

La prensa está que arde

AÑO 2007, UNA MIRADA a la prensa estadounidense: caídas en las difusiones, recortes de empleo, crisis de la credibilidad –el principal valor–, descensos de ventas, jóvenes que se informan en otras fuentes... En definitiva, un bosque en llamas. Un año después, cuando me pongo a escribir esta reflexión para *Esquire*, el asunto no ha hecho más que empeorar. A todo lo anterior hay que sumar una notable merma en los ingresos. Las facturaciones de publicidad de los diarios caen a reacción. Y ya no sólo en EE UU: el incendio entra por debajo de la puerta de casa. Muchos creen que parte del problema actual de los diarios reside en que los jóvenes no leen y eso no es verdad. Nunca se ha leído tanto como ahora, lo que sucede es que al soporte papel y sus productos más tradicionales (periódicos, revistas y libros) les ha salido una importante competencia en las pantallas, como tan bien describe Juan Cueto (Oviedo, 1942). Pantallas ubicuas, móviles, ordenadores, televisiones interactivas, grandes pantallas digitales en las calles y los conciertos. Y personas que quieren disponer en cualquier situación y lugar de la información que necesitan. En ellas están los nuevos lectores, los que hacen temblar las estructuras de los medios convencionales. Ese lector ha cambiado de hábitos, no lee ni consume los medios de la misma forma que hace diez años (sí, un tiempo relativamente corto, pero ¿dónde estaban entonces los móviles? ¿qué hacías mandando faxes?) Hoy día se ha roto la frecuencia de compra de quien leía diarios de pago a diario. Ya no lo hace. Si un día no le han repartido en el metro un gratuito o no ha podido acercarse al quiosco, lo lee en Internet y ya no lo compra por la tarde como antes. En cambio, se mantiene la compra del fin de semana y de muchas revistas de lectura (ésta incluida). Es normal entonces que el fin de semana las audiencias de Internet

disminuyan. Otro hábito en aumento es la multitarea. Las cifras de consumo de medios no cuadran. No puede ser que el tiempo que dedica una persona a ver televisión, navegar por Internet, leer periódicos o escuchar la radio sume tantos minutos como para no tener horas para dormir. Sólo se explica porque cada vez más gente realiza un consumo de medios casi simultáneo. Es lo que se denomina multitarea: se ve la

“Hoy vemos la tele con el portátil en las rodillas, curioseando YouTube y chateando”.

tele con el portátil encima de las rodillas para chatear, abrir un vídeo de YouTube o vagabundear por la Red. Los más jóvenes mantienen abiertas varias pantallas simultáneamente con distintas conversaciones, búsquedas o portadas de noticias. Y, además de la multitarea lectora/visionadora, existe la posibilidad de convertirse en editor: la Red se ha poblado de *blogs* y páginas personales que compiten con la prensa convencional, ¡incluso les restan publicidad! Muchos se preguntan si se podrá salvar a la prensa. Creo que lo realmente importante es saber si podremos salvar las virtudes que ha desarrollado el periodismo analógico, su fuerte compromiso con la sociedad y el contrapeso que ha ejercido hacia los poderes y sus abusos. Un mundo global de complejos entramados empresariales, en los que se mezcla la profesión/oficio periodístico con dife-

rentes intereses en muchos otros negocios, no reúne unas buenas condiciones para que los medios convencionales sigan navegando en la independencia. En cambio, la Red se atisba como un lugar en el que quizás podamos recuperar algo de lo que hemos perdido, y se transforma en un gigantesco territorio en el que las personas tengamos mucho que ganar. Es curioso pero, años después de leerlo por primera vez, comparto completamente el ideario *hacker* que publicó allá por 1984 (¿qué año!) Steven Levy porque se podría aplicar plenamente al libro de estilo de un medio de comunicación digital. Donde pone *hacker* voy a poner periodista y vean el resultado:

- A. Entrégate siempre al imperativo de transmitir. El acceso a ordenadores y a cualquier otra cosa que pueda enseñarte cómo funciona el mundo debe ser ilimitado y total.
- B. Toda la información debe ser libre.
- C. Desconfía de la autoridad. Promueve la descentralización.
- D. Los *hackers* (periodistas) deben ser juzgados por su *hacking* (su manera de hacer, sus acciones), no por criterios falsos como títulos, edad, raza o posición.
- E. Puedes crear arte y belleza en un ordenador.
- F. Los ordenadores pueden cambiar tu vida a mejor.

Quizás volver a aplicar en el desarrollo profesional principios tan básicos sea una de las soluciones para la grave crisis en la que los diarios (de papel) están inmersos. El pasado nos ayuda a construir un mejor futuro. Mientras una gran parte del monte de papel se quema (que no todo), les espero en la Red.

Mario Tascón está considerado como el gran pionero del periodismo digital en España.