, ¿cómo verificas tus fuentes informativas, ante la inmediatez?:

I: Bueno, yo tengo veinte años trabajando en esto, y no es por ser presuntuoso, pero uno adquiere experiencia. Pasa otro fenómeno, que a veces la información cuando tú empiezas en el periodismo lo buscas y después de veinte años la información te busca. Por eso mucha gente dice ¿cómo le haces para reportear?, no te vi en tal lado y que no sé qué, y es que a veces no me da tiempo de salir porque cuando quiero salir ya me llegó más información a las manos.

Cuando uno empieza en el periodismo la información la buscas, te hacen malas caras, te hacen esperar, te dan portazos, te engañan, te mienten, te desafían, después de veinte años, a mí, ya me buscan. Corre tu buena o mala fama y ahí vas, no. Y la gente te busca, la gente que quiere que uno esté en sus broncas, en sus conflictos, pero bueno, uno se va volviendo hábil para no caer en la trampa. Verificar y confirmar las fuentes, no se pierde algunas técnicas del periodismo tradicional para hacer un periodismo electrónico, digital o un periodismo global.

R: ¿Te ha sido difícil utilizar todas estas herramientas digitales, adaptarte?:

I: Fíjate que no, efectivamente cuando yo empecé la carrera, cuando yo empecé en el periodismo veía mucha gente grande y yo decía cuando yo sea grande quiero ser como él. Tuve referentes muy grandes, referentes muy locales, muy cercanos, pero de pronto vas creciendo y te das cuenta que esos tus referentes no crecen. Y entonces, ¿qué paso?, y dice García Márquez, hay de aquel periodista que no se capacite, que no se actualice, que no se ponga a la vanguardia en el uso de técnicas y herramientas de la comunicación. Yo siento que soy de los periodistas que ha estado a la vanguardia, el periodista que no se actualiza, que no se pone a la vanguardia, que no aprende las nuevas herramientas de comunicación, se estanca y se queda atrás y vienen las nuevas generaciones y los superan. El reto de un periodista es estar al día, aprendiendo cosas nuevas, diferentes y en mi caso, me considero de estos tipos de periodistas. Considero que no me ha costado mucho porque además me gusta y me apasiona y cuando algo te gusta y te apasiona, pues no te cuesta hacerlo.

R: ¿El ciberperiodismo establece agenda?:

I: Si claro, mucho de los temas que antes sacaban los medios tradicionales a la sociedad, ahora ya se manejan en webs, en blogs, en redes sociales. El periodismo que se está haciendo en internet, está marcando agenda, está sacudiendo conciencia, está sacudiendo sociedades, está tirando gobiernos, claro que se está haciendo agenda, eso es indudable.

R: ¿Esto tiene que ver con las prácticas, las prácticas periodísticas ante las nuevas tecnologías o las prácticas culturales, es decir, estas prácticas que conocíamos antes, han cambiado?:

P01: Sí, ha cambiado, yo veo el manual de periodismo de Vicente Leñero y de Carlos Marín, y digo ya quedó atrás, quedó superado. Yo creo que hay que hacer uno nuevo, ha habido nuevos manuales de periodismo digital, pero la verdad es que los manuales de periodismo tradicional quedaron atrasados desfasados, quedaron para un periodismo antes del internet, ya están desfasados y hay que actualizarse.

R: Y si hablamos de las prácticas, aquellas que están dentro de las instituciones, las prácticas que conocemos del periodismo tradicional a este nuevo periodismo.

I: Yo me considero de una generación del noventa y cuatro para acá, de periodistas que son diferentes. Hay una generación de periodistas que han ido desapareciendo, los “Picapiedra” como les llamamos aquí, los periodistas peinadores, los periodistas que andan buscando cincuenta pesos, cien pesos, pero ya hay un montón de periodistas que del noventa y cuatro para acá empezamos a hacer otro tipo de comunicación, otro tipo de medios, otro tipo de formas, otro estilo. Digo, no dejan de haber colegas peinadores de la nueva generación de periodistas, pero si hay un cambio. Antes, yo recuerdo cuando llegaba a reportear y era un montón de personas grandes, empíricos, ahora llegas y hay un montón de chamaquillos, de

chavitos. Cuando yo empecé a reportear, había un montón de gente grande, que incluso me veían como el “patito feo”, creían que era el “oreja”, me veían como un bicho raro y ahora yo veo a un montón de colegas jóvenes, me tocó ver este proceso en donde cada vez más, los jóvenes se fueron sumando al periodismo. La Universidad Autónoma de Chiapas (Unach), es la principal impulsora de periodistas en activos, creo que le sigue La Fray Bartolomé con algunos colegas, pero la Unach fue el semillero de periodistas que están activos. No es el Tecnológico de Monterrey. Ahora también la Salazar, pero cuando yo empecé a reportear eran puros empíricos y la verdad es que yo puedo decirte que soy de esos periodistas primerizos que empezó en esta generación del noventa y cuatro para acá a estar ahí y que finalmente fui viendo este proceso de cómo cada vez más colegas que iban egresando se iban incorporando

R: Te agradezco mucho esta plática, ¿gustas agregar algo?:

I: Que el reto, es seguir capacitándose, si yo dejo de capacitarme y de leer eso y de interesarme en esto, me voy a estancar, y al rato no va a venir alguien como tú a entrevistarme, ya no voy a ser un referente, ya no voy a ser una persona que sepa de la materia, si tú vienes acá ahorita es porque soy un periodista actualizado, capacitado, no solamente del empoderamiento de los periodistas digitales, sino también de las consecuencias que están teniendo los colegas, periodistas que han muerto, que han sido asesinados, amenazados, corridos o están encarcelados ahorita como Pedro Canche, en Quintana Roo; y otros más, de diferentes Estados del País, como Beto Borges que están atacando los periodistas, como en Veracruz. Los periodistas digitales están también en amenaza, no sólo de los medios tradicionales. Entonces ¿cuál es el reto de todo periodista?, capacitarse, actualizarse, ese es el principal reto. Te digo, si dejo de interesarme en temas, me estanco y muero periodísticamente. Eso lo entendimos

muy bien muchos colegas y estamos al día. Incluso, los maestros que no estaban metidos en esta dinámica porque ya eran maestros, entendieron que había que entrarle a este proceso, Sarely Martínez Mendoza, es uno de ellos. Él fue de otra formación, cuando él estudio, no había internet, ya siendo maestro conoció el internet, hay un antes y un después, y ese antes y después nosotros estamos siendo testigos de ello.

ENTREVISTADO: P02

ENTREVISTADORA: ROSA SOLÓRZANO RUIZ

R: ¿Cómo definirías el ciberperiodismo?:

S: Es una combinación de varias herramientas y habilidades que tienen que ver con la difusión de la información y de la opinión apoyados en técnicas, sobre todo, de computación, esto constituye desde luego una novedad, es una actividad que ahora se da en paralelo y en

coordinación con el oficio periodístico antiguo apoyado en nuevas tecnologías y herramientas de la comunicación y la información.

R: En Tuxtla Gutiérrez, ¿cómo gestiona y produce el ciberperiodismo, hay un nuevo proceso en la formación de la nota informativa?:

S: Si hay un nuevo proceso, se inició a partir del 2010. El ciberperiodismo, primero fue poner las páginas de los periódicos impresos en línea y eso inició en el 2000, en esa fecha se empiezan a configurar nuevos elementos en Chiapas, no inicia en Tuxtla sino en Tapachula y a partir del 2001, empiezan en Tuxtla, pero me parece que tarda esto en gestarse y que los reporteros participen con las nuevas actividades del ciberperiodismo, me parece que es hacia el 2008, 2010 donde se da mayor interacción y se rompe con los esquemas normales del reporte de la nota, porque empiezan los reporteros no sólo a trabajar la nota para el periódico, sino además empiezan a subir ciertas notas, que en un principio es un calco, es una actividad que así como lo hacían en el periódico impreso, así lo trasladaban a la red, no hay más que un traslado de los periódicos a la versión digital, no hay todavía esta configuración de diferentes espacios en la cual confluyen los multimedios, todavía, no. Los periódicos se dieron cuenta de esta situación y empezaron a encargar a los reporteros no sólo la nota informativa sino además fotos, una versión audiovisual y se empieza a crear, se rompen los esquemas naturales que teníamos, sobre todo, en la distribución de la información porque la producción me parece que sigue siendo básicamente la misma, pero cómo se está distribuyendo esa información empieza a cambiar y no sólo eso sino que además empiezan los reporteros a crear ciertos espacios. Recuerdo a una reportera que creó su propio espacio cuando estaban de moda los blogs, que

eso se da hacia 2005, 2008, 2010, entre 2005 y 2010 es la época de los blogs y tenía las no publicadas; hoy vemos que un reportero trabaja para su periódico, pero además tiene que laborar para una página propia, entonces si rompe con los esquemas que ya no son los mismos.

R: Mencionabas que en este proceso de cambio, de configuración informativa muchas veces se traslada la información al medio, a que se deberá esto, a falta de capacitación?:

S: Bueno, esto se da en un principio, hoy vemos que hay otros esquemas y sobre todo los chicos, está la gente joven, yo creo que se da al desconocimiento de la tecnología, es tan novedosa que no sólo pasa en Chiapas, sino que pasa en México. En México, en 1995 se empiezan a subir tal cual las versiones de los periódicos, no existe algo diferente más que la misma versión impresa, sólo que ahora *online*. Decíamos que en Chiapas eso sucede a partir del 2000, entonces, es un poco por desconocimiento hacia dónde va la tecnología, me parece de manera natural. Hoy empezamos a vivir una configuración diferente o sea un tratamiento diferente de la información, algunas personas conocen de tecnología y empiezan a dar una versión un tanto diferente, sin embargo, los demás nos encontramos todavía en la versión impresa subida a la parte digital, el nuevo discurso, la nueva forma de hacer discurso no la encontramos, una forma de hacer discurso para un periodismo digital falta, esa parte todavía está por descubrirse, los reporteros interactúan con las redes sociales, interactúan con su periódico digital y con su periódico su presentación de radio, etcétera, pero todavía estamos esos descubrimientos, todavía es menos la gente que hace tratamiento especial para los medios electrónicos a diferencia de otros espacios, todavía nos falta un medio que sea como el parteaguas, creo que no tenemos esos medios, donde el medio sea en sí digital, si estamos

viendo los medios meramente digitales, hay por lo menos 60 medios digitales y algunos con mucha presencia, de Chiapas 60 por lo menos y tenemos 165 que están en red, pero ya estos medios son nativos digitales nacieron ahí, entonces si nos falta explorar todavía y se debe, yo creo que a la novedad, es muy reciente, apenas tenemos 15 años en Chiapas, y en los primeros cinco años de manera balbuceante, no llevamos mucho tiempo.

R: En ese sentido, ¿cuál sería el desafío para los periodistas, para las empresas, incluso?:

S: Primero hay un desaliento cuando los consumidores no impulsan este tipo de publicaciones, primero, me refiero cuáles son los consumidores principales en Chiapas y los que dinamizan la actividad informativa que es el gobierno; el gobierno sigue anunciándose en páginas impresas, las instituciones siguen anunciándose en páginas impresas, entonces tenemos algunas páginas bastante creativas que empiezan a explorar sólo el contenido digital. Se dice que en el 2033 las publicaciones periódicas habrán desaparecido, en Chiapas se espera que en unos años desaparezca. En 2033, en México, perdón, yo he dicho que en Chiapas van a desaparecer cuando el Estado quiera, porque en el momento que el Estado quiera, porque si el próximo año dice que no da publicaciones a los periódicos impresos, desaparecen las publicaciones impresas. Pero no se ha alentado, por ejemplo, el reconocimiento al diseño a la mejor página electrónica, al mejor tratamiento informativo, entonces todavía nos falta eso. Creo que hay páginas bonitas, interesantes que están atrayendo y se están disputando, si ponemos Alexa.com, por ejemplo, de cuáles son las cinco páginas más leídas vamos a encontrar que cinco son de periódicos tradicionales impresos y cinco son de periódicos nativos digitales, y

que están disputando a los lectores, pero si falta mayor dinamismo todavía en el diseño de las páginas, es un proceso, estamos atrasados sobre eso.

R: Tú trabajas para un medio nativo digital, ¿cuáles han sido tus experiencias en este caso, ¿cómo te has enfrentado a estas nuevas herramientas, a la falta de publicidad?:

S: Primero, hay varios aspectos, en la publicidad antes era muy dependiente de la publicidad, ahora no, me refiero a que antes tenías que tener la publicidad del gobierno del Estado, porque de lo contrario al día siguiente desaparecías, y nosotros no hemos tenido publicidad del gobierno del Estado, y nos hemos mantenido, o sea cuál es esta situación de que la publicidad no resulta tan importante para mantener un medio, realmente con poca publicidad o con poco apoyo económico se mantiene y la infraestructura para sacar un periódico impreso es muy cara, mientras que una página electrónica como la nuestra te cuesta, nosotros gastamos alrededor de 10 mil pesos al año, entonces, te imaginas un periódico impreso si lo sacáramos. Además, podemos subir la información en cualquier momento y eso te hace menos dependiente de la publicidad, entonces si acaso nosotros hemos tenido tres anunciantes, nada más, desde que surgimos y habido periodos en que no tenemos a nadie, sin embargo, como los costos son tan económicos sobrevivimos, nos permite sobrevivir, mientras que una página impresa al tener que pagar a gente de talleres, papel, lo vuelve un monstruo de caro, entonces no te haces dependiente de la publicidad, pero además encontramos en la experiencia que tenemos, sólo tenemos un anunciante que es permanente y nos permite cubrir todos los gastos, encontramos, por ejemplo, que nosotros tenemos convenio con Google y Google nos da la publicidad, entonces eso hace que no nos preocupemos por el mantenimiento de la página,

digamos en ese contexto de globalización económica podemos tener un anunciante como Google y Google decide a quién venderle el espacio en la página, la publicidad que aparece en la página de Chiapas Paralelo es de Google, no te haces dependiente de la publicidad local, o sea si llega publicidad local es extra y es ganancia, pero los gastos lo cubres con una empresa como Google y que te paga puntualmente por el número de clientes que recibes y eso ya nos mantiene sin ningún gasto. Otra cuestión, es que se crean redes, eso es interesante porque nosotros pertenecemos a una red de varias publicaciones, con las que estás en contacto, compartes información, les das información, te retoman información y digamos estas páginas que tenemos están desde el Centro y el Sureste del país, entonces eso es algo novedoso, antes era más difícil de hacer. Por ejemplo, si a mí me interesa la información que publica CIMAC o alguna de ellas, la retomamos y la publicamos, igual ellos las retoman o sea estamos en *Creative Commons*, entonces podemos compartir. Otro asunto, es la penetración, increíble porque si alguna información le interesa a la persona se multiplican los accesos, antes estaban limitados por el tiraje de la publicación si era de mil, dos mil, cinco mil, no creo que sean de más ejemplares, actualmente los periódicos impresos. Mientras que las publicaciones actualmente se multiplican, no tienes ni idea cuánta gente te lee, claro tenemos las cifras, las que entran directamente a la página, pero yo me he encontrado que de “retache” me llegan mis propias columnas por WhatsApp y entonces se multiplica, lo mismo en el caso personal tengo mil lectores por lo menos cada que escribo mi columna, pero hay ocasiones que me leen 20 mil directamente a la página, eso sería imposible en un medio impreso, hay informaciones que se multiplican tremendamente, por ejemplo, el video que subió Ángeles Mariscal, hay varias, pero por poner un ejemplo, lo del video de la cachetada del gobernador, en pocas horas tenía tres millones y medio de visitas, eso habría sido imposible en un medio tradicional. Entonces,

por un lado, la publicidad te hace menos dependiente de lo local, la distribución y la penetración te permite llegar a más gente, otra cosa que se te facilita es que se flexibiliza el trabajo, yo tengo un día fijo para publicar mi columna, pero si tenemos información a cualquier hora del día lo podemos subir. Otra cuestión, es la permanente actualización de la información, es decir, yo puedo corregir constantemente mi columna si veo que hay un error, si alguien me hace un comentario, te faltó tal cosa esa, esa posibilidad de corregir, esas son las ventajas. Pero también tenemos carencias, que carencias tenemos, por ejemplo, yo tengo muchas carencias creo que tener este tipo de herramientas nos debería llevar a un periodismo diferente. Nosotros no hemos llegado a lo que realmente quisiéramos, a lo que nos hemos propuesto, pero es muy caro y te ocupa mucho tiempo porque deberíamos estar y aprovechar mejor las herramientas audiovisuales, las infografías a veces lo hemos intentado hacer, pero que complicado es, eso es lo que deberíamos estar haciendo. Nosotros nos creamos en un periodismo básicamente impreso y claro, le agregamos algunas características del ciberperiodismo, pero no lo explotas por falta de tiempo, por falta de recursos, porque como tienen tantas herramientas, necesitas ocupar gente especializada y ahí te llevaría recursos y nosotros no estamos en esas condiciones y creo que la mayoría de los medios tienen ese problema en Chiapas de no aprovechar esos recursos que te brinda el ciberperiodismo.

R: Comentabas sobre cómo la gente participa, sobre cómo los ciudadanos participan en el ciberperiodismo, hablabas de tu columna que se ve replicada o compartida, ¿esto en el ciberperiodismo propicia redes de comunicación, existe la ciberciudadanía en Tuxtla Gutiérrez?:

S: Bueno, son formas de ciberciudadanía, si por supuesto se crean estas redes, se hace ciudadanía a través de las redes, hay una participación activa que la desconocíamos, son otras formas de relacionarse, pero son formas novedosas y muy participativas que están sucediendo en la actualidad. El internet no es un espacio allí en la atmósfera, es un espacio ocupado por los ciudadanos y ciudadanas, entonces son nuevas formas de acción que todavía no lo vemos bien hacia dónde va, pero sin duda que si están participando, hay una ciudadanía sumamente activa que está ahí, que toman iniciativas, que hacen acciones, que participan pero no sólo con la lectura de algo sino además interactúan con ellos, hacen acciones.

R: Esta retroalimentación o este vínculo entre la ciudadanía y el ciberperiodismo en donde se ve manifiesto, tú como periodista dónde lo ves manifestado, en las conversaciones, en las entrevistas, ahora hay unos campos al terminar las notas, ahí está la relación. ¿En dónde se ve manifiesta?:

S: Lo que se manifiesta en las notas no es más que una interactividad, pero yo creo que va más allá, la ciberciudadanía y quizá no sea sólo eso, no sea esas partes de interactividad que haya con quien escribe una nota o con el medio, sino que muestran sus intereses y se forman grupos, por ejemplo, o sea que no tienen que interactuar necesariamente con un medio digital, o sea llevan sus propias preocupaciones y se movilizan y hacen cosas. Por ejemplo, la movilización de las elecciones postelectorales que vivimos, el movimiento postelectoral en Tuxtla, no se vinculó necesariamente a un medio sino a diferentes medios, fue una participación activa de la ciudadanía, se ve poco en los comentarios a las notas, la gente no participa tanto, participa más bien en Facebook, que en los comentarios de las notas y me

parece que ahí es una participación más bien individual. La ciberciudadanía más bien se da en participaciones conjuntas, por ejemplo, hay activismo político bien interesante, uno de ellos, no sé si has visto el de movimiento Tuxtla en Bici, es un movimiento ciudadano, se han alentado algunas formas de participación ciudadana desde Chiapas Paralelo, por ejemplo, una de las cosas que yo recuerdo fue la de adoptar un camellón y ese movimiento se replicó en varias ciudades, lo hicimos aquí en Tuxtla. El periodismo que se da en la red es un periodismo bastante activo, entonces se llega a ser periodista y activista, y quien lo hace muy bien en Chiapas Paralelo es Sandra de los Santos y Ángeles Mariscal, son activistas sociales, yo no lo hago, pero me he involucrado porque ellas me han metido, por ejemplo, en Adopta un Camellón se convocaba a la ciudadanía a participar y adoptamos un camellón que está en la 7a. Oriente, y la gente llegaba y participaba, barría, o sea íbamos durante temporadas a recoger la basura, a sembrar plantitas, a pintar porque los camellones lo estaban pintando de verde y nosotros comenzamos a pintar de amarillo, pero eso te lo facilita las redes sociales, o sea, digamos, en eso se ve reflejada toda la acción ciudadana, entonces otra de las cuestiones que se han manejado mucho desde Chiapas Paralelo ha sido el rescate de ciertos edificios como es el Francisco I. Madero. Empieza el movimiento desde Chiapas Paralelo, con Sandra y, pues vamos al rescate del Francisco I. Madero. De tal manera, que me parece que obliga a actuar a las autoridades con actividades, todos los jueves. A mí me parece que no es ciberciudadanía cuando haces un comentario de una nota, eso no es más que un comentario de un lector, la ciudadanía actúa sobre casos específicos como estos que quiere cambiar la política pública, que no se pinten los camellones más de esto, entonces no hay una interacción precisamente con un medio sino el medio a veces sirve de apoyo como por ejemplo el de Tuxtla en Bici o por ejemplo de rescatar los espacios públicos y más, hay más, entonces no está vinculado el

ciberperiodismo con la ciberciudadanía, por supuesto que se alimenta de ahí, pero son movimientos más definidos que ocupan un espacio, hacen ruido y logran muchas veces buenos resultados.

R: ¿En ese sentido, podríamos hablar de que ya existe una ciudadanía en construcción o ya está construida o se está formando?:

S: Siempre se está construyendo, lo que pasa que se han encontrado nuevas formas de manifestación, nuevas formas de congregación a través de la red, pero no tiene que ver con el periodismo, muchas veces ese discurso de las redes ciudadanas no atraviesa en los medios, no se ve reflejada en los medios, algunos sí, pero eso me parece que se ve más por las cuestiones de las redes sociales digitales como espacios habitados por los nuevos ciberciudadanos.

R: ¿Qué opinión te merece esta participación, se habla de un periodismo ciudadano, existe?:

S: Bueno, ahí yo lo veo diferente, o sea no puedes hacer periodismo ciudadano, o sea para mí eso no existe, se ha querido idealizar mucho el periodismo ciudadano, pero es muy difícil, ahora yo no concibo que alguien ejerza periodismo o ejerce el periodismo sin ser ciudadano, tienes que tener estos ingredientes o sea yo antes que ser periodista soy ciudadano, entonces ya hago un trabajo periodístico, pero soy ante todo un ciudadano con deberes. Soy un ciudadano y participé activamente como ciudadano no sólo a través de las redes sino a través de estas cuestiones de participación, de manifestación, de apropiación, entonces, yo no concibo que alguien, que no tenga las herramientas, no quiere decir que haya estudiado comunicación, que

no controle, maneje las herramientas de comunicación profesional, de repente como ciudadano haga periodismo porque no le va a dar el tiempo, porque no tiene las herramientas, porque no tiene los recursos necesarios, porque no tiene el discurso, entonces alguien que empieza a hacer periodismo ya sea un periodismo profesional aunque utilice las redes, pero no podemos hacer periodismo sin ejercer la ciudadanía, entonces yo creo que es un término, yo he visto que en el momento que alguien se mete hacer periodismo desde la ciudadanía se emerge desde ahí, se convierte en periodista, porque le reclama mucho tiempo y hemos visto la emergencia también de varios casos que comenzaron colaborando casi desinteresadamente en los medios y se convierten en un sustento principal y atractiva periodística, tienen que aprender el lenguaje de los medios.

R: En esta forma de aprender el lenguaje de los medios, hablábamos precisamente de un lenguaje del medio digital. ¿Cómo le están haciendo ahora los periodistas, es un lenguaje diferente?:

S: Entre más recursos necesites, necesitas utilizar más y esa es una de las grandes limitantes, es un lenguaje diferente, pero en transición todavía, es un lenguaje en evolución, todavía no concluido y eso implica complicaciones o sea en algunos casos sobre todo si bien, por un lado, el recurso de internet te facilita las cosas y es económico, por otro lado, te obliga a invertirle tiempo y también dinero, o sea si bien lo elemental lo puedes hacer sin dinero. Tener un buen medio digital necesitas diseñadores, multimedia para poder hacer atractivo el discurso, entonces nos estamos concretando a hacer el lenguaje nada más impreso, escrito o media, y también el lenguaje audiovisual, un poco de audio, pero nos falta trabajar más infografías,

trabajar más audiovisuales, trabajar más específicamente para las redes, pero eso implica tiempo. Entonces, esta interactividad que te puedas meter y hacer interactividad no solo dejar un mensaje sino picarle y que te lleve a otras cosas, a lo que hacen algunos medios todavía no lo tenemos, todavía no tenemos galería, yo no veo que en los medios tengamos fotogalerías de nada o imágenes en movimiento, o realidad aumentada no lo hay, no tenemos ningún medio con realidad aumentada en Chiapas.

R: ¿Está el periodismo digital o periodismo para la red, es incipientes?:

S: No, ha avanzado, pero no ha aprovechado los recursos que ofrece la red y que se combinan dos cosas, una es la falta de preparación, de capacidad, de habilitación técnica, y otra, es la falta de recursos, pero por supuesto que sí ha avanzado en ciertos aspectos, por ejemplo, hay compañeros que a mí me sorprende que andan con su telefonito y suben algo, me acuerdo de dos casos por lo menos que trabajan con su celular y suben una imagen y los ves que tienen muchas visualizaciones en *Facebook*. Eso, antes, sería imposible de hacer, algunos ya están utilizando *Periscope*, pero otros recursos como multimedia es un poco difícil, o sea utilizamos pocos recursos multimedia.

R: ¿Esta nueva forma de comunicación, periodismo para la web, periodismo *online* o ciberperiodismo, cambió paradigmas en la comunicación?:

S: Está cambiando, sobre todo que hay más protagonismo del lector, o sea el lector puede participar y decidir y hacer comentarios, por ejemplo, y también por supuesto del que escribe,

del que produce, o sea para empezar yo creo que todavía no se percibe el cambio en Chiapas, el cambio de paradigma que se está viviendo, pero yo cada día que pasa me sorprende de la existencia de los medios impresos porque no te están ofreciendo nada diferente, entonces pueden desaparecer de la noche a la mañana o no sé si ya desaparecieron los medios impresos en Chiapas y no nos hemos dado cuenta, pero pueden desaparecer de la noche a la mañana y tienen una gran, gran competencia, pero veo que no están haciendo nada al respecto, porque hay periódicos impresos que vuelcan su información a internet que podrían estar ofreciendo otro tipo de recursos y no lo están haciendo, entonces viven mucho a expensas de los recursos que les dé el Estado, pero no lo está invirtiendo en el posicionamiento como medios digitales. Está cambiando el paradigma, sobre todo quienes están leyendo, o sea lo que está leyendo en internet, hace algunos años se leía 3.5 era el número de gentes que decía leer un periódico en Chiapas, sin embargo, un 7 por ciento manifestaba que le interesaba leer más cuestiones en medios digitales y los medios digitales te dan mayor libertad y menos posibilidades de control, no quiere decir que no se controle, pero hay menos posibilidades de control, entonces cuando hay ciertas necesidades de posicionar un tema de la ciudadanía, sí es a través de los medios digitales y se están colocando los temas, las últimas elecciones que tuvimos se colocó en la agenda política, se colocó en la agenda mediática de las redes digitales, entonces eso es interesante, eso está cambiando, además siempre la prensa en Chiapas, la escrita, fue elitista, ha servido para que los políticos se manden mensajes entre ellos y creo que esto está permitiendo mayor apertura, yo hice un análisis de por qué iba a perder el Verde en Tuxtla, yo decía que uno de los factores fundamentales era la presencia de las redes sociales digitales, la presencia de internet, creo que el gran y creo lo escribí una ocasión, el gran protagonista de las elecciones fue el *WhatsApp* porque el 92 por ciento de la gente tiene un teléfono celular

inteligente, un *smartphone*, en Tuxtla, a diferencia del resto del Estado, normalmente la penetración de internet es el 10 por ciento, se habla hasta de un 20 por ciento, pero aquí en Tuxtla estamos hablando de casi el 50 por ciento de la gente que cuenta con internet, pero si nos vamos a los teléfonos celulares aunque no puedan entrar a internet se mandan mensajes a través de *WhatsApp*, y a través de *WhatsApp* se movilizó mucho y se moviliza mucha de las cosas. *WhatsApp* no sólo sirve para reírse, también sirve para posicionar temas de la agenda ciudadana, entonces todo esto está cambiando. ¿Quiénes están leyendo los periódicos?, no sé, pero muy poca gente lee los periódicos, me refiero a los impresos, y cuando hay temas que le interesa a la ciudadanía pues se difunde y ya no sólo lo que le interese al político. Antes para que una información subsistiera era porque le interesaba al político, ahora ya no, ahora me parece que por vez primera tiene la capacidad de mando el lector, quizá no a través del comentario que te va hacer, pero si a la posibilidad de redistribución del mensaje, de compartir el mensaje, de trasladarlo de una red social a otra, entonces eso está cambiando, por vez primera vemos un lector más participativo y con mayores posibilidades de entrar a recursos más diversos que no los tenía antes. Como periodista yo siento que nos sentimos obligados a no darle la espalda a esa gente, por ejemplo, hoy es inconcebible que subas un comentario de elogio a un político, tú lo subes y al rato te contestan 20, o sea el discurso de las redes sociales, es un discurso salvaje y eso hay que tener cuidado, el periodismo digital suele ser muy salvaje y poco digamos a elogiar a la gente a menos que sea un ciudadano, a los políticos no se les acepta, alguien publica una nota de elogio y 20 te dicen que eres un “chayotero”, entonces son otros momentos que se están viviendo.

R: ¿Comprendo entonces que el periodismo digital crea agenda?:

S: En realidad todos los medios van creando agenda, en el caso de Chiapas no creaban agenda los medios impresos, pero ahorita si hay una posibilidad porque hay una penetración muy fuerte de los lectores. Entonces te decía, a mí me han leído 20 mil, ¿qué periódico impreso tirará 20 mil ejemplares?, es muy difícil no, pero a mí, normalmente, cada semana me leen entre mil y tres mil, pero sólo en Facebook, no sé en esta semana cuántos me habrán leído, entra uno y es, muy difícil entrar a ver, pero te indica, y ese es un asunto, entonces sí es la posibilidad sobre todo de colocar temas, si se crea agenda, pero los medios no están creando precisamente esa agenda, lo están creando muchas veces los ciudadanos y esa es una ventaja.

R: ¿Con su participación?:

S: Sí.

R: ¿Tienen un registro, una forma de medir cuántos los han leído o qué número de lectores tienen?:

S: Sí, si en *Facebook* tenemos, pero cuántos entraron a esto, por ejemplo, esto de Pío, 2 mil 500, está el dato aquí abajo, este comentario del rector llegó en la primera, a mil 326 personas, luego lo volvieron a sacar, a mí, entre mil y tres mil me leen, 2 mil 395 o sea es la misma nota, sólo que tuvo más impacto está 2 mil 395 aquí, pero a mí me gusta más donde están las entradas, porque es la gente que te leyó.

R: ¿Estás hablando de algunas notas o de tu columna en particular?:

S: De mi columna nada más, luego hay, claro que tengo notas que aquí es de 60 mil las que he tenido, esa es la ventaja.

R: ¿Chiapas Paralelo, es otra versión?:

S: Sí, yo creo que en eso sí, es así, nos propusimos en un principio no ser la versión oficial. Difícilmente vamos a sacar un comunicado del gobernador a menos que sintamos que le interesa a la gente, pero nos interesan temas que normalmente no se abordan y aunque ahí si no tenemos muchos lectores, pero siempre ésta, a veces impacta, por ejemplo, vas a ver en Chiapas Paralelo casi siempre un tema de mujeres o sea digamos que no representarían nada en cualquier medio, pero a nosotros si nos interesa la agenda de género, otra es la agenda de migrantes, siempre vas a ver una nota de un migrante, de algo que está pasando con ellos, eso nos parece básico, otro tema que no se aborda normalmente en los medios es el tema indígena, entonces esos son temas como que nadie, eso lo tenemos como una constante. En mi caso siempre escribo más de los políticos, porque me parece que hay que mostrar la otra cara, entonces no soy complaciente normalmente con ellos, pero esos tres temas los vas a ver presentes en Chiapas Paralelo. Ángeles Mariscal ganó el premio internacional con mujeres y migrantes, entonces son temas importantes.

R: Son temas importantes y que a veces son excluidos en otros medios. En síntesis, ¿cuál es la realidad del ciberperiodismo en Chiapas?:

S: Nos vemos obligados y forzados como en casi todo, esto nos llegó demasiado pronto y nos involucramos hace apenas cinco años, después de que sucedieron con los periódicos a nivel nacional que empezaron a volcar su contenido en la red y nosotros lo hicimos cinco años después de manera muy rápida nos llega, obviamente, que ahora todo se dinamiza a diferencia con la imprenta que nos llegó 300 años después, pues esto nos llega de manera inmediata o la radio que nos llega después de más de 30 años, ahí ya se van acortando los espacios, o la televisión que nos llega prácticamente en 10 años. Entonces se van acortando espacios y el internet nos llega sumamente rápido, si hablamos que La Jornada vuelca sus primeros contenidos informativos en el 95, en Chiapas se hace en el 2000, es de manera muy rápida y apenas llevamos, si tomamos en cuenta el 2000, apenas llevamos 15 años con esa experiencia y obviamente es un proceso todavía muy corto donde vemos a los grandes y a los no grandes, nos agarró desprevenidos como a todos, nos ha costado meternos, los chavos son los que tienen más posibilidades de eso, pero obviamente, con todos los recursos que se van renovando, no ha sido fácil utilizar todos esos espacios, yo lo que veo en un futuro y no muy largo o sea hablan del 2033 para la desaparición de los periódicos impresos en México, yo creo que va a ser mucho antes, se van ir posicionando medios que van a ser fundamentales y estos medios son cada vez más difíciles de controlar por el poder estatal, entonces empujan a la colocación ahora sí de agendas ciudadanas en los medios, entonces yo veo medios más consolidados, más contrapeso del poder público, más transparentes también y transparentes en su labor informativa y en su labor de transparencia con los poderes, entonces yo creo que eso nos va a llevar a tener mayores lectores como está sucediendo y una mayor penetración, nos va a costar y nos ha costado meternos, porque otra de las realidades es que Chiapas es de los

Estados que menos leen, me refiero a páginas digitales de información, vemos que sus periódicos digitales están colocados en último lugar, por un lado Chiapas tiene el mayor número de publicaciones digitales a nivel país, pero, por otro lado está en último lugar de lectores que consultan páginas de información, entonces no los tenemos en los primeros lugares, por ejemplo, Cuarto Poder, El Orbe, andan en alrededor del lugar 300 mil, mientras que El Universal está entre los 20 más leídos y nosotros de los medios más leídos están en el lugar 300 mil o sea es una gran diferencia cuando El Informador de Guadalajara o de otros lados, nosotros estamos en los últimos lugares de acceso a noticias por internet y eso es muy fácil verlo, se mete uno a Alexa.com y ve uno que estamos atrasados, entonces yo creo que falta todavía, siempre hemos ido como a la cola y esperemos que se dinamice, pero se están creando buenos espacios informativos y eso me parece que va a invitar a la lectura.

Entrevistada: P03

Entrevistadora: Rosa Solórzano Ruiz

R: ¿Cómo definirías el ciberperiodismo?:

A: Es una forma de llamar al periodismo multimedia, la oportunidad que se tiene con las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, el poder conjuntar varias herramientas, varias formas de comunicación como es la escrita, la oral, la visual, también permite la interactividad para hacer varios tipos de reportajes, en donde tú ya puedes elegir la ruta que pueden seguir en los temas que te interese en una sola producción, por ejemplo, hay varios trabajos de investigación periodística. Recuerdo uno sobre los aparecidos en México el cual está hecho en una plataforma tal que te va contando las historias, va analizando en una geografía mexicana donde están, tú lo puedes ir siguiendo algunas historias y de esa forma te da una visión, hasta cierto punto más completa y donde también el usuario y el receptor puede ir formando su propia línea de lectura.

R: ¿Qué te evoca el prefijo ciber?:

A: Me evoca la tecnología, lo que podemos hacer con la tecnología en el área de la comunicación.

R: ¿Cómo produce, gestiona y difunde el ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez?:

A: En Tuxtla Gutiérrez, ha sido un poco limitada esta visión porque lo que han hecho muchos medios de comunicación, digamos impresos es tener una página en internet donde reproducen tal cual su contenido impresos y a veces le suma, un pequeño video, un audio, pero no hacen uso de toda la producción que pueden realizar con todas estas herramientas complementarias. He visto que tampoco en lo general logran la interacción con el receptor que se puede dar a través de esta tecnología, pocas veces hay una producción específica multimedia que se cree en esa cuestión, si no que más como que ir sumando, si tú lo ves, es el mismo contenido del impreso.

R: Hablas de una interacción con el ciudadano, ¿en dónde se da esa interacción con la ciberciudadanía, en el mensaje, en dónde?:

A: La encuentras en todas las áreas, por una parte, hay un contacto más directo con el usuario porque te permite opinar, ver y te permite, incluso definir cómo se está moviendo los contenidos de manera inmediata, te pueden precisar datos, aportar datos. Por ejemplo, en varias publicaciones que hemos tenido, al final de cuentas, como decimos la nota lo hicieron los comentarios porque tuvimos como 300 comentarios, existe una interacción entre ellos y ellas y cuando uno, con una visión periodística vas analizando, encontrando todos los elementos informativos que en ese caso sirvió para el debate ciudadano, me refiero al de la reforma educativa. Esta tecnología nos permite acceder, nos abre como ventanas para poder invitar al usuario a meterse a tus producciones como son las redes sociales. Muchas personas confunden el contenido de las redes con el contenido informativo, cuando en realidad sólo son ventanas para llevarte a la plataforma principal. Las redes sociales te sirven nada más para

invitar. Por ejemplo, a mí me dicen, tengo este contenido, a lo mejor te adelanto un poco de la información, pero lo fuerte, la información ya procesada, analizada y producida siempre va a estar en una plataforma distinta a las redes sociales. Las redes solo es una herramienta para invitar a las personas a ir a la página principal, a la plataforma principal. Las redes sociales son eso, redes y eso crea también a veces confusión en el usuario sobre cómo leer esa plataforma, y también he visto que algunos comunicadores piensan que una cuenta de Facebook es una plataforma informativa, entonces creo que ahí falta darle claridad.

R: ¿Ante este proceso podría decirse que ya no estamos ante una audiencia receptora, sino productora de mensajes?:

A: También ese es otro de los mitos, el periodismo ciudadano, una cosa es que un ciudadano participe proporcionando información y otra que el comunicador haga todo el proceso de verificación, análisis y producción de un contenido informativo que cumpla con toda la rigurosidad que debe de tener. Yo puedo ir como ciudadana y ver un evento, cualquiera, pero eso no quiere decir que yo ciudadana sea periodista, sino que simplemente estoy compartiendo algo que veo. Si es suficientemente informativo a lo mejor un periodista pueda ver que ahí hay algo que pueda ser rescatado periodísticamente y entonces ya tiene que hacer todo ese proceso, de buscar, verificar los datos, analizar la información, contextualizarla, ver que función cumple en el periodismo, si es periodísticamente importante Pero si, digamos que es una oportunidad para el periodista de ver otra información que están pasando, de ver hechos que están pasando y que puedan ser suficientemente impactantes para la sociedad, que merezcan todo un trabajo de reporteo.

R: ¿Esta participación ciudadana, se puede decir que el ciberperiodismo crea redes de ciudadanos, es decir ciberciudadanos?:

A: Ha habido casos positivos y casos que evidencian la falta de rigurosidad; que sí tiene el comunicador, muchas personas mandan mensajes por Facebook o WhatsApp o lanzando alertas, por ejemplo, es muy común decir hay un enfrentamiento, plantean un hecho noticioso, pero de pronto te pones a verlo y pudo a ver sido hace tres años en Nuevo León y lo están planteando como si hubiera sido hoy en Tuxtla, es decir, los ciudadanos generalmente no checan la información y dan por hecho sucesos que les llegan, eso no abona a la información que pueda llegar a concluir o a tomar decisiones y crea una especie de nubes, informaciones poco confiables, y ha pasado que algunos medios de comunicación toman por cierta esta información sin checarla rigurosamente y caen en el error. También ha pasado que por denuncias o porque un ciudadano cambió los elementos para que un reportero o un medio de comunicación también vea algo y pueda ser difundido y retomado periodísticamente ya con toda la rigurosidad, entonces se dan estos dos casos, pero tiene que ver con la parte de la cultura informativa de las personas o con ese discernimiento con el que tienen que ver la información tanto en un medio formal como en las redes sociales, como que somos pocos rigurosos, somos alarmistas, como ciudadanos es algo que se tiene que ir superando con el tiempo.

R: ¿Existe la ciberciudadanía?:

A: Existe mayor interacción, digamos que el uso de la tecnología está permitiendo establecer articulaciones entre grupos sociales, es una herramienta que bien usada sirve para organizarse, para informarse, para ponerse de acuerdo. A mí esa palabra de ciberperiodismo me sigue haciendo ruido, porque para mí es una plataforma, una herramienta, una conjunción de elementos, un mecanismo.

R: ¿Ciberperiodismo, periodismo digital o periodismo electrónico, volviendo a la rigurosidad periodística entiendo que ese debe ser el trabajo del periodista, estamos mal informados?:

A: Es una falta de rigurosidad que lo mismo se puede cometer en un medio impreso, pero es ante todo una falta de rigurosidad del ciberperiodista, aun cuando tenga una declaración del secretario de Gobierno donde diga que hay condiciones de seguridad, a un aprendiz de periodismo, dúdalo hasta que no compruebes, así sea una declaración de un servidor público no basta, tú tienes que ir a ver, confrontar la información, eso lo haces en un medio impreso y lo tienes que hacer en otra plataforma donde encuentres la información, es parte del proceso de investigación de un periodista, aun cuando sea un texto sencillo lo que salga, así sea una nota de tres párrafos, o un audio o un *podcast* siempre debe de haber esa rigurosidad.

R: Sin embargo, actualmente, con esta tecnología parece que todo es más instantáneo, más inmediato, y a veces muchos medios por ganar la noticia no verifican datos o fuentes:

A: Si, el problema del tiempo también es algo que se puede tomar de manera positiva o negativa, porque si bien puedes encontrar los elementos de manera inmediata o casi de manera inmediata en cuestión de minutos, también eso de pronto obliga a apresurar un trabajo, sin embargo, si tú te fijas en medios más serios y periodistas más serios, si bien te pueden dar una información donde diga de acuerdo con tal funcionario, o tal persona, hasta el momento se cuenta sólo con tal información, dos párrafos o un *podcasts*, y después sigue la otra parte donde tú ya tienes que verificar, ya cumpliste con lo inmediato de lo que está sucediendo. Si sucedió o narró un ciudadano que logró captar una imagen, tú puedes decir que la historia fue distinta, fue esta la historia. Si puedes cumplir con esa parte de la inmediatez, siempre y cuando establezcas bien las condiciones en las que fue recogida esa información y no lo des por absolutamente hecho, si no decir en este momento a las 2:15 de la tarde esta es la información, voy a ver a las cuatro de la tarde cómo ha evolucionado, y entonces es cuando vas enriqueciendo y un lector puede irse dando cuenta de la historia, como se dieron los hechos y no te vas sólo con la primera impresión, se debe ser muy específico La información se recogió a tal hora y de tal forma, es una manera con las que puedes ser más profesional. No es lo mismo que tú leas un mensaje en Facebook que diga que fue retomado por la ciudadanía en tal hora y en tal circunstancia a que después lo des por hecho y pudo haber sido ayer, o hace tres años, como te digo que ha habido casos, pero es la falta de rigurosidad que si se puede suplir y cumplir.

R: Supongo que es lo mismo con los mensajes que suben los políticos o un ciudadano:

A: Si, y a veces la noticia no es el contenido del *Facebook*, sino la falta de precisión de la misma autoridad de tal información que dio, también ellos tienen que ser rigurosos y responsables con la forma en que manejan la inmediatez.

R: Comentabas que los medios parecieran que no han cumplido con esta tarea que ahora ofrecen los recursos tecnológicos y pareciera ser que volcaran la información del impreso al medio interactivo, ¿por qué ocurre esto?:

A: Creo que se debe principalmente a la falta de recursos, porque puedes armar un video o una narrativa con audio y todo, pero si se requiere de personal, se requiere de conocimiento para la edición, se requiere quien lo monte, y entonces, yo creo que si hay el interés, pero no hay las herramientas, no hay personal o no hay lo económico, eso puede ser una de las partes, y la otra, es que les ha costado a muchos medios formales aceptarlo, sobre todo los impresos, lo ven como un rompimiento, no se dan cuenta que no es un rompimiento, es un complemento. Por ejemplo, La Jornada y Proceso, tardaron años y años en aceptar las plataformas digitales y lo único que hacían era volcar el impreso al internet y ahorita lo están haciendo, ya entendieron que no se confronta, que se complementa. Pero si en cambio otros medios que son nativos digitales lo hicieron bien, aunque no tienen la parte del análisis riguroso y la investigación que si tienen estos medios y hay quien cumple medianamente las dos cosas, como, por ejemplo, el periódico El Universal que si tiene periodismo de investigación, herramientas multimediales y tienen *podcasts* y tienen canal de televisión, pero ese medio tiene muchos recursos económicos, mucha infraestructura y mucho personal. Yo creo que es algo que si se va a dar, aunque con el tiempo.

R: En este sentido, ¿cuáles serían las realidades, las oportunidades y los desafíos del ciberperiodismo y las oportunidades en Tuxtla Gutiérrez?:

A: Bueno, yo creo que esa parte de la resistencia a las nuevas tecnologías ya paso, todo mundo vio que no son un riesgo sino un complemento y que te ayuda y que te abona, creo que el reto es empezar a trabajarla y no pensarlo como la transpolación de lo que ya tienes, pensar en una producción multimedia, en donde tú estás haciendo un reportaje y estás viendo la parte visual, pero en la parte visual no va a ir, por ejemplo, todo el desglose de la parte estadística y detallado, pero si puede ir en el texto, y aparte es muy importante pensar que si alguien lo ve en su teléfono, la versión tiene que ser distinta, los contenidos, por ejemplo, son distintos cuando lo piensan para una computadora formal, que cuando lo piensas para un *smartphone*, cuando se tienen los recursos y también la visión, hay producciones específicas para un *smartphone*, para un canal de televisión o para un contenido en un página de internet, pero si se necesita el recurso y el manejo de las herramientas.

R: Al respecto, ¿qué opinión tienes de los periódicos que nacieron por la emergencia digital, lo están haciendo, van caminando?:

A: Dices todas esa páginas informativas que sólo están en internet, pues encontraron la herramienta para sacar su propio medio, si lo ves desde la óptica de qué están aportando, es información qué están aportando, o nada más es la reproducción de lo que ya está, entonces yo veo mucha homogenización poco trabajada, poca rigurosa, con poca visión social, si ahorita

abrimos portales que digan Chiapas informa, estoy segura que voy a encontrar cinco o diez, si reviso que tienen, voy a encontrar el mismo contenido, comunicado que cualquier periódico lo tiene, entonces encontraron simplemente otra plataforma de difusión de esos mensajes, que a veces no tienen esta visión del periodismo como servicio social, yo lo veo así, es como tener una chamba, otro negocio, muchos no cumplen con esa visión de periodismo de visión, como periodismo y un bien social, es como poner una tienda de información.

R: ¿Es un periodismo muy incipiente?:

A: Es que es depende para lo que lo quieras, porque bien puedes tener un periodismo de análisis, bueno, con una hoja, como La Foja Coleta que es una hoja, no tiene que ver el medio, tiene que ver el contenido, sí, el medio te facilita el acceso hacia tu audiencia, pero aun cuando tengas la mejor tecnología, el mejor portal, la mejor señal, si tu contenido es el mismo, es como si no tuvieras nada y de todos modos tu capacidad de incidencia se reduce a nada. Hay un medio, por ejemplo, aquí en Tuxtla que tiene una estación de radio, quiere poner internet, tiene como diez periódicos regionales, pero, yo dudo que las personas realmente los consuman porque no aportan nada, entonces ese es el punto, mientras no aporten información de calidad podrán tener los mejores medios, pero no tienen el contenido.

R: ¿Cuáles son tus vivencias en esta nueva etapa del periodismo digital?:

A: Yo empecé hace 21 años, y a mí todavía me tocó mandar información por fax y tratar de conectar, empecé con el internet que se conectaba al teléfono. Yo creo que fui muy afortunada

porque me tocó vivir ese proceso, vivirlo, trabajarlo y actualmente, hago uso de las nuevas herramientas de comunicación, si he estado vinculada, digamos, a las universidades, al periodismo de investigación, entonces mi proceso de formación ha sido constante, he querido irme apropiando de la tecnología para lo que yo quiero desarrollar y estoy en un proceso continuo igual de transformación, de utilizar los *smartphones* y poder subir información y todo ese parte la voy aprendiendo, lo he ido aprendiendo, eso hace un reto constante, afortunadamente, siempre lo digo, la tecnología ha sido muy amable con las personas y cada vez es más fácil utilizarla. No es como cuando yo iba en la universidad que había que grabar, editar, era agobiante. Ahorita lo haces casi automáticamente, está al alcance de todos, solo hay que empezarlos a utilizar y saber para que lo quieres utilizar porque no tiene caso reproducir algo que no sirva y nada más para tenerlo bonito, tampoco funciona, no porque tengas un lindo portal con muchas imágenes quiere decir que estás haciendo bien tu trabajo.

R: ¿Ha existido un reto en el cual te has enfrentado en esta configuración, o con la ciudadanía?:

A: Yo siento que he caminado con ellos, nunca me he sentido agobiada, decir esto no lo puedo hacer. Tenemos un portal informativo y al principio cuando veíamos, imaginábamos a otra persona cubriendo y produciéndolo. Afortunadamente, contamos con personas que nos capacitaron y vimos que lo podemos hacer nosotros, entonces yo creo que todas las personas tenemos como miedo de no poder hacerlo, pero cuando lo vemos que si se puede y lo he ido asumiendo, lo he ido trabajando, aunque, evidentemente, si se tiene mayores recursos

económicos y humanos, se logran mejores cosas porque así nomás guías equipos y no tienes que hacerlo todo, como ahorita lo hacemos todo.

R: Hay una forma, de cómo miden la audiencia, ¿cómo se han consolidado en Chiapas Paralelo?:

A: Con la experiencia, y también vemos que la audiencia no está suficientemente madura, hay contenidos periodísticos que hemos hecho, trabajado muy bien, periodismo de investigación que realmente está revelando cosas y a veces si tu comparas con un contenido que es más llamativo, pero que es más superficial, puede tener 30 mil visitas y sé que es más superficial y que sólo te puede servir para tomar datos, para cotorrear y uno, que realmente está haciendo un buen análisis puede tener sólo diez mil, entonces nos preguntábamos, no lo están aprovechando, tanto que me costó hacer ese reportaje de meses y ves cuantas entradas tiene, pero después vimos que poco a poco va cambiando y que también hay un público especializado para todo, también tiene su tiempo y tendrá su tiempo en que las personas aprendan a consumir información de calidad, es un proceso que también ellos tienen que asumir y tienen que ver porque están muy acostumbrados a lo superficial, al morbo, al espacio de confort y queremos como ciudadanos ver la otra parte, porque eso implica que tenemos que asumir una responsabilidad social y cada quien tiene que asumir el papel que le toca jugar, pero, poco a poco hemos logrado que haya otros medios, otras cosas, también hay otra visión, pero es una parte un camino de tres vías, la del usuario, la del comunicador y el medio.

R: He notado en algunos medios, que los comentarios públicos son muy pasivos o muy tímidos, siento que esa interacción se da más en las redes sociales:

A: Como que hay diferentes canales de comunicación, porque también para comentar en un portal hay un proceso en el que se rellena, y en cambio en las redes sociales es algo más inmediato, aunque también es algo más emocional. Yo pienso que hay mucha emoción en las redes sociales y a veces poco análisis de parte de los usuarios, es una parte que se tiene que ir madurando y se tienen que dar cuenta del potencial que tienen y de la oportunidad que todos tenemos ahí, pero con el tiempo, yo creo que sí se logra y también lograr contenido dentro de toda la maraña de emoción que hay en las redes, también hay cosas que se pueden ver, pero es una parte de procesos educativos con lo que estamos formados, que a veces somos sujetos muy pasivos, somos muy conformistas a veces la audiencia sólo grita, pero pocas dice actúa. Bueno, eso se llama construcción de una ciudadanía participativa y en donde también el periodismo cumple una función social, no es sólo lanzar la nota, la lista de las chicas que violaron y que mataron. Tal vez decir aquí hay una responsabilidad, alguien no está cumpliendo su papel, falta responsabilidad compartida. Y entonces un periodista marcará la ruta por la que debería ir trabajando, no sólo hacer escándalo, esto también es un proceso para enseñarle al lector que hay una responsabilidad compartida, no hacharle la culpa al gobierno, sino preguntarnos qué voy hacer también aquí en mi colonia o aquí en mi comunidad. Todo tiene una evolución, vamos a mejorar, pero la herramienta no implica automáticamente un mejor contenido, las buenas prácticas se dan si tienes una hoja impresa como si tienes la mejor plataforma, igual las malas prácticas periodísticas se pueden dar en un ciberperiodismo más

visual y complejo, pero al final de cuenta no aportan nada, entonces nos es automático de que una mejor plataforma te brinde un mejor periodismo, eso no es cierto.

Entrevistada: P04

Entrevistadora: Rosa Solórzano Ruiz

R: ¿Cómo definirías el Ciberperiodismo?:

S: El ciberperiodismo, es el periodismo que se hace utilizando el internet, utilizando como medio el internet, así como utilizamos la radio, la televisión como medio, y utilizando también todas las herramientas que nos permite el internet no sólo el texto y fotografía, sino también audio y videos, informar en tiempo real.

R: ¿Cómo gestiona, como produce el ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez?:

S: Mira, yo pienso que ahorita hay como un *boom* de medios digitales o medios que están internet, pero no propiamente estamos haciendo periodismo para la web, sino estamos utilizando el internet como medio, pero no se está haciendo periodismo para la web, es el

mismo periodismo tradicional, llevado al internet. A que me refiero, la misma nota que tiene el periódico impreso, es el mismo que ves en el portal, no estamos haciendo periodismo enfocados para las personas que están en la web, y esto ha sido como una constante, lo mismo pasó cuando la radio, se hacía radio pensando en prensa. Cuando se empezó con la televisión era lo mismo, como que nos cuesta acostumbrarnos, y luego todas las personas que estamos haciendo ahorita periodismo para la web, somos migrantes del periodismo impreso o de otros medios, entonces estamos aprendiendo en el camino y en ese aprendizaje cometemos muchos errores o no nos damos cuenta o tenemos la nostalgia del papel y seguimos pensando que estamos escribiendo para el periodismo en papel y no estamos aprovechando todas las herramientas que nos da el internet, por diferentes cosas, por ignorancia, que hay que reconocerlo, por falta de herramientas, por falta de presupuesto, por falta de personal, hay muchas causas, pero pienso que ahorita es muy importante el número de medios que han surgido. A mí lo que me preocupa, que digo, por un lado, qué bueno que ya compañeras, compañeros tienen sus propios medios digitales, pero que malo que sea replicando el periodismo tradicional, entonces de qué nos sirve tener 30 de lo mismo, creo por ahí está el reto.

R: ¿Cuál sería entonces el reto, los desafíos, hacia dónde va el periodismo digital en Tuxtla Gutiérrez, se puede consolidar?:

S: Yo pienso que sí, pienso que tenemos que capacitarnos más en el periodismo para la web, yo siempre he dicho es el Santo Grial del periodismo para la web, no solamente en Chiapas, sino en el país. Vemos periodismo, proyectos periodísticos diseñados para la web muy buenos,

pero que no tienen financiamiento y sin financiamiento es difícil hacer periodismo para la web, y entonces, el reto número uno, para el periodismo para la web es lograr el financiamiento, lograr sacar a los anunciantes de los medios tradicionales y llevarlos a la web, esto es algo que los periodistas nos cuesta mucho reconocer, porque luego estamos con el idilio de que si hay que capacitarnos, claro, todo eso está bien, pero se necesita con qué y para eso hay que sacar a los anunciantes de allá y llevarlos para la web.

R: Ha costado mucho que los anunciantes crean en el ciberperiodismo, o a que se debe que no se han querido anunciarse en los medios digitales, ¿cuál es el reto?:

S: El reto, pienso que es lograr conseguir el financiamiento, los anunciantes, te voy a decir que pasa, una, es respetar la línea del medio, te hablo en particular que nos pasa con Paralelo, aquí la línea editorial es crítica, entonces el máximo anunciante en Chiapas, como sucede a nivel nacional, es el gobierno, entonces te dicen si te doy financiamiento, pero a cambio piden controlar la línea editorial, entonces estás entregando el proyecto, porque finalmente nosotros lo hemos dicho públicamente, al menos yo si lo digo, Paralelo no es el hilo negro del periodismo porque es un portal de noticias, acá no hay nada que comprar, cualquiera puede abrir su portal de noticias, qué es lo que lo hace diferente, su línea editorial, que es diferente a lo que se está ofreciendo. Pienso que los medios digitales tienen un gran desafío, tenemos un gran desafío en la parte del financiamiento, cómo nos financiamos, y ya teniendo como esta parte del financiamiento resuelta, eso te da elementos para tener más capacitación. Por ejemplo, en Paralelo, nosotros estamos conscientes de nuestras deficiencias que necesitamos más video, más imágenes, lo sabemos qué queremos informar en tiempo real, más veces, pero,

somos cuatro y además tenemos nuestro trabajo que sí nos da de comer, todos nos dedicamos a otras cosas, pues Paralelo vive de nuestros otros trabajos. Entonces, para tener un proyecto con todas estas características se necesita el dinero y ese es el reto de los medios digitales, lograr el financiamiento, si no hay financiamiento para donde te haces.

R: Y para ti, cuál sería el reto del ciberperiodismo, independientemente de la empresa periodística, como periodista, ¿cuál sería el reto?:

S: Mira, yo en lo particular, creo que tenemos que pensar más para el público de la web, tenemos que quitarnos este rollo del impreso. Por qué son tan leídas las entradas de UPSON; UPSON está hecho para el público de la red, muy atractivo, muchos dicen habrá tal contenido, si es eso, te siguen. En los tradicional, a ver quién te lee, le paso a Kodax en ese rollo de nunca digital, y se quedó rezagadísimo, entonces nosotros tenemos que entrar a esta dinámica, entrar e informar con memes que a mí me chocan, en serio que suena a chiste, pero tenemos que dejarnos este rollo del periodismo tradicional, o sea utilizar todas las herramientas, las infografías, con todo esto necesitamos entrar y lo necesitamos saber y somos periodistas que tenemos que trabajar en equipo. Nosotros, los periodistas siempre en ese rollo del alma solitaria, uno solita, ahorita no, necesitas alguien que te resuelva foto, video, o ser tú el alma poderosa que sea capaz de hacer todo eso, que no lo somos, yo en lo particular me declaro con deficiencia en ese tema para mí, ese es el reto, yo no digo que lo hago, lo empiezo hacer, pero estoy rompiendo con mis propios paradigmas sobre el periodismo, te digo me chocan los memes, pero hay que entrarle.

R: De hecho, actualmente, algunos investigadores llaman polivalentes a aquel periodista que trabaja en un cibermedio y que debe ser capaz de realizar diferentes tareas como redactar, saber hacer fotografía, la nota informativa y el video para el medio digital.

S: Yo no estoy tan de acuerdo con que nos volvamos eso, pero sí, lo hacemos, queramos o no. Yo creo más bien que tenemos que trabajar en equipo pensar en equipo, porque antes los equipos eran dos, hoy se hacen equipos de cinco o sea tienes que integrarte con el diseñador, con la persona que hacen los videos, pensar el trabajo en equipo, donde estemos cinco o seis personas trabajando, y tal vez el resultado sean tres párrafos, un video, una foto y ya, y que todo el trabajo de un mes se resuma a una infografía, pero para todo eso insisto, se necesita dinero. En lo particular, por ejemplo, ahorita mi situación que no estoy bien de salud y que se me complica salir, hay muchas cosas que yo resuelvo por teléfono, por chats o también hay dos cosas que te permite el periodismo para la web: una cosa, es reportear por la web y otra, es comunicar por medio de la web, cuando está uno reportando para la web uno encuentra cosas, si tienes todo el contexto y encuentras un twitter puedes encontrar cosas y te puede salir información de ahí. En este sentido, como que si nos volvemos más solitario para reportear, en el sentido de que ya cada quien está reportando desde diferentes puntos. Quien no sabe utilizar o cazar información en la web a estas alturas, ya está perdido. Yo por ejemplo, saco mucha información de solicitudes de información, yo utilizo muchísimo las solicitudes de información, a veces me dicen, oye como lo hiciste, pero que no crean que entre a media noche a asaltar los archivos de la secretaría de Hacienda, hice una solicitud de información, por ahí, el teléfono, los grupos de WhatsApp, es un tráfico de información que hay por ahí, y

también la ciudadanía nos reporta mucho, por ejemplo, en Paralelo nos llega mucho, no sabes que tanta información nos llega por parte de las personas.

R: ¿Cuál es el medio por el cual les llega más mensajes, por *WhatsApp*, *Facebook*?:

S: En lo personal, por mensajes de *WhatsApp*, por correo, por *inbox* en la portada o *front page*. Por ejemplo, no sé si te acuerdas del video de la cachetada del gobernador, nos llegó por correo, la persona que lo tomó confió en el medio y nos dijo oigan tengo un video así, y así lo publican, si claro y lo publicamos, ni siquiera pensamos que si lo tenía, nos los mando y no es un video que nosotros inclusive hayamos buscado. O las manifestaciones de los maestros, nosotros siempre tenemos fotos, siempre por qué, porque no los mandan, el día de las elecciones sacamos un *#hashtag* que decía si tú quieres informarnos a nosotros y que nosotros lo compartamos súbelo y utiliza este *#hashtag* y nosotros estuvimos siguiendo ese *#hashtag* todo el tiempo, y nos llegaban fotos de cuando tomaban urnas y todo, son cosas que antes eran impensables.

R: En ese sentido, ¿la rutina en comparación con el medio impreso ha cambiado?. Digamos ya no existen las conferencias de prensa o de vez en cuando?:

S: Si, si hay conferencias de prensa todavía, boletines, ya no vive uno de eso y otra cosa que tiene Chiapas Paralelo, que espero y se note, Paralelo no vive de la agenda diaria que te ponen los poderes del gobierno del Estado; Paralelo tiene su propia agenda, lo de es otra versión realmente nos la creemos, ¿quién te pone la agenda de los medios?, los poderes del estado,

ellos te ponen agenda. Nosotros lo que queremos siempre son las personas. Todos están hablando de la vida del papa, bien, pues vamos hablar de la vida del papa, pero lo vamos hacer desde otra visión, y tú lo ves cómo se está hablando de los pueblos indígenas, pero no desde ese sentido folclórico, no. Hay temas que para nosotros son temas de agenda siempre, el tema de migración, el tema de desplazamiento forzado, el tema del respeto a los derechos de las mujeres, son temas que siempre lo vamos a llevar, aunque la agenda de ellos vaya por otro lado, creo que eso nos falta mucho a los medios, nuestra propia agenda, una agenda ciudadana.

R: Se dice que los lectores ya no quieren leer la prensa porque encuentra la parte oficial, entonces, qué bueno que Chiapas Paralelo tiene otra versión, el contenido no es malo, pero a lo mejor podría mejorar en la parte del diseño y cumplir con las características del periodismo digital:

S: La parte del diseño, nosotros somos los primeros en decirnos, nos falta esto, nos falta lo otro, y lo sabemos, y nos gustaría mejorar, pero te digo, la parte del financiamiento es difícil.

R: La participación ciudadana, ¿existe la ciberciudadanía?:

S: Yo creo que estamos en un proceso de construcción que va muy lento, pero es muy difícil que haya ciberciudadanía o ciberciudadanos, finalmente, los medios digitales, todo lo que pasa en la red es un reflejo, a veces muy nítido y a veces no tanto de lo que sucede en el mundo real, creo que hay un proceso de construcción de la ciudadanía, y aún más de la ciberciudadanía, hay acciones ciberciudadanas, no hay ciudadanía ya construida, más bien hay

acciones ciberciudadanas, se ven algunas cosas, pero eso no quiere decir que hay ciberciudadanía consolidada, habría que estudiarla. Yo te hablo de lo que percibo, hay un proceso de construcción ciudadana en todo el país, pero no una ciudadanía construida.

R: ¿Se podría decir que el ciberperiodismo está propiciando redes de ciudadanía?:

S: Hay dos cosas que hay que señalar, sí estamos haciendo exactamente lo mismo que los medios tradicionales, pero nada más que nuestro formato no es el mismo que en papel, estamos haciendo lo mismo en cuanto a contenido, pero en línea, pero pienso que los medios digitales sí contribuyen a una mejor ciudadanía, esto del ciberperiodismo ha abierto otras posibilidades de crear otro tipo de medio, medios que nunca antes los íbamos a ver. Chiapas Paralelo, por ejemplo. Para nosotros sería impensable vivir en un impreso por el financiamiento, nosotros salir en un impreso es imposible, que es lo que nos permite el formato, nos da esa libertad que no nos lo daría la radio, la tele o el impreso, si te ayuda, pero es como un elemento y hay que ver qué clase de ciberperiodismo es. Yo soy un poco más resistente a las redes, finalmente vengo de la escuela tradicional, pienso que pasas como la primavera les dan mucho crédito a las redes, pero había todo un proceso que se vino a concretar con esto, pero creo que nos falta. Este proceso de ciudadanía tiene que ser mucho más avanzado para lograr construir una ciberciudadanía, hay más ciberciudadanía sí, por ejemplo, las mujeres que es como el tema que más abordo, las mujeres ya no van tanto a las marchas, pero si le dan *like* a los temas, le dan compartir, comparten memes feministas, pero ya no van a las marchas, son como construcciones distintas ahora la ciberciudadanía, es difícil que se manifiesten porque talaron unos árboles aquí abajo, pero si sube cosas a la red, crea,

genera opinión pública, pero si a la ciberciudadanía no la concretas en acciones concretas, no siempre dan resultado, tienes que construir esas actividades en acciones concretas para que den resultados.

R: ¿El periodismo ciudadano ha contribuido a la participación?:

S: ¿Qué es el periodismo ciudadano?, dicen ahora, cualquiera puede informar, si pero no a todos les puedes dar crédito, que es la diferencia entre la persona que tiene la posibilidad de estar en los hechos por azares del destino o porque es su trabajo o tomar una foto de una persona, eso no lo hace periodista, la diferencia es que nosotros como periodistas le damos seguimiento, no nos quedamos, le buscamos el por qué, no es solamente que pasó, que es lo que hace el ciudadano conforme te manda la foto, también hace falta que como ciudadanía le des seguimiento, a veces piensan que como ciudadanía ya solucionaron el problema, no. Significa buscar la reacción del hecho, todo eso no lo da el ciudadano que informa, fue porque de casualidad iba pasando por ahí. Nosotros como periodistas ahora más que nunca sí importa nuestra visión, tenemos que tener el contexto más amplio, la mirada más amplia, porque el hecho de que van a cerrar una vía, eso ya no es noticia, todo mundo lo dice, tienes que darle más a la gente.

R: Sin embargo, para ustedes, puede ser un vínculo:

S: Lo que siempre ha habido son los tips, un *post de face*, un *twit*, algo que tú lo tienes que rastrear, pero no lo tengo que dar por hecho, a nosotros nos llega muchas cosas, y lo único que

es un hilo para rastrear, es como saber que hay algo que se está cocinando, pero es trabajo del periodista jalarlo no le podemos dar crédito a cualquier cosa, inclusive hasta las fotos, el video que nos pasaron de la cachetada del gobernador, lo pasamos como por diez mil filtros, antes de que lo publicáramos hablamos al Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado (Icoso), para decirles tenemos esto y necesitamos su versión, la persona que nos pasó el video, y aun así con todo lo desconfiado que podemos llegar a ser nos meten goles. Es trabajo del periodista, nosotros si vivimos de esto. Los mensajes que nos llegan pasan por un filtro, no van directo. Nosotros tenemos que autorizar todos los comentarios, no es lo ideal debería, ser libre de paso, decidimos hacerlo así porque nos falta personal y, por ejemplo, a veces nos llegan muchos comentarios y cuando venimos a ver hay mensajes difamatorios muy groseros, por respeto a las fuentes de información, preferimos hacer nosotros como ese arbitraje de los comentarios. Si no es ofensivo, los dejamos y no tenemos tanto problema con eso.

R: En síntesis, como podrías hacer un comparativo con el periodismo tradicional y con el periodismo digital:

S: Yo espero que haya más financiamiento, y más personas haciendo periodismo digital, como también tener acceso a ellos, porque en Chiapas las personas que tienen acceso al internet, es aún un universo reducido, pienso que si nos comparamos con los medios tradicionales estamos siendo más leídos, por ejemplo, yo estoy segura que las visitas que tiene Paralelo no es lo que está tirando ningún periódico en Chiapas, tenemos cifras, las visitas pueden ser mayor que los medios tradicionales, eso es algo que tenemos muy claro, pero también tenemos claro y sabemos que llegamos a una población específica a la clase media a personas que por lo

menos tienen nivel preparatoria. Entonces, tenemos este enorme reto con lo que está consumiendo la mayoría de la población, nosotros no estamos haciendo periodismo para todas las personas. Hacemos periodismo para las y los tomadores de decisión, no lo digo como una cuestión estratégica, sino con pesar, porque las personas de bajos recursos o con niveles mínimos siguen teniendo los mismos consumos periodísticos, sus referentes siguen siendo López Dóriga, Andrea Legarreta. Nosotros estamos lejos de llegar a ellos, nuestro reto es, tal vez para llegar a ellos tenemos que llegar al impreso, porque mientras ellos entran a lo digital o al WhatsApp, u a otro mecanismo. Históricamente quien ha movido el país es a la clase media, pero esas personas que no tienen mayor acceso hacen que sigan siendo no tomadores de decisión.

R: ¿Cómo miden las audiencias?:

S: Por las visitas, la web tiene capacidad; capacidad que no tienen los medios tradicionales como la radio, la tele, no saben cuánto rating tienen y pueden estar mintiendo, el periodismo impreso sigue siendo lo mismo, yo he trabajado en periódicos y dicen que han tirado 20 mil. En Chiapas y ningún periódico en su vida, en Chiapas han tirado eso, a menos que ellos te lo digan y pueden estar mintiendo. El Cuarto Poder y el Heraldo que son los que más tiran tres mil o cinco mil, exageradísimo, han llegado a tirar mil 500 y eso lo saben los que están dentro, pero ellos, se anuncian que tienen 20 mil. Alexa.com te dice como estamos ranqueados,

parámetros, estadísticas que son públicos, inclusive, hasta por notas, tenemos claro que nota están leyendo más.

ENTREVISTADO: P05

ENTREVISTADORA: ROSA SOLORZANO RUIZ

R: El ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez, es ya una realidad, ¿cuál es tu opinión al respecto?:

E: Yo creo que nos tocó experimentar el cambio más drástico de la humanidad. En lo personal, creo que no ha habido ninguna época en la historia del mundo que haya vivido una

transformación tan rápida y tan súbita como la que estamos hoy presenciando con la llamada era digital. En el caso del periodismo digital, yo creo que nos cayó de sorpresa, para empezar en el caso del periodismo regional, chiapaneco y tuxtleco que podríamos decir que es la ciudad con mayor facilidad para acceder a la tecnología y comunicaciones, yo creo que fue de ramplón que nos cayó, no hubo un previo aviso de que iba a pasar, no nos dimos cuenta de lo que iba a pasar y cuando venimos a ver la digitalización nos alcanzó. Todavía podemos ver que los diarios impresos de Tuxtla Gutiérrez tienen un desarrollo, de uso de la tecnología muy pobre, hace poco lo empezaron a utilizar, hace poco lo empezaron a usar la radio digital por internet. Yo creo que los medios tradicionales como la televisión o la radio, en el caso de los medios electrónicos se enfrentan a una nueva realidad, es obvio que la gente, ahora, no necesita esperar a que lleguen las 10 de la noche para ver un noticiero y enterarse de lo que está pasando en el mundo, tan fácil que puede ser comprar un celular, descargar la aplicación de *Twitter*, *Facebook*, lo que quieras, cualquiera de las redes sociales que existen y enterarte de lo que está pasando, y es muy sencillo. Entonces, nosotros quedamos rebasados con la inmediatez; la inmediatez para nosotros es algo que nos cayó así de inmediato. Ahora tienes que ser rápido, antes pues sí, pero no tanto como hoy, esto te facilita y te complica las cosas, claro, te facilita las cosas porque, por ejemplo, antes cuando tú ibas a cubrir una nota a Ocosingo, Tila, Yajalón que están a cuatro, cinco o seis horas de distancia, pues tenías que viajar cuatro, cinco o seis horas, trabajar otras dos, tres horas, regresar otras cuatro, cinco o seis horas y te llevabas un día si tenías suerte en poder venir y transmitir una nota, que a lo mejor en la pantalla duraba 20 segundos. Ahora no, tú vas a ese lugar que, efectivamente, te lleva cinco o seis horas y te acercas a un lugar donde haya cobertura y se acabó, no tienes que venir corriendo como antes lo hacías y no solamente eso, ahora con el famoso periodismo 3.0,

que bueno ahí yo tengo mis dudas en ver hasta donde son los alcances del llamado periodismo 3.0, ahora mucha gente puede transmitir. Tú viste lo que paso ayer 17 de abril del 2015, en Tamaulipas, por ejemplo, con la balacera tan cruel que hubo, la balacera que se suscitó y tú ves en la noche los noticieros no hubo una sola imagen de un reportero, todo lo sacaron de las redes sociales de *Twitter*, de *Facebook*, de lo que le llegó a su redacción y sacaron casi la misma imagen de una mujer que empieza a grabar y que se esconde en un coche y se mete a una plaza. En fin, esas son las facilidades que te da y con las que tienes que competir, es muy rápido. Otro ejemplo, es cuando de repente explotó en el hospital, en la Ciudad de México, en Cuajimalpa, el gas nieta; el video que el señor estaba grabando de la explosión, fue el único testigo que hubo y eso fue lo que impacto al mundo o sea una persona, cualquiera, tenemos un celular, cualquiera podemos informar a la gente, claro, el periodismo es otra cosa. El periodismo es una disciplina que tiene una metodología, que tiene un conocimiento previo, hacer periodismo no es grabar, tomar tres fotos, eso se llama denuncia social, el estudio del periodismo se alimenta de eso, el periodismo 3.0 se alimenta de eso, alguien puede, por supuesto hacer una denuncia social y claro, si se vuelve una persona sistemática y se vuelve una persona que aprende técnicas de periodismo, claro va a hacer un periodista con mucha más facilidad. Ahora los periodistas tenemos un reto mucho más fuerte, los periodistas tradicionales que venimos formados de forma diferente, los periodistas de hace apenas 10 años son otro tipo de periodistas que ya vienen con un “chip”, pues a mí me ha tocado convivir con los jóvenes de ahora y te das cuenta que te sorprenden. Yo tengo que pedirles asesoría a ellos de cómo le hago para que una foto se pueda meter de tal, o cual forma, porque lo que yo aprendí, mis conocimientos quedaron rebasados. Yo aprendí en la última generación del 95, que fue en la que egresé de la escuela, aprendí a utilizar los carretes. Estuve en una escuela

especializada en radio y televisión en la ciudad de México, es la Universidad de Periodismo, Arte, Radio y Televisión que fue la única que se formó en ese tiempo, pues bueno, uno salió muy completo sabiendo utilizar los carretes y sabiendo editar, iluminación y bueno toda esas cosas, y cuando terminas en el 95 y en lo que te acomodas, ya llegó la nueva tecnología, eso que tú aprendiste ya no sirve de nada o sea tres, cuatro, cinco cosas que sabías hacer ya no sirven de nada, porque llegó la era digital y es así como nos llega a esa generación, o sea, tuve la suerte y la fortuna de aprender esa cosa que para los chavos de ahora podría ser algo rústico, algo de la prehistoria. La prehistoria de la comunicación ocurrió hace apenas 10 años, o sea, mucho tiempo el periodismo estuvo embobinado en una dinámica y hace 10 años vino a cambiar por completo. Ahora, yo digo que el reto que tenemos es, obviamente, los formatos han cambiado mucho, antes hacías tremendos cinco mil, ocho mil, 10 mil caracteres para llenar una plana o lo que te pidiera la revista o el periódico, pues ahora no, o sea las redacciones son muy cortas, salvo que hay una discusión entre si es corto o es largo, no sé cada quien tiene su propia visión de las cosas, pero lo que si es cierto es que hay un nuevo formato, hay una nueva forma de poder abordar el periodismo, hay una nomenclatura nueva que estamos viviendo bajo nuevos estándares, bajo nuevos códigos de comunicación que son con los que nosotros apenas como periodistas, no sé si de la vieja guardia o de la última retaguardia del periodismo tradicional nos estamos enfrentando, pues nos toca vivir la cola de una época del periodismo que se agotó, que ya se agotó y nos toca vivir la nueva ola del periodismo digital, el cual nos viene a meter en otra dinámica, completamente diferente. Yo creo que nos cayó muy de golpe todo y para los que quedamos en medio de los dos fuegos o sea del fuego que se acabó y del fuego que inicia, entonces es complicado porque no estas ni de uno ni del otro lado, claro te das cuenta en donde estás y ya luego te metes a la ola, pero

lleva su tiempo, ahora es un orgullo para esa generación que nos tocó vivir la colita y la cabecita del otro, pues no estaba en esto, pero ahora el reto es, ¿cómo adaptarse? ¿cómo poder diseñar?, porque no hay ni siquiera en el ámbito chiapaneco un código deontológico. Tú puedes ir a España, puedes visitar algunas cosas y ya existe el código deontológico, donde te dicen como más o menos va caminando la ética en la cuestión del periodismo digital, pero pues aquí apenas hemos visto un caso muy sonado el de Aristegui que causó mucha polémica entre quienes la apoyan y quienes no, pero finalmente, yo creo que es un elemento importante de ver en qué momento estamos parados. Las autoridades mismas están acostumbrados a sobajar, a aplastar a someter a los dueños de los periódicos o a los periódicos en sí, y ahora no, se dan cuenta que hay otra cosa, hace poco me tocó platicar con una gente importante que conoce bien de cómo están las cosas, y decía no, no, no, esto de las redes sociales no nos interesa, y yo decía y me quedé de a cuatro, pero como puede decir alguien que está en el poder una barbaridad como esa, claro que debería importarle, no solamente para cuidar su buena o mala imagen, sino para poder enfrentar el mundo, o sea, ahora te das cuenta que el dinero, o sea, las verdaderas fortunas se están haciendo a través de la tecnología aplicada, tú ves a los chinos formando nuevas cosas con millones de dólares, ya están atrás de Zuckerberg, de Bill Gates, atrás de todos los grandes patriarcas de la comunicación. Estamos ante un nuevo tiempo, nos llegó muy de golpe y bueno vamos a tener que todavía aprender muchas cosas de las poquitas que apenas estamos aprendiendo.

R: Hace un momento comentabas sobre la rapidez, lo instantáneo, tenemos la noticia de manera instantánea, veloz, inmediata ¿cómo verificas tus fuentes? ¿cómo hacer que una

información sea confiable, creíble? ¿cómo hacer entre tanta información, saber, cuál es la que debe realmente darse a conocer?:

E: Paso anterior, muy rápido con el caso del robo del material radioactivo en Tabasco, hay una alerta, obviamente, desde la noche misma del robo que emitió la Secretaría de Gobernación y que se dio en forma oficial, pero no hay un seguimiento, por ejemplo, en el caso de la Secretaría de Salud que de manera preventiva manda un oficio en el que le piden a la gente que por favor verifique bien dónde va a estar, qué va a comer y algunos detalles, pero de manera preventiva, porque además de la verificación oficial del robo de este material radioactivo que es muy peligroso, la autoridad no hizo una buena comunicación y soltó un comunicado en el que no precisa bien y eso genera mucha alerta que es una forma irresponsable de una autoridad, de poder generar una conciencia en medio de un caos psicológico que creó lo del famoso robo del material radioactivo, entonces, cuando te llega a ti una información como esa y bueno, en lo que tú estás aquí verificando, no falta quien ya la subió, y entonces tú no puedes competir contra eso, a veces a alguien que llega y de pronto lo sube de volada, o sea, tú no puedes competir con la inmediatez, compites con el contenido, con la responsabilidad de ver, de saber que genera esto, como puedo tener un impacto social, y yo creo que es la competencia que tenemos, y esta nueva forma de entender, la misma de la sociedad, los contenidos de las redes sociales, si tu pones esto o no sé, debes verificar. Paso anterior con la foto del Secretario de Gobierno, en el cambio y le ponen: ya se dio el cambio, entonces la gente se va, ya se dio el cambio, y como el Secretario de Gobierno con el Gobernador que era la foto oficial de cuando asumió el cargo de Secretario de Gestión Pública, pero como asumió el cargo de Secretario de Gobierno, pues esa misma foto fue

subida por muchos portales como la nueva foto, entonces la gente lo toma como cierta, aunque la información ya había sido verificada, pero la foto no, por poner un ejemplo, esto es lo que pasa todos los días, todos los días pasa. Yo creo que ahí va mucho la experiencia, la que tu tengas, no dejarte llevar por el primer “triqui” no porque tronó un “triqui “ ya empezó la guerra. Yo creo que ahí la experiencia, ahí si te da muchas coordenadas de qué hacer y en qué momento, pero creo que la sociedad está inmersa en una dinámica muy rápida, apenas está entendiendo como usar las redes sociales, para qué le va a servir, que fines puede tener y hasta dónde es bueno seguir, creo que a todos nos pasó en el momento que nos metimos a Facebook o a Twitter o a lo que tú quieras, nos empezamos a sentir más poderosos, es un efecto normal, la gente tiene un poder nuevo que no tenía hace poco, entonces está aprendiendo todavía como utilizarla, cómo entender, como asimilar, a ver que es verdad, que es mentira y eso, pues todavía nos va a llevar un ratito entenderlo. El periodista debe tener mucho cuidado con el uso de las tecnologías y del periodismo aplicado en las redes sociales, porque una mala información puede provocar un caos. La gente, precisamente, no entiende que es un vacilón y que es algo real o sea no sabe que está pasando, hasta donde es cierto eso que dicen, hasta donde es mentira, hasta donde es verdad, no entendemos, nos cayó muy de golpe todo, pero como periodista si es necesario tener mucha responsabilidad, en que información tomar, cómo verificar, o sea, se nos va la nota porque no tuvimos tiempo de consultarla, pues que se nos vaya, yo soy de esa idea, preferible a que al rato tu vayas a tener o te metas en un problemón por ganar la noticia, de credibilidad, mínimamente, y sino legal por anunciar, informar o dar a conocer cosas que no son ciertas, y no solamente en el contenido sino también en los formatos, creo que la inmediatez es lo que nos está haciendo que en ocasiones no se hagan bien las cosas, pero más vale perder la nota.

R: Se observa en algunos medios que han ampliado su oferta informativa, pero también siguen siendo las mismas notas o sea no hay mucha variedad en su contenido, y no digamos con el nuevo formato que exige el ciberperiodismo, hay ciertamente, un avance como tú decías, ¿están en esa etapa de adaptación, quizá?.

E: Yo creo que estamos haciendo lo mismo, con herramientas diferentes, exactamente lo mismo, o sea tú puedes ver el mismo boletín publicado en cincuenta páginas, el mismo, vaya, ni de cabeza le cambian, o sea mucho plagio también, está permitido que tu retomes una información, claro, pero citando la fuente, aquí estamos utilizando las mismas tecnologías para decir exactamente lo mismo. Yo creo que el éxito del periodismo digital, consiste en crear no solamente nuevos formatos sino también contenidos más profesionales, en la forma en la que tú vayas profesionalizando tus contenidos, en la medida que tú vayas profesionalizando tus formatos o sea la gente no solamente quiere leer un chorizo de letras, no, al contrario; la tendencia es gráfica. Estamos haciendo lo mismo con las redes sociales y lo que nos falta es, yo creo tener un poco más de creatividad en cómo utilizar las redes sociales y como empezar a impactar entre la sociedad, ante un medio, ante un periodismo, precisamente con poca credibilidad, un periodismo que está en la lona de la credibilidad. La sociedad con mucha razón tiene mucha desconfianza de los periodistas, yo creo que, entre los políticos, los policías y los periodistas hacemos la trilogía perfecta del desengaño. La gente no cree ni en los periodistas, ni en los políticos, ni en la policía y con mucha razón, o sea también hay policías buenos, también hay políticos que tal vez estén preocupados por una genuina causa, pero también puede haber periodistas que luchan por otras cosas, pero la falta credibilidad, nos

está orillando a otras cosas, entonces, el formato es muy importante como tú presentes las cosas.

R: por ejemplo, como establece el periodista o el ciberperiodista, el contacto con otros usuarios, como estableces tu región del ciberperiodismo ¿para quién escribes?:

E: Yo trato de escribir para Tuxtla, para Chiapas, nada más. No estoy pensando en la gente de Oaxaca, no estoy pensando en la gente de Veracruz o en la gente de la Ciudad de México, tal vez en la gente que le interese Chiapas, pero desde fuera, pero no estoy pensando en hacerme universal pues no, sino en hacerme regional, yo creo que en la medida en que tú te vuelves regional puedes tener más éxito porque es tanto el bombardeo de información, tu abres un Twitter y puedes seguir 10 mil sitios que te dan miles de notas y nadie va a tener la primicia más de 10 minutos, más que otro. Estamos muy comunicados, la red de comunicación es muy fluida, entonces yo creo que en la medida en la que nos hagamos regionales-locales-localistas, podemos nosotros sentir efecto, al menos en el caso personal; hay gente que tal vez esté interesada en el periodismo nacional, que para mí el periodismo nacional se vuelve ahora muy difícil de asimilar ante tanta competencia. Hay muchísima información de no sé cuántas letras por minuto, ahora los teóricos dicen que no leemos, que escaneamos, efectivamente, tú agarras el Facebook y le das una mirada y así como por una milésima de segundos capta tu atención una foto o algún texto o algún personaje, regresas a ese lugar y ya ves el contenido, hay técnicas de lectura, la famosa F, de cómo se están diseñando los portales para hacer más atractivos las lecturas, en fin, yo creo que el ser localistas es lo que te permite, para mí, cumplir mis necesidades o mis alcances cognoscitivos, el poder trascender.

R: Acabas de decir que es tu apreciación, es tu opinión, pero finalmente se habla también de una red global, entonces, ante esa globalidad se habla de un periodismo o ciberperiodismo que puede estar en China, Japón o Estados Unidos y aquí, entonces se habla de un vínculo, es una región del ciberperiodismo:

E: No pues, es que ahora tú te tienes que enterar de todo el mundo. Es muy fácil, es tan fácil sentarte media hora más o menos, tener un panorama clarito de lo que pasa en todo el planeta. Hasta de lo que pasa en Marte, vaya lo puedes tener ahorita más o menos desmenuzado muy rápidamente, pero puedes tomar información para tu portal, lo están haciendo todos o sea si es complemento de, pero no es la fórmula principal el dar noticias de lo que está pasando en China, en Rusia, en Ucrania, en Europa, claro tal vez tú puedas hacerlo, es importante estar informado ahora más que nunca, pero esa información te puede servir para poder tener un panorama de que es lo que está pasando en el mundo y poder aplicarlo a tu realidad. Pasa por ejemplo y me refiero a algo muy concreto que en Chile están viendo ahora que en la producción de plata de las mineras, les causó un efecto terrible a los chilenos, que ahora, treinta años después, los chilenos estén viviendo una crisis ambientalista como jamás en su vida, hay un tremendo caos en Chile, bueno en Chiapas están empezando, las minas tienen mucho tiempo, pero están empezando a ampliarse las minas, hay una expansión terrible de las minas, entonces esa información que tú recibes de Chile, claro que te puede servir, es necesario, incluso referirla, estas obligado a referirla, estás obligado a hablarle a un chileno y decirle oiga, quiero saber que pasó, como es que la mina acabo con el pueblo, entonces tú puedes hacer una nota con la historia de Chile; la historia de cómo acabo una mina con 10

pueblos, tú esto lo puedes aplicar y decirlo aquí, y poner una información de lo que está pasando en Escuintla, o en otros pueblos chiapanecos donde se están apoderando de las minas, de los territorios, para eso sí sirve la globalización, para verse reflejado en otra parte, pero no me interesaría por ejemplo andar siguiendo la información de Ucrania todos los días y ponerla como principal, es una opción y lo hacen muchos portales, o sea, si yo tuviera dinero pondría a una persona que haría la sección internacional, deportes, cultura, y que a todo dar, como lo hacen los portales nacionales que tienen dinero, pero a falta de dinero y a falta de tiempo, pues tienes que avocarte a lo que es realmente la realidad chiapaneca.

R: ¿Cómo dirías que se consume, que se distribuye o se produce la información, la noticia hoy en los llamados cibermedios?:

E: No tengo un estudio claro de qué es lo que esté pasando, como son las tendencias de lectura o de preferencia, realmente no lo sé, pero si me he dado cuenta que hay patrones de interés, y hay intereses sociales dirigidos a lo inmediato y los intereses sociales dirigidos a lo permanente. Yo creo, pensar con esto, en que, si tú vas a hablar hoy sábado 18 de abril de lo que está pasando en Tuxtla, es especial referente de lo que está pasando en este momento con las elecciones, si yo te dijera estos van a ser los candidatos a la presidencia municipal, dicen, pues qué autoridad moral soy yo para decirlo, pero a lo mejor soy muy “ducho” y neta que lo encontré y lo logré. Tal vez esa información es muy interesante, pero en una semana ya no va a servir, pero hay información que a la sociedad chiapaneca le debería interesar, pero también no es lo que les debería interesar sino lo que ellos están refiriendo como algo que les debe interesar, aquí hay una dicotomía, si tú les das información de la Feria Chiapas y le pones un

“meme” nuevo y te “pitoneas” de los políticos seguro que vas a tener 10 mil me gusta, estoy seguro sin problema, pero también está otra información que le debes de decir tú a la gente de lo que está ocurriendo, o sea no solamente el periodista de ahora con mayor facilidad de manera individualista, no en el ámbito de portada de un medio de comunicación, sino individual, se vuelve más individual, fíjate que contradictorio, no, y además de individual, en lo globalizador se ve más individual porque tú puedes decir tu punto de vista, es este, o sea, no lo leí en el periódico Mercurio o en el volante, no lo leí en la página de fulano de tal, o sea si te vuelves tú individualista y cuenta mucho eso que estás diciendo y tú puedes incidir de esa manera y ya pues la gente tiene sus tendencias, la gente no quiere, si tú le pones algo de cultura o de impacto ambiental soportado a lo mejor no le interesa, pero le pones un “meme” y tal vez sí, pero no porque a la gente le interesa un “meme” tú vas a hacer “memes” todos los días sin dejar de darles información que les sea útil, entonces, hay las dos cosas, se tiene que por supuesto, retroalimentar esa predisposición social hacia algunas cosas y también inyectar cosas, qué información pueda ayudar a la gente a entender problemáticas sociales que nos van a perjudicar, yo estoy seguro que por ejemplo la situación del cambio climático, que la situación del crecimiento poblacional va a crear una catarsis, va a crear un terremoto social dentro de poco tiempo, estoy seguro de eso, no sé si sea catastrófico, pero es que ve los patrones de crecimiento de población del mundo y qué va a pasar cuándo no haya tanta comida, cuando ya no haya tanto petróleo, qué va a pasar, en qué lugar está ubicado Chiapas, bueno tenemos mucha agua dicen los italianos que han venido a hacer estudios, pero qué es lo que debe de saber la sociedad chiapaneca o qué es en lo que nosotros podemos ayudar; podemos ayudar a que el conocimiento social este más enterado de temas que realmente deben de ser inyectados en la sociedad.

R: Al respecto Chiapas, digo es frontera estamos en un lugar como tú decías, hasta cierto punto privilegiado, ¿estos temas convergen?:

E: Sí por supuesto, por ejemplo, hay una fijación muy natural de la migración en la población estadounidense, sobre todo si yo trabajo para un medio y con otro medio en el que les interesa mucho el tema migratorio, pero es una parte nada más, mira la diferencia que hay entre ser un corresponsal y ser un reportero, es lo mismo, un corresponsal es un reportero, pero no todos los reporteros son corresponsales entonces estar veinte años metido casi en el hoy de la corresponsabilidad, pues te obliga a ser muy mañoso, a tener algunas técnicas, si quieres llamarlas así, de investigación, de obtención de información, porque tienes que saber un poquito de todo, cuándo no había precisamente redes sociales, que no te podía alguien grabar y mandar material, no podías decir mándame una foto por el *WhatsApp*, o sea tenías que esperar a que el fotógrafo fuera al estudio Foto Claudia, que le revelaran su rollo, lo reemplazará, bueno y eso se llevaba una mañana o una tarde o un día, y si era ya después de las nueve de la noche, la foto estaba hasta el otro día, eso para la generación de ahora, es antiguo ¿cómo?, no, no es posible. Ahora no, tómate una foto amigo desde la marcha y por Facebook y en tres segundos la tienes, la subes y en ese segundo le puedes decir a la gente que tú estás ahí, o sea no hay problema. La inmediatez, es muy fuerte, bueno es que la información es muy rápida, ahora no puedes tú competir contra el tiempo, todos competimos, ¿cuántos portales hay en Chiapas, no sé, yo conté como cien en una ocasión, tal vez sean más.



ENTREVISTADO: P06

ENTREVISTADORA: ROSA SOLÓRZANO RUIZ

R: Hoy vemos una reconfiguración de los medios de comunicación digitales en Tuxtla Gutiérrez, ¿cómo gestiona, produce, y opera actualmente el periódico Noticias e Imagen de Chiapas, en este nuevo entorno?:

C: Bueno, en mi caso, llevo ocho años en el periódico Noticias, al principio cuando emprendimos la parte digital estaba completamente empezando a crecer, sólo había algunos medios nacionales que ya tenían la parte digital como alterna a su diario impreso. Yo creo que de unos cuatro años para acá o cinco años para acá empezó a tomar mayor forma esta parte, en el caso de Noticias como son cuatro periódicos los que forman el Grupo Noticias, digamos que la sede del periódico está en Oaxaca, fueron ellos los que empezaron hacer su primera plataforma digital que es noticiasnet.mx, pero casi siempre la información está concentrada en la matriz de Oaxaca, la portada en su portal tiene la información de Oaxaca, casi siempre incluyen nacional, y por supuesto, toda la información local que pueda haber, pero le dan prioridad a Oaxaca. Entonces, como que empezaron a dejarnos a un lado, siempre se les ha mandado información, ellos la administran. Nosotros les damos la información, subimos alguna información y ellos la administran, si va o no va al portal, esa es una ventaja que ellos tienen y una desventaja que teníamos nosotros. Fue ahí cuando empezamos a crear algo más local, hicimos una plataforma que se llama nvi.mx, que, por cierto, ha tenido bastante éxito tanto que ellos retomaron el nombre y ahora a su plataforma le hicieron unas modificaciones y le pusieron nvi.mx, Noticias Voz e Imagen porque así se llama el nombre completo del

periódico Noticias Voz e Imagen de Chiapas y en el caso de ellos, de Oaxaca. Ahí nos dimos cuenta que se contrató a una persona, a un asesor externo que hiciera la plataforma, y entonces, lo que se hace al final de la jornada de la información que tenemos, es seleccionar la más importante, no todas, se elige la más importante para subir al portal, y aparte se hace un selectivo de las tres notas más importantes de cada sección para hacer un envío masivo.

R: ¿Por correos electrónicos?:

CI: Tiene un nombre, *News Leter* le llaman, como una hoja en blanco con las notas más importantes que te llegan a tu correo.

R: ¿Ustedes cuentan con una base datos?:

C: Así es...

R: ¿Y a todos los que están en esa base, le envían información?:

C: Así es, el envío masivo se hace como a un promedio de 10 mil correos diarios, y aparte está el Facebook activado y el Twitter activado.

R: ¿Y a qué horas envían ese correo masivo?:

C: Ese correo masivo se empieza a cargar, porque como son muchos correos los que se envían, como a eso de las seis, siete de la mañana y se termina de enviar como a eso de las nueve de la mañana, llega la información más importante, ahí van las notas más importantes del día. En el caso de nosotros, nos dimos cuenta que los números son infinitamente más altos que el impreso; el impreso lo más que se llega a tirar son tres mil ejemplares por día, de los cuales siempre hay una devolución, no se vende todo. En fin, llegarán a las manos del público unos dos mil ejemplares, y además de eso, pasa de mano en mano y eso se multiplica, digamos que unas cinco mil gentes, tal vez pudieran leer el periódico impreso. En cambio, en la plataforma digital entre *Facebook*, entre el envío masivo, entre *Twitter*, el acceso directo a la página que buscan la información, y a través de Google hemos llegado a contabilizar hasta 30 mil visitas diarias, por alguna nota, unas 30 mil gentes en el día, se ha disparado las lecturas. Recuerdo cuando la reportera Itzel Grajales le hizo una entrevista al arzobispo Fabio Martínez y habló sobre el tema de pederastia y el aborto, en la cual hizo una comparación entre lo que era la pederastia y el aborto, y dijo que era más abominable una muerte por aborto que una violación, en resumen, esa era la frase, pues esa declaración causó mucha sensación, y esa sola nota llegó a tener como un millón de visitas en un mes, aproximadamente, fue tanto la penetración de esa nota, que hasta recuerdo que hubo un pronunciamiento del cantante Ricky Martin en su cuenta de Facebook criticando que un representante de la Iglesia en un Estado como Chiapas hubiese hablado de ese tema, y fue a raíz de esa nota que se publicó. Fue donde nos dimos cuenta, estamos hablando de unos tres años atrás, de qué tan impactante puede ser en la actualidad lo electrónico. Aun considerando que en Chiapas, no todos los municipios

tienen acceso a internet; un internet rápido que podamos digitar, pero aun así, es mucho más grande la penetración de lo digital que lo impreso. Lo impreso para mí sigue siendo como la parte nostálgica, romántica del periodismo, creo que nunca se va a dejar de hacer, pero a lo digital, todos los medios tienen que emigrar u ofrecer las dos alternativas para la gente, y además, creo como parte de mi experiencia, tiene que ser con un acceso gratis todavía, porque hay medios que lo han intentado hacerlo con una cuota y no les ha funcionado, el mismo portal del Noticias de Oaxaca lo quiso hacer y no les funcionó, tuvieron que echarle marcha atrás o sea que ya querían cobrar algo mínimo, pero cobrar. Esa es la experiencia que hemos tenido.

R: Esa parte del cobro, por ejemplo, se ha hablado que para algunas empresas periodísticas no es redituable ese modelo de negocios por internet, ¿cómo se han sostenido, internet nació libre y los medios digitales en su mayoría son libres, esa parte, como la han enfrentado, el modelo de negocios, la publicidad?:

C: En el caso nuestro, nuestra plataforma, aunque yo la veo bastante fuerte comparado con otros medios impresos locales, yo le apuesto mucho al contenido, creo que Noticias ha tenido éxito en gran medida por el contenido informativo, más que por el diseño, más que por otras cosas, por la propaganda o la publicidad misma. Veo el Diario de Chiapas que gasta mucho en spots de radio, diciendo visita nuestro portal, el Cuarto Poder también, OEM también, creo que lo hace El Herald, nosotros no. Creo que tiene mucho que ver con el contenido, pero la parte económica es la que no nos ha dejado despegar, eso ha hecho que no tengamos un equipo dedicado al portal, simplemente, es un asesor externo quien hizo la plataforma, se le

paga algo mensual, una cantidad fija por alimentar el portal con las notas del día y actualizarlo esporádicamente si hay algo muy importante en el día, pero en realidad, la plataforma de Noticias es la que sale en el impreso está en el digital, para la gente que lo quiera ver, incluso la versión impresa está completa en el portal.

R: ¿No hay gente especializada para el área de redacción digital, para el periódico digital?:

C: No, no tenemos, podría haber, pero no la hay, no hay un presupuesto destinado y te decía que, en el portal de Oaxaca, en el corporativo, en el portal corporativo ahí si tienen una nómina destinada a esto, yo sé que son alrededor de ocho a 10 personas que están dedicadas a esto, tanto para hacer información, subir información, hacer video, hacer entrevistas y diseño.

R: ¿El periódico de Oaxaca es la matriz?:

C: Sí, es la matriz.

R: ¿Y en dónde están ubicados los demás?:

C: Primero es Oaxaca, la capital, Tuxtepec es la otra, el de la zona de Salina Cruz y el Noticias en Chiapas, en Tuxtla Gutiérrez.

R: Volviendo a la interactividad del medio, ¿cuál es el registro de las visitas del periódico?, ¿cómo la miden, existe algún contador?:

C: En el *Facebook* se lleva un contador y los reportes que nos da el asesor externo, es con base a los datos que aporta Google. Por ejemplo, Google tiene una forma de medir que son cifras exactas, porque también puedes alterar las cifras que se supone son cifras precisas.

R: Una de las características del periodismo digital es la actualización, y he visto o al menos en lo que llevo del análisis, que les falta actualizarse ¿a qué se debe?:

C: Precisamente, ahí está la carencia, pero no podemos ir más allá por falta de presupuesto, porque los mismos reporteros que hacen la parte impresa, son los que prestan sus notas para la parte digital porque no se les paga algo al final. Cuando hay eventos, por ejemplo, como un proceso electoral, la visita del papa, ellos han colaborado a través de una red de *WhatsApp*. Digamos, cada uno tiene un teléfono con internet, con *WhatsApp* y por iniciativa de todos dicen, bueno, le entramos a hacer algo más rápido, pero casi todo es en el *Facebook*.

R: Entonces, estamos hablando de que estas prácticas periodísticas o las rutinas del periodista en el caso del periódico Noticias, al no tener una página digital no cuenta con un organigrama, una redacción específica como tal, las notas son tomadas del impreso, ¿esto quiere decir que los periodistas no tienen una profesionalización o capacitación en la parte digital?

C: No, nosotros no hemos podido hacerlo, insisto por falta de recursos, porque habiendo recursos se podría explotar mucho esa parte, tener una, dos o tres gentes durante el día captando información todo el tiempo, además, subir información de actualidad, de agencias, te

cuesta caro, por ejemplo, El Universal te ofrece un paquete de 50 notas al día, pero te cobra como 12 mil o 15 mil pesos mensuales, AP te cobra como entre 18 mil y 20 mil pesos para tener acceso a su información, al momento que ellos lo generan. Eso también es bastante caro y no se ha podido explotar.

R: En ese sentido, ¿cuál sería el reto del periódico Noticias, ha visto alguna posibilidad de mejorar la página de internet?:

C: El reto es ese, explotar un poco más, quizá con el contenido que tiene es bastante bueno, de donde adolece es de la actualidad, la información en el caso de la digital es muy rápida, de actualidad.

R: ¿Es muy rápida y se habla de multimedia, creo que también les falta esta parte?:

C: Si, hacer video, diseño, muchas cosas.

R: En tu opinión, ¿cuáles serían las diferencias entre el medio impreso y el medio digital?, ¿cómo se puede enfrentar ahora esta convergencia digital?:

C: La diferencia, yo creo que es la penetración que tiene, hay una población más joven que quiere acceder, que busca información en internet, más que leer algo impreso, la agilidad precisamente, la variedad con la que se presenta la información en lo digital, porque ahí lo mismo está la nota principal o un escándalo que está de momento en el mundo del

espectáculo, que una nota de política. Lo visual también tiene mucho que ver, es más atractivo para un sector de la población joven meterse a internet que tener en sus manos un papel o un pedazo de papel como es el periódico, aunque hay gente, la adulta que sigue todavía disfrutando del impreso, pero yo me atrevo a decir que ya es muy poca esa parte.

R: Pensaría, por todo lo que hemos platicado, que uno de los problemas más fuertes, se podría decir, ¿son los recursos económicos que no han permitido aprovechar las herramientas digitales que existen?:

C: Yo pienso que en general, el gran problema que tiene el periodismo, el gran dolor de cabeza es la falta de recursos tanto en el impreso, y en este caso el digital. La televisión, la radio, todos los medios pienso que parten de ahí. En el caso de Chiapas, el primer cliente sigue siendo el gobierno, el Gobierno del Estado, y el segundo cliente son todas las instancias, las dependencias que también dependen de recurso público y hay una cultura muy pobre del empresariado de anunciarse en los medios, vamos desde impresos, tele, radio y hasta los digitales, creo que también no hay estudios reales que le puedan decir al cliente qué tanto impacto puede tener su publicidad en un medio digital, a nivel local creo que no hay empresas que hagan esa labor, de eso depende mucho.

R: ¿Cuáles serían las realidades y desafíos del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez?:

C: Yo creo que destinar una parte de su presupuesto a lo digital, tal vez. Te voy a decir que a cortar lo más que se pueda, achicar lo más que se pueda la versión impresa, ahorrar tinta,

ahorrar papel, ahorrar en personal y destinarlo a la parte digital. Si yo fuera dueño de un medio, yo haría eso, achicar la parte impresa lo más que se pueda, estirla lo más que se pueda para cumplir con ella, con la tradición si le podemos llamar así, y enfocar mucho las baterías hacia lo digital, que eso no implica, que esa es la parte que me queda claro, a veces lo digital, si es importante la inmediatez, pero no es definitiva, de nada me sirve una nota de un accidente en este momento, rápida, si tampoco tiene contenido, te ponía el ejemplo de esa nota del arzobispo, por ejemplo, toda la penetración que tuvo, pero porque era una nota que explotaba el morbo, por así decirlo, de la gente, que era polémica, a esa parte también tiene que apostarle lo digital, no se trata de mucha información, que tan rápida vaya la información, se trata que también tenga contenido.

R: De hecho, uno de los problemas, por así llamarle, es que es rápida, pero también las fuentes en ocasiones no son muy inconsistentes, entonces ocurre que es una información que no es tan válida.

C: Puede ser, muy efímera también.

R: En este corto tiempo, porque es relativamente nuevo el periodismo digital, ¿cuáles han sido las vivencias, las experiencias vividas, es importante trasladar la información a lo digital, les gustaría contar con un mejor diseño, contenido, aplicar la convergencia y todo lo que implica el periodismo digital?:

C: Si claro, me parece que todos los medios tienen que migrar hacia allá, yo insisto que la parte impresa, estamos hablando de los periódicos, se van a mantener cada vez con menos fuerza, pero se tienen que mantener, pero lo digital es lo nuevo, todos tienen que migrar, darle a la gente esa opción, y poco a poco, creo que también los anunciantes van a ir pensando que esa parte es importante. Algo de las experiencias que me parece hay que comentar, hay tres cosas: una nota polémica o bien escrita, bien reportada puede ser un *boom* en lo digital, ya te ponía el ejemplo del arzobispo; otra cosa, el manejo de la información también tiene que ser con cierto cuidado, yo recuerdo mucho el caso de nosotros, de una persona en Villaflores había sido acusada de, creo que de asesinato, luego se fue a la parte legal, nosotros habíamos publicado la información y se fue a la parte legal, y terminaron diciendo que era inocente, la persona habló y habló muchas veces al periódico para pedir que se bajara la información, que tenía hasta el documento legal donde quedaba absuelto del delito, insistió muchas veces, llamó como unas 10 veces, al grado de casi amenazarnos de que si no procedíamos, algo iba hacer él y lo checamos nosotros con la matriz de Oaxaca, porque ellos eran los que habían subido la nota, pero al final nos dimos cuenta que ya no se podía bajar, que era una nota que estaba en Google, que ya la había retomado, la única salida que él tenía era negociar o hablar a Google en México y que la bajaran o ir por la parte legal, por eso digo que esa parte es muy delicada, hay que tener mucho cuidado con este tipo de manejo de la información. Son de las experiencias que tengo. Otra cosa, en la relación medio-gobierno, al gobierno, me refiero al Gobierno del Estado, también a los Municipios les sigue importando más lo que diga el impreso que lo que diga el digital, no controlan casi nada lo digital y controlan completamente lo impreso.

R: ¿Será la tradición, por así llamarle?:

C: Así es.

R: El periodismo impreso, por años ha hecho historia.

C: Les duele más un periodicozo, por llamarle así, impreso que digital, sienten como que lo impreso se va a quedar para la historia, que va a estar ahí en las hemerotecas, en algunos años alguien los va a ir a consultar y saber cómo era este gobernante, lo digital creen que es efímero y que como hay un mundo de información nadie se va a dar cuenta, por lo menos en la experiencia, es lo que he visto.

ENTREVISTADA: PO7

ENTREVISTADORA: ROSA SOLÓRZANO RUIZ

R: ¿Cuál es tu opinión acerca de esta configuración, de este nuevo proceso en la comunicación digital, de la forma en que gestionan y producen la comunicación digital?:

I: Yo creo que es un proceso de alguna forma complicado, para empezar la base del ciberperiodismo, es una herramienta tecnológica y muchas veces los periodistas no contamos con ellas o no sabemos utilizarlas del todo, creo que estamos en Chiapas en ese tránsito exactamente del periodismo tradicional, al periodismo a través de la internet. Yo creo que hay varios factores que intervienen y para empezar está el económico porque aunque es un medio digital también necesita de los suficientes recursos para poder echarlo andar, desde el espacio, digamos de la empresa que te va a dar el espacio en la red o la persona que va a estar a cargo del web master, tienes que tener los recursos económicos para que mes con mes puedas cubrir estos gastos básicos, también tiene que ver con las personas que intervienen en las que van a apoyarse y la forma también en la que vas a ejercer ese periodismo porque aunque sea por internet tiene que cumplir las reglas básicas, los requisitos indispensables para que sea una nota periodística, ya no hablo de los otros géneros.

R: Las características del ciberperiodismo son la interactividad, multimedia y, se observa en el caso de la multimedia, que pocos medios son los que la están desarrollando, quizá sea como tú dices por las herramientas o por lo económico, ¿por qué razón crees, será la falta de profesionalización?:

I: Utilizar video o audio tiene que ver con los recursos que tengas, porque te conviertes en un todólogo de tu medio, en Chiapas los medios de comunicación a través de internet que existen están conformados por un grupo pequeño de personas, unas tres o cuatro personas, 10 a lo mucho, cuando ya tienes suficientes recursos para hacerlo, entonces el tiempo como en todo te gana, si tú tienes la facilidad de presentar al público una noticia a través de multimedia como dices con video, audio y todo esto, requiere de tiempo para la edición como cualquier medio tradicional y muchas veces el reportero es el mismo que tiene que hacer esta edición, este proceso para poder presentarlo, yo creo que si es económico el factor.

R: ¿En tu caso o en el caso del periódico Vía Libre hay un área especializada o una información o redacción para el medio digital o igual lo que tú reportas para un medio impreso?:

I: Yo soy reportera que esa es la base, y muchas veces lo que yo hago es lo que también envío al otro medio donde trabajo junto con otros compañeros, hay algunas notas que por su contenido o porque así lo hemos decidido nada más la trabajamos para Vía Libre, exclusivamente, algunas veces porque sabemos que no es información que van a publicar en

los medios tradicionales y otras veces porque decidimos que sea nada más para el medio digital.

R: La actualización también es otra característica del periodismo digital y muchas veces vemos que no se da, bueno una de las ventajas sería que el medio se actualizara, ¿qué opinas?:

I: Lo que hacemos nosotros, es que en la medida que podemos presentamos la información al momento o en tiempo real, cuando se puede; otras veces no va ser en tiempo real, pero si a los pocos minutos, lo que es una gran ventaja, porque si hemos visto por ejemplo, hay un marcha que le interesa a muchas personas, por ejemplo, ahorita que pasó el proceso electoral, esa marcha se sube a los 10 minutos o mientras se está realizando a los cinco o 10 minutos, y sí, hay mucha gente que le interesa saber que está ocurriendo en ese momento en su ciudad y eso al día siguiente ya no funciona, este tipo de información ya no la enviamos ni al periódico, y tampoco se necesita ya de mucha información, texto, sino solamente con el video y un pequeño párrafo, dos a lo mucho ya es más que suficiente, también esta es otra de las características de los medios digitales y ya no es tanto texto, si sabes utilizar estas herramientas como los videos, los audios, creo que tiene que ser la forma en que lo debes presentar, el texto creo que tiene que ser más breve, directo.

R: ¿Qué pasa con los géneros periodísticos, la crónica, el reportaje, aun lo escriben en estos medios?:

I: A mí sí me gustan esos géneros, desarrollarlos tanto la crónica, las entrevistas de semblanza y el reportaje, pero creo que como en los medios tradicionales, como en los periódicos, nunca he hecho televisión por eso no hablo de eso, pero hay un factor que es muy limitante que es el tiempo que se da para hacer el trabajo, porque la crónica y la entrevista de semblanza son géneros que requieren tiempo para la redacción, para que no nada más sea como una nota, una nota general, una noticia digamos y a veces requiere que le des seguimiento al tema, no sólo un día, sino dos o tres y eso no te lo permiten ni siquiera en los periódicos, entonces, quienes estamos en estos medios digitales no es el único trabajo que tenemos, precisamente, muchos de nosotros buscamos ejercer el periodismo a través de las redes sociales también como un medio para subsistir, para apoyarnos económicamente, trabajando en lo que nos gusta y lo que sabemos hacer, porque ya no es suficiente nada más trabajar en un sólo medio de comunicación, la situación en los medios de comunicación tradicionales en materia económica es muy limitada porque no son buenos los sueldos, en muchos periódicos no cuentan con prestaciones sociales, ni siquiera están incluidos en la nómina, vaya no son considerados trabajadores y entonces muchos, por eso buscan tener dos o hasta tres trabajos para poder hacerla, por eso muchas de esas alternativas son los medios digitales, y el hecho de que tengas que cumplir con los otros trabajos o sea donde tienes tu sueldo base o la empresa donde trabajas no te permite desarrollar géneros como la crónica, el reportaje, las entrevistas de semblanza, pero creo que los medios digitales, este tipo de trabajos jalan mucho público, o sea hay veces que pensamos que la gente no le gusta leer, pero creo que si le presentas algo atractivo como este tipo de géneros y más si se trata con temas de su ciudad o personajes de tu ciudad, creo que si le interesa mucho a la gente y eso se refleja en el número de visitas a la página, en los comentarios, eso puede generar.

R: ¿En tu caso, vienes de un medio impreso y pasaste al digital o comenzaste directamente con el medio digital?:

I: Yo comencé con el medio impreso, empecé en el periódico Noticias, pues ahí fui aprendiendo cada vez más y esto de los medios digitales yo creo que son un *boom* pero de hace muy poco tiempo, no tiene mucho tiempo, yo le calculo unos cuatro años que comenzaron a aparecer las páginas de noticias, pero si fue una transición del medio escrito, del periódico, al digital y que también el medio donde trabajo el periódico Noticias también, yo creo que los medios tradicionales se dieron cuenta que también hay un público donde llegar y ya tienen sus páginas, ya tienen sus portales donde también suben las notas y esto, creo que le están dando cada vez más importancia.

R: ¿Es importante darse cuenta de que hay nuevas expresiones de comunicación y que pueden emigrar a otro lado?:

I: Y es ahí donde se ve quien lee, a quien le interesa, yo creo que el de Chiapas no sé si es un público o lectores singulares, pero sinceramente creo que la gente ya no lee los periódicos, la gente común, creo que pues a quien va dirigido es a otra clase de personas que si están en las redes sociales, que si tiene un teléfono inteligente, donde puedes leer *Facebook*, también es una tendencia para los jóvenes, pero también ya personas adultas, niños, incluso, utilizan estas herramientas de los dispositivos móviles para poder enterarse de lo que está sucediendo.

R: Precisamente, estas plataformas digitales como los teléfonos inteligentes, las tabletas, computadoras, para cada medio se van haciendo sus nuevas aplicaciones. En el caso de ustedes, ¿el formato también se puede leer en un teléfono inteligente?:

I: Sí, se acomoda para diferentes formatos, para un teléfono inteligente y también el formato de la pantalla de una PC.

R: ¿Cómo miden ustedes las visitas, ¿cuál es la difusión que tiene Vía Libre, qué visitas tienen al día?:

I: Dependiendo de la información que se presenta, hay notas que si tienen mucho público, muchas visitas, hay veces que el tránsito es bajo quizá porque no hay un contenido interesante, sólo se cumple con tener vigente la página, pero hay otras notas que sí tienen que ver con el respeto a los derechos humanos, con violaciones a los derechos humanos o que tienen que ver con la comunidad, o temas que son de interés para el público que incluso llegan a compartir más de dos mil veces, si lo hemos tenido, pero no es diario, no es constante.

R: ¿Cómo definirías los nuevos medios, nuevos modos, nuevos lenguajes, ¿cómo dirías que se están llevando a cabo las prácticas en el ciberperiodismo?:

I: Es una forma muy riesgosa por la facilidad con que puedes abrir ahora un medio digital, tiene muchos riesgos, porque quienes están detrás de esas páginas, quienes están desarrollándolas a veces no tienen herramientas periodísticas y es peligroso porque el lector no

distingue entre si es verdad o no, quien exagera o no, y lo peor es que quienes están ejerciendo el ciberperiodismo no consultan fuentes, difunden, es muy fácil difundir rumores o utilizar lenguajes no incluyentes, discriminatorios o misóginos, tienes que tener mucho cuidado como en cualquier medio impreso, es lo mismo, hay que cumplir las reglas como te decía, porque he visto sobre todo que ya muchos se asumen periodistas porque utilizan *Facebook*, pero no tienen el mínimo cuidado ni siquiera en la ortografía, pero cómo distinguir, yo creo que es una responsabilidad muy alta de quienes ejercemos este trabajo, este oficio, es muy fácil confundir al lector y que el lector se vaya con lo que nosotros le presentamos, entonces si no tenemos esa responsabilidad de revisar, de hacerlo con seriedad, si es riesgoso.

R: ¿Cuál es el mayor reto al que te has enfrentado para hacer periodismo digital?:

I: El mayor reto es tecnológico porque tiene que ver con lo económico, tú puedes desarrollar tu medio digital mientras más recursos tengas para ello, por ejemplo, mi compañero y yo, quienes estamos haciendo este portal en algún momento pensamos en contratar a más personas para que pudiéramos hacerlo, por muchos factores terminamos, incluido el económico, prescindiendo de estas personas, o sea, el hecho de que quieras hacer crecer tu portal también depende en mucho en lo económico, ese es el mayor reto.

R: Y como ves tú los desafíos, las realidades para que se pueda llevar a cabo este periodismo digital de una manera profesional ¿cómo debería ejercerse el ciberperiodismo, ¿cuáles son las oportunidades?:

I: Yo creo que el salto podría venir desde las empresas que se dedican al periodismo, porque si estos mismos periódicos donde trabajamos, quizá si se dieran cuenta de la importancia que tiene la internet, del público cada vez mayor que tienen o la audiencia cada vez mayor que tienen, podrían dar ese salto y dotar de las herramientas a los trabajadores para que pudieran ejercer un periodismo en la internet, capacitarlos, incluso, no nada más quedarse con lo que ya sabemos, creo que los empresarios de los medios de comunicación podrían apostarle a eso, capacitar a su gente para que tal vez podamos contar con mayores herramientas, mayores conocimientos y hacer del ciberperiodismo no nada más como algo que se ejerce, como el ahí se va, no. Por ahora ahí lo vamos aprendiendo conforme vemos al otro, creo que podemos hacerlo y tomarlo en serio, creo que falta unidad en el gremio para poder prepararnos en este sentido.

R: ¿En tú caso y el de tu compañero que trabajan en un medio digital, como se actualizan, como se profesionalizan, como van adquiriendo nuevos métodos, nuevas herramientas?:

I: Por ejemplo, mis compañeros tienen más conocimientos en materia de esta tecnología, de estas aplicaciones, yo voy aprendiendo como lo veo, como lo enseñan, y así es como te decía, es una forma, no sé, de llevar una capacitación, incluso, en la parte técnica quien nos da el espacio es una empresa, nosotros contratamos el servicio de una empresa para el alojamiento.

R: En síntesis, ¿cuáles son las condiciones del ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez?:

I: Es muy importante que digas aquí en Tuxtla Gutiérrez, porque a pesar de que hay muchos municipios como Tapachula o algunos como Chiapa de Corzo en donde ya están empezando, el “boom” donde están apareciendo cada vez más páginas es en Tuxtla Gutiérrez, lo digo porque los mismos compañeros que han salido a la calle a trabajar con nosotros son los mismos que están haciendo sus páginas, somos los reporteros de a pie que estamos buscando la nota. Creo que es un proceso interesante, pero que todavía no ha llegado a desarrollarse totalmente, estamos en ese proceso, todo depende también de quienes están detrás de los medios de comunicación, de quienes están detrás de las páginas, a lo mejor algunas personas no saben distinguir, pero hay otras que sí, por eso es importante hacerlo aunque sea muy chico, así te lean dos o te lean tres pero hay que hacerlo bien, todavía está en desarrollo ese transitar de los medios tradicionales a los medios digitales.

R: ¿Existen resistencias?:

I: Entre los mayores sobre todo, hay compañeros que les dices, oye mándame el audio, así en algo muy sencillo, mándame el audio por *WhatsApp*, y me dicen, no, es que no sé hacerlo, o mándame la fotografía por tal medio o *Bluetooth*, así de sencillo, hay personas, hay periodistas que no saben utilizar las herramientas tan sencillas como estas y que tal vez se niegan a cambiar y que defienden a capa y espada que los medios, los impresos son los importantes, es que si no lo leen, no lo tienen en su mano, no existen, sobre todo los periodistas que ya tienen muchos años, se niegan a cambiar.

R: Es un cambio complejo, por eso existe la resistencia o la falta de especialización o profesionalización, ¿qué opinas?:

I: Yo conozco compañeros que al igual que nosotros tienen portales, y son pequeños igual por el número de personas que trabajan ahí, y les preguntas cómo es su estilo de vida, se duerme a las dos o tres de la mañana subiendo sus notas al portal porque eso lo hacen ellos mismos, por eso digo que está en pañales, está bien que se esté dando el paso.

ENTREVISTADO: P08

ENTREVISTADORA: ROSA SOLORZANO RUIZ

R: Ante el surgimiento de las tecnologías de la comunicación, se dio un cambio en la producción de la información y la difusión ¿cómo enfrenta el periódico Cuarto Poder este nuevo escenario digital?:

D: El periódico se actualizó, recientemente, a partir de hace dos años, a pesar de que las redes sociales tuvieron un impacto en medios de comunicación hace más de cinco años, desde hace dos años se iniciaron oficialmente las cuentas, ya con un trabajo fijo es reciente, un trabajo de hace dos años. ¿cómo nos ha impactado?, pues de inicio se necesitó una capacitación para los administradores de las cuentas, que en un principio estaban inmersos todos los editores,

incluyendo a los compañeros de informática. A partir de unos meses se nombró a un administrador fijo que necesita el apoyo de todos los editores y de todos los reporteros, ante ello se llevó la capacitación con distintos personajes que ya conocían el tema, obviamente, ¿cuál fue la importancia?, una dinámica muy distinta a la que estaban trabajando antes con el medio impreso. Actualmente las cuentas están activas todo el día y las interacciones se dan en todo el día y no hay un descanso en un horario específico, todo el día tenemos *retwits* o me gusta, o se comparten las fotos, los videos, tenemos visitas a las cuentas de las redes sociales del periódico, de tal forma que para el periódico Cuarto Poder las redes sociales son un complemento que llegó a reavivar el contacto con sus lectores. Actualmente las cuentas en *Twitter* van más de 10 mil 600 seguidores, en Facebook estamos andando en los ocho mil, y recientemente hace unos meses se abrió la cuenta de Instagram que por ser nueva no tiene tantos seguidores estamos andando ya en los 500 o cuatrocientos ochenta, y la respuesta ha sido bastante agradable no es únicamente el periódico que informa sino tenemos retroalimentación a partir de los comentarios y de los mensajes directos para que los lectores nos hagan llegar denuncias y esas las retomamos para el periódico impreso, se le da seguimiento a las que consideramos más importantes y se toman a consideración también las observaciones de la directora del periódico, que en muchos casos nos proponen temas, en muchos casos nos señalan que se debe precisar cierta información que en su momento el periodista no observó y el editor consideró que tal vez podría omitirse un tanto para después darle su seguimiento y que coincida con las observaciones de los lectores.

R: ¿Esta retroalimentación se da con el usuario, entre periodista y el medio?

D: La interacción directa es entre los seguidores y los lectores del periódico Cuarto Poder, en un principio con el administrador de las cuentas de redes sociales del periódico que en este caso es su servidor. Yo me encargo de repartir esa información con los editores, los editores también tienen acceso a las cuentas, pero la información me llega directamente a mí y a la Dirección General del periódico. Cuando llega una información, alguna denuncia, alguna petición para darle seguimiento a algún tema se les gira a los editores y ellos, a su vez la envían a los reporteros y es así como se hace. Es una atención completamente directa, en un principio entre seguidores y lectores del periódico Cuarto Poder con el administrador de la cuenta, posteriormente, con los editores y los reporteros.

R: Esta interacción es más en las redes sociales que en el medio, en el portal digital, por ejemplo, tienen algunos campos de las notas al final en donde también el usuario o el lector puede dejar sus datos, ¿en dónde se manifiesta más la interactividad?:

D: Claro, el periódico en su lado virtual tiene la página de internet que es [www.cuartopoder.mx](http://www.cuartopoder.mx), en cada nota tiene una opción de hacer comentarios, ahí siempre recibimos comentarios, nos llega desde una felicitación, alguna crítica, alguna solicitud de seguimiento de un tema, incluso críticas de inconformidad que no les pareció algún tema con algún entrevistado o el lector consideró que el tema debió dirigirse desde cierta perspectiva y de igual forma en las redes sociales tienen espacio para comentarios y en *twitter* nos pueden arrobar, nos hacen comentarios o al momento de compartir un *twitt* que nosotros subamos igual nos hacen comentarios del mismo tipo, alguna crítica a favor o en contra o sugerencias.

R: ¿El usuario les ha indicado algún tema a seguir y lo han publicado o dado seguimiento?:

D: Es precisamente lo que nosotros consideramos como una denuncia social o solicitud para alguna cobertura de algún hecho noticioso, un ejemplo más cercano que nos llegó el día de hoy es una denuncia ciudadana sobre que un camión obstruye una calle en Terán, ya se le envió al editor y el editor se la envía al reportero y de ahí tenemos una sección que se llama “Ayúdalo”, es ahí donde nos piden apoyo como su nombre lo indica para ayudar a alguna persona que se encuentra en una situación crítica, principalmente, son situaciones de salud, ahí hemos obtenido una serie de recursos impresionantes en apoyo a las personas que se encuentran en una situación difícil. Nosotros lo publicamos cada miércoles, ahorita no recuerdo cuál sea el más reciente me parece que es una niña con cáncer, es una menor de edad y recuerdo recién el caso de una señora que se encuentra en cama, en donde un grupo de motociclistas ha llegado a entregar un apoyo y de ahí cada caso que se presenta en esta sección de “Ayúdalo” siempre tiene una respuesta positiva, el apoyo es bastante impresionante y en esos temas también nos llegan denuncias, quejas, nos llegan para cubrir eventos, en deportes, por ejemplo, nos llegó para la cobertura de un concurso de ajedrez, nos llega también a sociales una solicitud para cubrir un evento de baile tradicional y distintas solicitudes para cubrir eventos o nos llegan temas que a la gente le gustaría leer en el periódico, que tal vez tenga conocimiento pero no tienen la idea de cómo cubrir, a dónde acudir, cómo investigar y cómo redactar, entonces ellos, los lectores y los seguidores nos presentan esos temas para que nosotros hagamos ese trabajo como periodistas y lo publiquemos de una manera más clara, obviamente, en alguno de los géneros periodísticos.

R: ¿Cuentan con un registro, sobre estas visitas que realizan los usuarios a su página, de cuántos estaríamos hablando?:

D: Ahorita no tengo las cifras porque se actualizan cada día, alcance semanal del periodo pasado en *Facebook* fue de 114 mil personas, pero es variable a veces llegamos hasta 180 mil, 200 mil personas y en *Twitter* varía cada día, le repito no le traigo las estadísticas porque se actualizan en *Twitter* a diario y en Facebook es semanal, en Instagram no tenemos alguna aplicación para medir la presencia, pero sabemos que tenemos los seguidores, nos basamos con los *likes* y los comentarios y los que más hemos tenido en una foto en Instagram es de 189 que fue precisamente de la visita del Papa Francisco.

R: En cuanto a la multimedia, esta convergencia de audio, video, imágenes pareciera ser que en algunos casos no se aprovechan estos recursos digitales, ¿en el caso de Cuarto Poder me parece que hace falta hacer uso estos recursos, a qué se debe esta situación?:

D: Dependiendo de los medios, cada medio trabaja de distinta forma, cada medio le da distinta importancia a las redes sociales y a ese contacto virtual con los seguidores y los lectores. Cuarto Poder si tiene ese contacto, la causa de que no le podían dar tanta importancia en algunos medios se debe a que necesitas inversión en los equipos, ya sea celulares o algún *smartphone*, cualquiera con la capacidad necesaria para hacer este tipo de trabajo no ronda menos en alrededor de seis mil, se necesitan varios, si tienes un equipo de cinco reporteros necesitan cinco *smartphones* con una inversión bastante elevada en el caso de celulares, en el caso de alguna Tablet, un ipad no es nada accesible para una inversión de este tipo y en

algunos casos, pues simplemente no consideran que sea una vía para enriquecer al periódico dependiendo del medio. Cuarto Poder si le ha dado mucha importancia desde hace algunos meses y a partir de hace dos años ha entrado de una manera abierta con redes sociales, tanto que se inició desde hace cuatro años una nueva opción, una nueva oferta para los lectores que es un canal por internet a través de TVO noticias al momento, hay un noticiero y con eso se trabaja, un noticiero por internet que se transmite de lunes a viernes de nueve a 10 de la mañana y también se hacen entrevistas especiales y trabajos especiales, en algunos reportajes, recientemente se hizo un reportaje sobre la ruina del cañón del sumidero, de las chiapanecas en donde no se le había dado seguimiento a ese caso y que tuvo mucha importancia y relevancia entre los lectores, se compartió mucho, hubo muchos comentarios y la cantidad de personas, el alcance fue bastante elevado, no recuerdo la cifra exacta, pero si algún medio no le da tanta importancia a explotar las redes sociales, es porque se necesita una inversión que en un principio no tiene.

R: ¿En el caso de Cuarto Poder cuenta con una redacción digital y con recursos humanos y tecnológicos necesarios para este nuevo periodismo?:

D: Sí, sí cuenta, cada reportero tiene acceso a un teléfono inteligente, con resolución suficiente para trabajar en redes sociales y con cámara fotográfica y de video en el mismo teléfono con acceso a un plan renta con el que podríamos enviar en el momento que ocurra el hecho noticioso, me envían a mí la información que tengan y se sube en ese momento, hemos ubicado una etiqueta, un *#hashtag* que le llamamos *#Noticias al Momento*, precisamente para que en el momento en que ocurra el hecho noticioso lo estemos twitteando. El ejemplo más

claro que tenemos es con el compañero Avisaín Alegría, que es reportero de la nota roja, la sección Reporte Cuatro, él todo el día está reportando acontecimientos, choques, el más reciente fue el accidente que hubo anoche frente a una agencia de autos, un taxi fue chocado por alcance por un vehículo Bora, le aplastó toda la parte trasera y que en cuanto estaba cubriendo el evento, grabó el video, le puso una narración a la nota y en cuanto terminó me la envió a mí y de inmediato se subió, entonces el *#hastag* en ese momento, es inmediato, los reporteros cuentan con los medios suficientes para que puedan realizar su trabajo.

R: ¿Cuentan con un organigrama con funciones definidas?:

D: Definidas entre todos los editores, son administradores generales de las cuentas, todos ellos tienen acceso, pero la responsabilidad cae en una persona, cae en mí que soy el administrador principal, no sé cómo decirle, y de ahí se va directo a los editores y luego a los reporteros. Por supuesto, que la Dirección General del periódico es el que tiene acceso a toda esta información, va previa autorización y también a los compañeros de informática son los que resuelven cualquier inconveniente en el internet, en alguna cuenta, algún correo que no podemos aceptar, ellos nos apoyan bastante en destrabar un conflicto que encontremos en ellos.

R: ¿La capacitación y la profesionalización me platicabas, se da a través de cursos o cómo se lleva a cabo ese desarrollo profesional?:

D: De inicio los editores tuvimos distintas capacitaciones, muchos no conocíamos este tipo de trabajo, realmente. En lo particular tengo mucho acceso por un gusto personal a las redes sociales, pero es casi imposible no tener contacto con las redes sociales y a partir de las capacitaciones fuimos invitados a participar en distintos cursos, conferencias y talleres en donde se explicó el alcance de cada red social, de cuál es el tipo de trabajo y cuáles son los elementos a destacar en cada una de ellas, principalmente el rango de edad y de cómo nosotros debemos explotar, porque no es lo mismo una empresa común que vende ropa, que puede lanzar ofertas, que te puede lanzar promociones a un medio de comunicación que su base es informar, las notas informativas del periódico y los hechos informativos que ocurran en el momento.

R: ¿En la plantilla de reporteros existen los reporteros que vienen trabajando para el medio impreso o existen periodistas más recientes que dominan esta tecnología?

D: La plantilla de reporteros se puede clasificar en dos grupos, los reporteros que ya tienen experiencia que generalmente son la mayoría, son jóvenes, no hay muchos reporteros que superen los 40 años de edad por distintas situaciones que quieren irse o se quedan buscando un panorama más favorable. Hay reporteros con experiencia de 20 años, 15 años, en mi caso tengo ocho años trabajando acá y obviamente tenemos compañeros de nuevo ingreso que son los más jóvenes y recién egresados de la universidad, ellos tienen más contacto con redes sociales, desde la perspectiva personal, no como un profesional de las redes sociales como el caso del periódico Cuarto Poder, de tal forma que la plantilla está conformada por dos grupos, el que tiene más conocimiento de las redes sociales desde la perspectiva profesional y los que

tienen conocimiento como los que tiene un usuario común, ambos grupos se complementan y a partir de las capacitaciones que tuvimos ha sido más fácil unir las experiencias de ambos, los conocimientos de ambos grupos, de tal forma que no hemos encontrado hasta el momento una situación de crisis en el que no hayamos podido solucionar.

R: En ese sentido, ¿cómo enfrentan la inmediatez, ya que los hechos en esta nueva forma de comunicación se dan en tiempo real?:

D: Es precisamente con la capacitación que tuvimos y al alcance de las herramientas que tenemos, el reportero trabaja básicamente bajo un esquema común que le hace salir a la calle en busca de sus notas y con el alcance de estas herramientas lo único que tienen que hacer es tomar una foto, tomar un video, redactar un párrafo y enviármelo en el momento que ocurra ya que tienen la herramienta y desde ese momento se sube a la página; una actividad que pareciera muy sencilla, pero que por la relevancia ha sido muy destacada entre los lectores y los seguidores, justo en este video que le comentaba del accidente del taxi tuvimos comentarios a favor, felicitaciones para el reportero que nos envía estos videos, de reconocimiento, que había hecho bien su trabajo y que les gustaba mucho a los lectores ese tipo de contenidos en la página, que no es tan fácil presentarlo en el periódico, subir un video, la narración es distinta al momento en que estamos viendo algún acontecimiento al momento que han pasado ya algunas horas, pues al siguiente día ya no se dice igual. La inmediatez se vive de una manera tan sencilla que tomar una foto, un video, un texto enviarlo al administrador de la cuenta y que el administrador suba, no pasa más de tres minutos del envío del material al momento en que está arriba de la red social.

R: ¿El periodista escribe, toma las fotos, video y edita o hay un equipo?:

D: El periodista hace su trabajo cotidiano, digamos que es tomar una foto, tomar un video, que antes no tomaban un video y de hecho no lo hacen todos porque no todos se enfrentan a las mismas situaciones, por ejemplo, el reportero de nota roja que cubrió un accidente, al reportero que cubre política no encuentra ese tipo de eventos y hacen un trabajo distinto, de acuerdo a sus órdenes de trabajo de sus fuentes informativas, el trabajo es distinto porque no es lo mismo cubrir una conferencia de cierto diputado, del presidente del Congreso a un choque en la calle, pero básicamente es lo mismo, una foto, un video, un breve párrafo, enviármelo y subirlo.

R: Preguntaba eso porque en las redacciones digitales, algunas a nivel nacional, se dice que el periodista ya tiene que ser polivalente, es decir, que tiene que saber diversas tareas.

D: Sí, claro, es que el reportero aparte de su trabajo común, cotidiano de cubrir una nota, que tiene una hora o dos horas dependiendo del horario en que ocurrió, el trabajo de enviar información a la página es muy sencillo, no se le dificultad más allá, repito, tomar un video, tomar una foto y enviar un párrafo, porque la necesidad de la página no exige enviar todo el material, tal vez un avance de lo que se va a leer en el medio impreso y tomar el material biográfico, la fotografía o el video, enviarlo y colocarlo.

R: ¿La redacción para un medio digital, es distinto, las notas son más cortas ahora?

D: Para la versión por internet sí, es al momento sí, para el resto de contenido no porque las páginas de redes sociales del periódico se alimentan básicamente de la versión impresa, todas las notas que tiene la versión impresa se colocan diariamente en las redes sociales, principalmente aquí se exige un *twitt* por cada cinco minutos o cada 10 minutos, entonces para nosotros es una cantidad bastante grande para todo el día, entonces tomamos como base el periódico, las notas del periódico se suben todo los días a las redes sociales y esa es la base, el resto de las noticias al momento es lo que ocurra en la calle, las conferencias, es este enviar esa información en el momento que ocurra y se sube, el resto de la información es la base común, digamos, de las notas del periódico.

R: Finalmente, ¿Cómo empresa periodística cuáles serían las realidades, desafíos y oportunidades que brinda el ciberperiodismo en Tuxtla Gutiérrez?:

D: Los beneficios o los alcances, hemos identificado que el principal lector utiliza como medio informativo su teléfono celular, los móviles han desplazado a las computadoras como medio informativo, como el elemento informativo para tener acceso a los medios. Ahí se pueden colocar desde publicidad, información común del periódico, avisos a la población cuando vaya a ocurrir algo, como el simulacro estatal de un terremoto para que esté informada de qué va a ocurrir y en cuanto a los retos principalmente, son seguirse preparando porque en redes sociales se exige una actualización constante, incluso *Facebook* se actualizó recientemente con los comentarios o la forma de accionar a las publicaciones y también que existen nuevas redes sociales, pero que las básicas que tenemos nosotros son *Twitter*,

*Facebook* y también *Instagram*, además de *Youtube* donde colgamos los noticieros de TVO, pero también han surgido otras, algunas otras que no les damos la importancia porque no son el tipo de público al que llegamos contantemente. Las nuevas redes sociales son demasiado jóvenes que generalmente no consumen noticias, entonces tomamos como base esas tres redes sociales: *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, incluyendo también *Youtube*, sirve también para mantener alimentada al proyecto TVO, hemos trabajado con ellas para tener un mayor alcance y un mayor contacto con la población, y los lectores han recibido de una manera bastante agradable a nuestras redes, de tal forma de que desde que se iniciaron las redes no han dejado de crecer, constantemente tenemos nuevos seguidores, los comentarios, los *likes* todos los días de tal forma que nuestras estadísticas no se han detenido, continúan creciendo cada día y se tienen más proyectos para aumentar los beneficios a través de las redes sociales.

ENTREVISTADO: P09

ENTREVISTADORA: ROSA SOLÓRZANO RUIZ

¿Qué opinión tienes sobre el periodismo digital que se realiza en Tuxtla Gutiérrez?

Bueno, en mi opinión, el periódico que más se vende físicamente es *El Herald*, venden 200, 700 periódicos más, por arriba de los periódicos *Cuarto Poder* y *Diario de Chiapas* que se suponían eran líderes, y cuando vengo para acá (*Diario de Chiapas*), yo trato de implementar nuevas cosas, hacer tratos con los voceadores, pero me encuentro con muchas limitantes, sin

embargo, el problema de EL Heraldillo si bien tiene un portal que a nivel nacional provee información al local, no tiene más que 10 notas, 20 para un periódico que tiene 60-70 páginas, no es nada para el número de páginas. Yo llego aquí y hay un área desperdiciada, por lo que se reestructuró al 100 por ciento el área digital. Aquí entra mucha publicidad tienen convenios con todos los municipios, me doy cuenta que aunque no se venda, el Diario no es muy bien visto ante el gremio, pero se consume y los periodistas lo consumen, para criticarlo a diario. Sin embargo, en la parte digital te das cuenta que las visitas que le hacen al Diario, no son 54 mil, ni nueve mil periódicos, son miles de visitas que vemos que por ahí se consume el periódico. Por ejemplo, van a un evento de deporte en Jiquipilas y ese evento me lo suben a mí, a los demás, a la web, si a mí no me llega la nota físicamente porque el periodista no llega porque taparon la carretera, yo lo puedo ver en la web, los 11 chavos que jugaron, los 22 que jugaron, las familias de los que jugaron y así, y con toda la publicidad que tiene el periódico por todos lados promoviendo nuestra página de internet se multiplica el consumo diario. El periódico, el Diario de Chiapas se consume, sino físicamente, virtualmente de lunes a domingo y como había ese plus a mí empresario no me convenía estar perdiendo dinero los fines de semana, imprimiendo, gastando en tinta, yo me estoy ahorrando 200 mil pesos mensuales, sólo de eso, porque dejo de pagarle a los choferes dos días de salarios, a los voceadores, dejo de gastar luz, dejo de consumir papel, dejo de consumir muchas cosas. Y la publicidad fuerte en todos los periódicos de lunes a domingo es el lunes, miércoles, jueves y se dejan de publicitar los fines de semana. El periódico tiene relevancia, no lo digo yo, lo dicen las pruebas, y por eso los anunciantes se siguen publicitando, ahí si tanto físico, como digital, el periódico no pierde, explotó el lado digital, lo que ha manejado a lo largo de los años en papel ahora lo explota en su plataforma. Nos critican mucho, pero eso significa que nos leen, pero somos

humanos y se nos va un error, o la chica de la nota roja o el formador no dimensionó la nueva ley y bueno, te dicen así quedo el diseño de la nota roja de las chicas violadas, descuartizadas, marcadas. Que eso les incomoda o no les parece muy bien a cierto sector de la población y se van duro contra uno, pero no interesa, porque ahí están, señal de que me están viendo, leyendo, de que me están consultando, y es cierto, pero son errores de dirección, de vigilancia. El Diario es un claro ejemplo de que está explotando las redes sociales. Y no tienes idea de cuanta gente lo ve, la nota roja, es la peor sección de todas, porque yo he pugnado porque se cambie, pero la gente le gusta, no me lo creas, pero así es, cuando yo llegue, les dije cámbienlo, quítenlo, otro diseño, pero se consume.

R: Respecto de la parte digital, ¿qué nos puede decir?:

Se está trabajando mucho en la parte digital, la plantilla de reporteros está trabajando, eso sí con el mismo sueldo. Ahora para que te den cierta publicidad, te piden que el certificado te diga cuantas *like* o me gusta. El Diario de Chiapas tiene todas las herramientas para difundir la información, vía todas las redes sociales, el diario de Chiapas cuenta con la infraestructura y personal para trabajar la parte digital. En el transcurso de la mañana hay guardias para hacer frente a los hechos en tiempo real. Los reporteros mandan su avance para dar a conocer en los medios de difusión, podemos subir un video o audio. La nota completa aparece en el impreso.

El periodismo impreso continuará, por lo menos en esta década va a ver todavía impreso. Próximamente saldrá un nuevo periódico impreso que se llama el Ultimátum, de Amet Samayoa, eso sólo se explica en Chiapas, porque en esta crisis, este abultamiento de periódicos digitales, de rede sociales, de páginas digitales. Hoy todos los egresados de

comunicación ya no están pensando en ser un reportero del medio impreso, están creando su página, que tan impactante o factible resulta económicamente para poder sobrevivir, luchar, que tipo de periodismo se está realizando. A veces son los intereses que se dan en estos proyectos en el manejo, empresarial, político, de conveniencia, su enfoque del periodismo va hacer parcial. En Chiapas no hay un periodismo libre, no hay un periodismo equilibrado. Todos los periódicos tienen lo mismo en las portadas, información oficial. De manera general son puros convenios. Por otro lado, los medios digitales no son empresas grandes, no requieren de tantos gastos, además han trabajado de forma inteligente, se han abierto al ciudadano para que les provea de material, le mandan fotos y esto no implica que le paguen al reportero y quienes reciben ese dinero, los dueños. Pero no se puede comparar, por tradición con los impresos.

ENTREVISTADO: P10

ENTREVISTADOR: ROSA SOLORZANO RUIZ

R:¿Cómo defines el ciberperiodismo?:

R: En la aplicación concreta de la acepción del ciberperiodismo, no se ponen de acuerdo los teóricos porque existen términos como el ciberperiodismo, periodismo electrónico, periodismo

digital, periodismo electrónico, periodismo cibernético, periodismo en línea. Todos estos conceptos están aterrizando en uno sólo que es el ciberperiodismo, también se maneja mucho el de periodismo *online* o periodismo por internet. Es una disciplina que se ha estado formando a través del periodismo tradicional, pero no es el mismo, el ciberperiodismo tiene sus propias herramientas y sus propias reglas, y en los últimos años se ha visto que el desarrollo del ciberperiodismo ha planteado su propio ritmo y ha venido a enriquecer el periodismo tradicional en el concepto de periodismo, pero no en la forma de periodismo; el periodismo es un concepto y es un oficio que se ha venido manejando a través de muchos años, desde el inicio de la historia, pero como tal su soporte tradicional ha sido la prensa, la radio, la televisión, son los soportes del periodismo tradicional, pero en los últimos años con la venida del ciberperiodismo, estos soportes se han venido haciendo un poco obsoletos, sobre todo por lo que significan, el soporte de radio, por ejemplo, para el periodismo es muy pesado, por qué, porque el periodista tiene que estar en una radio, y armar una radio por su estructura es complicado, lo mismo ocurre con la prensa no cualquiera tiene un periódico a la mano, no cualquiera es dueño de un periódico, el periodismo se ha confundido un poco, con el negocio del periodismo que es el negocio de las publicaciones, que viene hacer la otra parte que se plantea el periodismo, el periodismo como oficio es uno sólo y se diferencia al negocio del periodismo, ese es el choque cultural que ha habido con el ciberperiodismo el internet lo ha hecho más fácil, es decir, la práctica del periodismo hoy en día está en la “boga”, digamos que está en uno de sus mejores momentos, el periodismo como concepto, pero no como negocio, el periodismo como negocio está en una crisis porque los medios tradicionales no saben adaptarse al nuevo medio, es decir, internet significa gratis, libertad, significa pocas opciones de comercialización por ser gratis, los medios antiguos acostumbrados a cobrar publicidad, a

ganar mucho dinero con sus soportes, la radio, por ejemplo, cuánto cuesta un minuto de publicidad en la radio, cuánto cuesta un minuto de publicidad en televisión, cuánto cuesta una plana en un periódico tradicional, todos estos han sido cambios que le han costado mucho al periodismo, es por eso que al periodismo como negocio hoy se plantea en una crisis; una crisis terrible, en Europa por ejemplo, han habido miles de despidos, los periodistas están siendo despedidos de sus trabajos tradicionales, periódicos como El país, periódicos como El Mundo, como L'Espresso, como *New York Times* están despidiendo periodistas, porque no se logran adaptar a la nueva competencia, que es la competencia del internet, donde todo es gratis, donde todo es libre, y sobre todo donde no hay censura, al no censurar hay poco control, y ellos tienen muy poco margen para manejar, además los que te pagan por una publicidad en un periódico tradicional no te quieren pagar lo mismo porque les publiques en el internet, es un modelo que no se ha adaptado, digamos que es el concepto en el que ha planteado el ciberperiodismo digamos que el periodismo como concepto, como oficio, como los que nos enseñaron en las escuelas de ser objetivos, de ser ético, yo creo que se ha fortalecido, pero el negocio del periodismo sí está viviendo una crisis. Es por eso que se ven que desde hace como diez años los que se dedican a hacer prospectiva, a ver que va a pasar en el futuro dicen que el periódico en papel va a desaparecer que está condenado a desaparecer, aunque yo no creo totalmente esto, sí pienso que ha sido un impacto. Si hablamos de estadística en los últimos 10 años, yo creo que un 30 por ciento de periódicos editados en papel, ya no los hacen más, o han desaparecido completamente. Hay periódicos que tenían más de 100 años y ahora ya no se editan en papel, entonces quiere decir que si hay un cambio y que el periodismo como tal está cambiando, yo creo que ya no va a volver a ser igual a partir del soporte del internet. Es por eso que se plantea el ciberperiodismo del periodismo tradicional, pero algunos piensan

que hacer periodismo es hacer ciberperiodismo, el mismo periodismo llevarlo al internet, y esto es una equivocación porque son cosas distintas, y sobre todo yo pienso que las generaciones que actualmente hacen periodismo son pocos los que se han adaptado a la nueva forma del ciberperiodismo, es decir, hay muchos periodistas, pero muy pocos ciberperiodistas, y los que hay se han tenido que capacitar, y han tenido que hacer nuevos géneros, nuevo oficio. El ciberperiodista es un periodista más completo, sabe hacer radio, sabe hacer televisión, sabe tomar fotos, sabe manejar redes sociales.

R: ¿En el ciberperiodismo existe menos censura que en la prensa tradicional?:

Pasa algo curioso con la censura, esto que llamamos libertad de expresión, quienes practicamos el periodismo sabemos que tenemos el derecho de poder expresar lo que queremos, pero también fuimos educados para tener criterios, es decir, no decimos tampoco todo lo que pensamos, esto se le llama autocensura, no decir todo tal cual porque los periodista sabemos que tenemos que tener herramientas para comprobar lo que estamos diciendo, no es únicamente lo que estamos diciendo por decirlo, no obstante, si pienso que el periodismo está cambiando porque hay por ejemplos conceptos que antes no existían como el periodismo ciudadano, hoy por ejemplo el periodismo ciudadano es una realidad, y el ciudadano no es periodista; el periodista si no se pone a la par va hacer rebasado por los ciudadanos, porque los ciudadanos están planteando una verdad; una verdad que puede no ser objetiva porque ellos no son periodistas, no están tratando al periodismo como periodistas, sin embargo, están restando credibilidad a los periodistas. Es una carrera y es algo bien interesante, yo creo que los periodistas nos debemos de poner muy listos, porque hay una parte de la sociedad que exige

ser informada, pero además está tomando acciones, se están informando hacia sí mismos, esto es lo que se llama periodismo ciudadano, pero no todo el periodismo ciudadano es verdadero periodismo, es decir no todo es cierto. Es por eso que las redes sociales, sobre todos el social media y el internet es un nido de rumores, y esto tampoco está ayudando a la comunicación, el periodista debe de asumir su trabajo como periodista y ante el encuentro con las nuevas tecnologías debe de plantearse nuevas formas de comunicar, nuevas formas de informar y sobre todo recuperar la calidad moral de los periodistas.

R: ¿El ciberperiodismo es una alternativa para brindar información a los ciudadanos?:

Si, de hecho yo creo que sin teorizar más y sin hacer grandes diagnósticos, sin irnos a la práctica real de comprobar ciertos planteamientos, yo creo que el ciudadano común y corriente ya puede distinguir el periodismo tradicional del periodismo por internet; es decir, el que compra, y el que ve en el papel, al que lee en el internet, es completamente distinto, si nos ponemos exigentes a pensar cuál de estos se cree más yo estoy completamente seguro que gana el periodismo que está en el internet, es decir, la información que lee en el internet, le creen más a la que está en el internet porque tiene otras visiones, otras versiones, porque después de todo la práctica del periodismo tradicional tampoco fue muy buena, es decir, vemos que los periódicos tradicionales salen tapizados de la misma información, de boletines de prensa, de gacetillas, de publicidad oficial. El público no es tonto, al contrario, yo creo que estamos en un tiempo donde hay tanta información que la gente y sobre todo las nuevas generaciones, ya son generaciones que no únicamente ya están informadas, sino están capacitadas para informar y sobre todo para tener un criterio, se habla que no son sólo

consumidores, también son productores, son prosumer les dicen no, consumidores, pero también son productores de información, entonces a partir de este criterio en definitiva si hay una sociedad que está viendo el periodismo tradicional, y está viendo el periodismo por internet, definitivamente se está informando más a través del internet, el tercer que tú hablas, es precisamente el de la redes sociales, porque las redes sociales no precisamente es periodismo tradicional, ni siquiera ciberperiodismo, por eso se le llama el quinto poder, porque ya es el poder de la sociedad, es el poder de la voz, la voz de la sociedad que no había tenido antes una voz, uno se pone a pensar los medios eran de las élites y del poder, por eso el periodismo y por sobre todo la prensa, la radio se le llama el cuarto poder, que a la par de los tres poderes que son los poderes tradicionales estaba el del periodismo, pero ahora también, ya existe un quinto poder, que es el de las masas, de la sociedad, y si está incidiendo en los otros poderes, yo creo que son los medios sociales, en estos medios sociales hay mucho periodismo ciudadano y yo creo que hay muy poco periodismo, ciberperiodismo, periodismo de verdad, no porque los ciudadanos no tengan la capacidad para hacer periodismo, sino que no lo están haciendo tal cual, porque los periodistas deben estar preparados para cualquier cosa.

R: Los periodistas deben estar más capacitados, entrar en una nueva dinámica para poder enfrentar esta situación de la nueva forma de hacer periodismo ¿En Tuxtla Gutiérrez existe el ciberperiodismo y en donde están estos sujetos?:

R: Lo que yo he visto en lo local, si hablamos de Tuxtla Gutiérrez, he visto que si se está haciendo ciberperiodismo pero ha sido como una necesidad de emanciparse de los medios tradicionales, es decir, aparte de eso, cuando hay una presión siempre hay una válvula de

escape, estos grupos de comunicadores que se brincaron del periodismo tradicional al ciberperiodismo lo hicieron porque vieron en ellos una vía, esto no quiere decir que estén preparados para hacer ciberperiodismo es más yo creo que no están preparados para hacer ciberperiodismo, más bien lo están haciendo con oportunidad, una de las grandes características del periodismo es ser oportuno, estar en el momento, sin embargo, no es el único, también hay que ser profundos, hay que tener análisis, hay que tener contexto, hay que saber informar. Lo que veo en Tuxtla es que ha habido un crecimiento desmesurado de personas que están informando y están haciendo periodismo inmediato, es decir, lo que está sucediendo ahorita, en este momento, se presta mucho a un tipo de periodismo como el de la nota roja o cómo de sujetos que tienen muy claro en donde está la noticia, o tienen muy buen olfato periodístico o tienen muy buenas fuentes, muy buenos contactos, la cosa es que están informando en el momento en que está sucediendo y lo están subiendo a la red, esto es hacer periodismo, pero tampoco están cumpliendo con todo lo demás, sobre todo en el momento que uno conceptualiza una nota informativa tradicional, es totalmente distinta a como se conceptualiza una nota para la web, tiene que ser corta, más concreta, no tiene que tener tantas líneas, tiene que ir más allá de un simple twit, que son 140 caracteres, tiene que tener una buena fotografía y sobre todo tiene que tener contexto, y no se debe quedar ahí, es decir, el periodismo está llamado a ver más allá de la problemática, es decir, si hay un atropellamiento en tal calle y hubieron en el mes tres atropellamientos en esa calle, no debemos de ver los atropellamientos como hechos aislados, el trabajo del periodismo es ver por qué hay tantos atropellamientos ahí, cuál es la problemática general, eso no se está haciendo. Estamos viendo en la noticia y la estamos cosificando como fragmento de lo que sucede todos los días, y en definitiva no es un buen periodismo. Estamos tratando las cosas así como que bueno, sucedió, está bien, mañana

van a suceder otras cosas. Es algo que yo veo que están haciendo mal los periodistas en Chiapas, Por otra parte, hay portales que están haciendo ciberperiodismo en Chiapas, pero están haciendo ciberperiodismo como si fuera periodismo tradicional, todavía no logramos liberarnos de lo que aprendimos en la escuela, seguramente ese periodismo lo están haciendo personas que fueron educados en otro contexto, no como ciberperiodistas, como periodistas tradicionales lo único que hacen es subirlo al internet, pero una nota para que sea adecuada al internet debe ser pensada de acuerdo a un nuevo concepto, ya no como la nota larga que en el periódico te pedían por lo menos cinco párrafos, y tus párrafos debe tener por lo menos seis líneas, eso ya no, ya no son grandes plastas, ya no hay tanto contexto, ahora se alimentan con hipervínculos, con información de otros fuentes, eso no lo están haciendo. Existen portales como Chiapas Paralelo, por ejemplo, que es una muy buena opción, manejan muy poco hipervínculo, es decir, no te remiten a otra nota al contexto, lo que dicen es absoluto, te cierran al texto que estás leyendo, y una de las características del ceiberperiodismo es precisamente la hipertextualidad, es decir, conectarse con otros textos de otros medios, o quizás del mismo medio, pero otro texto, un texto no es el texto cerrado, el texto es el conjunto de muchos otros textos, porque ese es el concepto, y eso no lo hacen, Otra de las características del ciberperiodismo es la multimedialidad, que puedes utilizar fotos, videos, audios también lo hacen muy poco, casi no lo hacen. Otra característica es la oportunidad, estar en el momento exacto, quizás esto lo hagan, pero basan el ciberperiodismo únicamente en la oportunidad y tampoco es eso. Otra de las grandes características del ciberperiodismo, es la posibilidad de poder leerlos en dispositivos móviles, es decir, tu página o tu plataforma también pueda leerse en los teléfonos celulares y si no está así, ahí hay un punto menos para ti, y esto se puede demostrar con estadísticas, actualmente el 80 por ciento de las noticias se lee a través de

celulares, si tu página no tiene un formato para ser leído en el celular estás fuera, simplemente, no te leen, y eso es algo que tampoco se cumple mucho. En Chiapas por ejemplo, Cuarto Poder y Diario de Chiapas, Diario de Chiapas creo que sí, pero es una página muy pesada, no lo puedes leer de manera fácil en tu celular, es un punto menos, nunca se han puesto a pensar que esta es una nueva característica del periodismo, también tiene que ver con las formas, con los formatos, que tu página este limpia, eso se llama usabilidad, que tu página cumpla con ciertas características que te den ganas de leerla y si lo lees en un celular, peor porque están acostumbrados a llenarlos de banners, de publicidad. Piensan que la gente es la misma que lee los periódicos que no tiene de otra más que antes de leer la nota ver 10 cintillos y publicidad pagada al de la red, la red si no te gusta y pasaron tres segundos y no logró captar tu atención la página se cambia, lo cierra y se va a otro medio, esto tampoco lo están tomando en cuenta, es una mala práctica del ciberperiodismo en Chiapas, y esto no es únicamente en Chiapas, yo creo que a nivel nacional, a nivel nacional hay muy pocos medios que hacen buen ciberperiodismo.

R: ¿En Tuxtla Gutiérrez, se observa un dinamismo mayor en cuanto a periodismo en línea, pero muy incipiente, existe el ciberperiodismo?:

R: Como tal no, porque el ciberperiodista es el que ya tiene todas las nociones de hacer ciberperiodismo, yo creo que son periodistas tradicionales que se cambiaron al internet, que no precisamente están haciendo ciberperiodismo, están haciendo periodismo en internet, pero no es cciberperiodismo.

R: ¿El internet ha hecho que todo sea más global, y que esto repercuta en lo local qué opinas de esto?:

Los viejos medios son los que tienen la responsabilidad de dar este salto, porque son los dueños del periodismo, el periodismo latinoamericano siempre hemos visto con buenos ojos al periodismo gringo, fuimos educados a ciertos modelos gringos, aunque no propiamente sean iguales nuestro periodismo, el nuestro se parece mucho al español, sin embargo, nuestro periodismo latinoamericano se parece mucho al gringo, aunque el periodismo estadounidense, tiene otros valores. Actualmente, los estadounidenses han tomado muy en serio la labor del ciberperiodismo, y los Españoles, por ejemplo el periódico el País, se habla que el portal de este medio es un excelente portal para hacer periodismo, que es mejor incluso que el de New York Time que es otro que es muy bueno, sin embargo, el *New York Time*, está buscando un modelo en que sea más adecuado. España tiene un muy buen nivel de ciberperiodismo. El ciberperiodismo mexicano le veo muchas deficiencias, sobre todo los grandes medios tradicionales, mientras que en Chile El Mercurio Está en la “Boga”, es el que ha llevado la batuta para hacer ciberperiodismo en México, los que debieran hacerlo que son el Reforma y el Universal, lo han hecho a medias, el universal quizás más, pero por ejemplo El Reforma es privado, tienes que pagar para ver la nota, y esto no va con el nuevo ciberperiodismo, la gente no lo paga. Por qué voy a pagar una nota si lo tengo en El Universal, sobre todo si hay una serie de portales que están haciendo muy buen periodismo y que es gratis totalmente. Por ejemplo, La Silla Rota, de Sin Embargo, de SDP Noticias y otros portales que están haciendo buen periodismo, algunos buenos a secas porque son críticos, otros, están haciendo periodismo quizás malo, pero están haciendo ciberperiodismo. El ciberperiodismo se trata de manejar

multimedialidad, hipertextualidad, oportunidad y todos estos que no se encuentran en el medio tradicional, del periódico del papel a la web. El Reforma por ejemplo lo hace, Proceso lo hace, Proceso no está siendo buen ciberperiodismo, te tienen que leer el reportaje completo de varias cuartillas, y muy poca gente lo lee. Hay estudios donde analizan a la gente cómo se comporta a la hora de leer una nota, y la mayoría de la gente no llega al cuarto párrafo, o si la nota no les interesa a los tres segundos, ya no lo leen, por eso vemos que en *Youtube*, tú le das clic, te aparece un comercial de tres segundos y te dice que lo puedes brincar después de los tres segundos o los cinco. El objetivo es atrapar los primeros cinco segundos de tu video, y lo mismo pasa con las notas, si a los tres segundos no te interesa es probable que te cambies a otra nota. Imagínate el desafío que tienen los periodistas, poder atrapar a la audiencia, a los tres segundos, en la misma línea. Es un periodismo nuevo, un periodismo completamente distinto al que estamos acostumbrados hacer, y eso no lo estamos haciendo, estamos trasladando nuestro periodismo tradicional a la web. Por ejemplo El Universal lo trata muy bien, su nota que sale en el periódico impreso por lo general, es una nota que está construida de cuatro cinco notas que hacen su portal, para llegar a esta nota no es la misma, va del portal al periódico, y el portal está construyéndose en cada segundo del día, las 24 horas, pero el Reforma por ejemplo si lo hacen el Reforma si tiene una primicia no la suelta, no la suelta hasta que lo publica en su medio impreso, es al revés el criterio, sacrifica la oportunidad. El Universal, no, y hay otros medios como Sin embargo, por ejemplo, que está hecho por periodistas que estuvieron en medios tradicionales y que fueron despedidos y que fundaron sus nuevos medios y que lo están haciendo. Hay una multitud de medios que están haciendo ciberperiodismo en México, pero todavía no despegamos, estamos muy acostumbrados al periodismo digital y tampoco es que se malo. A nosotros en la provincia no nos llega, es un

proceso que está dándose. Sobre todo, en cuestión de educación de los nuevos educadores. Yo como docente lo veo, de por sí cuesta educar a nuevos comunicadores. Las nuevas generaciones no quieren ser periodistas, quieren ser fotógrafos, radio, pero no quieren hacer prensa, no quieren aprender a escribir, de por si nos cuesta mucha enseñarles a ser periodistas, ahora enseñarles este extra que es el ciberperiodismo. Aquí se tiene que saber editar en video y rápido, porque la oportunidad o se te va la nota, es un periodista más formado. Los que están haciendo ciberperiodismo ahora mismo son periodistas que se dieron cuenta que la oportunidad está en el internet, pero no están formados para enfrenarlo, ese es el gran dilema que estamos viviendo. Si nosotros que estamos metidos en el periodismo y en ciberperiodismo, nos cuesta, ahora imagínate los chavos, o los que han tenido la iniciativa. En Chiapas, por ejemplo, muchos que están haciendo ciberperiodismo lo están haciendo movidos por otros intereses, más que por hacer ciberperiodismo, lo están haciendo porque se dan cuenta que es el lugar donde se están las audiencias, y hay un nicho de mercado, hay maneras de ganar dinero, que es lo que nunca hizo el periodismo tradicional. En Chiapas por ejemplo, a los periodistas les pagan muy mal, los reporteros les pagan muy mal los medios tradicionales, de ser pagados mal en un medio tradicional, prefieren apostarle al ciberperiodismo con un modelo que es el mismo, este es otro de los grandes detalles del ciberperiodismo el modelo de comercialización, como gana un portal web, como vende su publicidad, seguramente lo que le pagan a un periódico no se lo van a pagar a un portal web, y seguramente, alguien que pague para que su publicidad salga en un portal web, va a querer que salga grande, que salga en un banner grandote y eso contrapone a la usabilidad que es para ser un buen periodismo. El ciberperiodismo está debatiéndose entre estos modelos que no saben cómo hacerle para ganar dinero. Estoy haciendo un muy buen periodismo, muy objetivo, diciendo las cosas que nadie

dice, pero y esto quien me lo paga, porque el usuario no lo paga. A nivel local si de por si la gente no compra un periódico mucho menos pagará un portal, seguramente lo hacen de la manera tradicional, firmando convenios con instituciones, publicidad a través de banners. El ciberperiodismo en Chiapas todavía está en formación y los que hay que son muy buenos intentos está muy alejado de ser un buen ciberperiodismo. Yo creo que pasarán unos 10 años más para que tengamos un buen ciberperiodistas al nivel que ahora está en Estados Unidos, por ejemplo. El periodista se tiene que capacitar y responder a este nuevo medio que es distinto y que puede ser suyo, además.