

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Comisión de Estudios de Postgrado
Área de Comunicación Social
Maestría en Comunicación Social



¿NOTICIA CIUDADANA?

Reflexiones sobre los cambios paradigmáticos
en el periodismo de la era digital

Trabajo de Grado presentado para optar al título de
Magister Scientiarum en Comunicación Social

Autora: Rosa María Rappa Fernández

Tutor: Profesor Bernardino Herrera

Caracas, abril 2010

RESUMEN

¿Noticia ciudadana?*Reflexiones sobre los cambios paradigmáticos en el periodismo de la era digital*

Autora: Rosa María Rappa Fernández

Se entiende por periodismo ciudadano la propuesta dirigida a democratizar los procesos comunicativos. Sin embargo se observan resistencias por parte de quienes piensan que el periodismo ciudadano representa una amenaza para el periodismo profesional. Esta investigación trata sobre este dilema. La investigación tiene por objeto comprender los cambios en el modo de entender la práctica periodística ante la transformación social generada por el uso de Internet y los nuevos medios que derivan de esta red. Se propone un análisis e interpretación de la relación histórica del periodismo como fenómeno social, y su relación con el ejercicio de la ciudadanía, y en consecuencia como parte sustancial de la democracia. Luego, se plantea la revisión de la capacidad formadora de ciudadanía que deriva del periodismo y, en contraposición, cuánto está aprendiendo el periodismo de las prácticas informativas del público en la sociedad de la información. Se procuró responder a la duda de si el periodismo ciudadano representa un peligro real al periodismo tradicional, así como dilucidar cuáles son los efectos y riesgos para la práctica periodística profesional en el marco del cambio de relaciones: la transmisión de “pocos a muchos” a de “muchos a muchos”. La investigación buscó responder si existen nuevos caminos para el periodismo, incluso para el ejercicio de la ciudadanía: ¿Es real el declive del modo tradicional de contar noticias o, simplemente, estamos frente a una oportunidad de crear una nueva narración del mundo?

Palabras claves: periodismo, ciudadanía, periodismo ciudadano, noticia, Internet, nuevos medios, medios sociales, interactividad y participación.

Dedico mi vida, que lo incluye todo, incluso mis logros académicos, a mis amores.

Yo los llamo Dunzos.

Ellos dicen que se llaman Samuel Simón y José Gregorio Yépez.

Son padre e hijo. Ambos tocan la guitarra...

Y cargan de luz mi existencia,

“de donde el sol la toma”...

Agradecimientos

A la Sra. Pura y el Sr. Miguel, a quienes amo profundamente.

Ellos me trajeron hasta aquí.

Me dieron dos hermanos: Miguel y Tony.

Y seis sobrinos maravillosos: Junior, José Miguel, Elena, Carola, César Andrés y Michele. De regalo, una hermana de corazón: mí cuñada Enif.

No he podido pedir más...

A mis amigos, que no son muchos pero sí súper especiales.

Sobre todo porque también han sido hermanos.

A Yumei Silva, en nuestra tercera graduación juntas.

A mis compañeros artistas.

En especial a los amigos de la Universidad Nacional Experimental de las Artes, con quienes comparto días de enseñanza, de reflexiones y críticas necesarias.

A Carlos Paolillo, un apoyo indispensable, un cariño entrañable.

A mis profesores de la Maestría en Comunicación Social.

Al ININCO.

A mi casa de siempre, la UCV.

A Morella Alvarado, por su sabia amistad.

Muy especialmente a Bernardino Herrera por su apoyo y solidaridad.

Y a todos de quienes tomé algo, por pequeño que fuera, que atesoro como valioso aporte en mi formación intelectual:

Miguel Alujas, Jonathan Alzuru, Carlos Colina, Carlos Guzmán
y María Josefina Barajas

Y a mis compañeros, por compartir la aventura conmigo: Isabel, Yaya, Laura, Gaby, Hiram, Verónica, Joaquín, Alberto, Juan Ernesto, Erick, Orián y José Gregorio.

Gracias, se les quiere...

CONTENIDO

Introducción / 1

Periodismo ciudadano: ¿Amenaza real para el periodismo tradicional?

Capítulo uno / 9

Una historia social de ¿aliados liberales?

Capítulo dos / 51

Periodismo y ciudadanía: ¿Quién aprende de quién?

Capítulo tres / 103

Yo informo, tú informas, ¿nosotros informamos?

Conclusiones / 135

Una nueva narración ha sido creada... ¿Para bien de todos?

Referencias documentales / 143

Introducción

Periodismo ciudadano:

¿Amenaza real para el periodismo tradicional?

El hombre siempre ha vivido en la mitad de una catástrofe.

Y también en la mitad de una fiesta.

Digo “hoy más que nunca” porque hay por primera vez un propósito global para que esa catástrofe avasalle la fiesta.

Hoy más que nunca los aguafiestas han unido sus fuerzas.

Pero hoy también, más que nunca, los seres humanos tienen derecho de ser felices.

Jairo Aníbal Niño

Internet ha de ser un mundo maravilloso. Pero también terriblemente cruel a la hora de desestabilizar las estructuras sociales de lo que todavía se asume moderno, sin que la comprensión de la paradoja se haya producido aún. Desde la red, millones de personas, en este justo momento, escriben en sus *weblogs* o redes sociales del tipo Facebook o Twitter sobre acontecimientos observados -noticias quizás-, y muchos más han de enterarse acortando distancias, sin que esas notas lleguen nunca a las rotativas de periódico alguno. Diría el sabio Ryszard Kapuscinski, con quien el periodismo del siglo XXI estará por siempre en deuda, que la profesión del reportero requiere sentir en la piel las vivencias que relata. Antes de morir ya se había percatado, a través de las ventanas mágicas del mundo interconectado y digital, que

todos los seres de la Galaxia Internet, desde sus propias pieles, eran periodistas en potencia.

La tradición ha sido rota. La visión típica y vertical de la comunicación, que siempre había dejado por fuera la participación del ciudadano de las esferas de lo político y lo informativo, una pasividad que esencialmente lo renegaba al rol de receptor en franca dependencia de la misión protagónica del periodista, viene transformándose desde la experiencia del periodismo ciudadano y los medios totalmente digitales que en el mundo han surgido a partir de un nuevo modo de participación, distribución y consumo. Ya sabemos, y el diario surcoreano *Oh my news* con sus 65.000 reporteros globales y ciudadanos se ha encargado de ejemplificar en la última década, que la relación se ha transformado de un trato de “pocos a muchos” a de “muchos a muchos”. Lo que aún no nos queda claro es cómo llega el periodismo tradicional a sentirse amenazado y cuáles son los riesgos reales que tras este nuevo cambio corre en la permanencia de su importancia social.

La existencia del periodismo ciudadano es una consecuencia directa de la capacidad formadora de ciudadanía del periodismo, esa que determina un entrenamiento eficaz de la participación política de los individuos sociales a través del ejercicio abierto sobre el derecho de acceso a la información. Para Félix Ortega y María Luisa Humanes (2000), estar bien informado se convierte en el equivalente funcional del activismo político, es decir, la posibilidad de que dentro de la sociedad

sus miembros estén políticamente activos y participativos. En este fundamento se centra la tendencia de que todos informen, desde la óptica particular y colectiva de individuos y comunidades virtuales, en una alternativa comunicacional que no requiere de *gatekeepers*, es decir de jefaturas informativas que determinen una determinada agenda de noticias, como tampoco de más mediadores que su propia consciencia. Es lo que plantean los postulados del periodismo ciudadano.

Algunos catedráticos dudan, como en el caso del docente e investigador español Rafael Carrasco Polaino (2006), si es el periodismo participativo (otra acepción del periodismo ciudadano, si acaso su real esencia) una alternativa al modo tradicional. Se preguntan acerca de la influencia y validez de la existencia de nuevos medios, los *weblogs* por ejemplo, para acceder a la información o, en estado supremo, a la condición del “estar informado”. También se cuestionan si es una confirmación definitiva de que se está frente a un nuevo medio y no delante de una moda más o menos pasajera que, sin embargo, preocupa -también en mayor o menor grado- a los empresarios de medios tradicionales ante la posibilidad de una pérdida real de seguidores.

En la mente del también periodista español Juan Varela, autor del concepto periodismo 3.0, el rango de influencia de la nueva modalidad (por no llamarla paradigma; quizás sea muy pronto para medir el valor de la transformación en el pensar de una profesión que permanentemente se encuentra en estado de

cuestionamiento) está determinada por lo que él llama “crisis de credibilidad” de los medios periodísticos tradicionales, adjudicándole a la aparición de la herramienta digital una capacidad oportuna para ofrecer a la audiencia la oportunidad de conversar y estar activa. De vuelta al planteamiento en perspectiva sociológica de los autores Ortega y Humanes (2000), lo que Varela cuestiona ha de entenderse, en clara pertinencia, como un rasgo característico de lo que el periodismo ha generado con el tiempo en la formación de la personalidad democrática de las sociedades modernas. Cabría la pregunta, como una posibilidad, si acaso el aprendizaje del periodismo de millones de *blogueros* de la red actual no ocurrió en la lectura diaria de las páginas de rotativos tradicionales, práctica llevada a cabo por las audiencias durante largos siglos.

Kapuscinski nos decía, al reflexionar en torno a los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir y pensar), que el trabajo de los periodistas tradicionales importaría cada vez más porque el ejercicio de su profesión puede manipular la opinión pública y además, a través de los mecanismos de los medios, construir un mundo virtual para reemplazar al mundo real.

Con respecto a la construcción del mundo virtual, es valioso recordar que hasta 30 o 40 años atrás hombres y mujeres conocíamos la historia que nos enseñaban en las escuelas y a través de relatos de nuestras familias, dos vertientes que formaban parte de la memoria colectiva a la que pertenecíamos. Hoy, en cambio, con el desarrollo de los medios, vivimos

en un mundo donde la historia se ha vuelto doble, donde conviven dos historias simultáneas: aquella que aprendimos en la escuela y en la familia, de manera personal, y la que nos inculcan los medios, que fijamos –a veces subconscientemente- a través de la televisión, la radio, los métodos de distribución electrónica. El gran problema se presenta cuando, con el tiempo, esta acumulación de construcciones de los medios nos hace vivir cada vez menos en la historia real y cada vez más en la ficticia. Es la primera vez que algo así ocurre a la humanidad. Enfrentamos un fenómeno cultural del que no sabemos cuáles podrán ser sus consecuencias. (2004: 15)

Cuando a la mente humana le faltan detalles para construir las atmósferas de una historia y poder narrarla, por tendencia natural los inventa o recrea de un conjunto enorme de significados y significantes resguardado en la memoria colectiva de la humanidad. Ese elemento de ficción ha estado presente en los textos de los grandes del periodismo literario, desde Ernest Hemingway hasta Truman Capote, desde Gabriel García Márquez hasta Tomás Eloy Martínez, entre muchos. Sin embargo, una consciencia plena del oficio de la verdad, columna vertebral del ejercicio periodístico, ha restringido el uso de la ficción a lo meramente anecdótico, sin atender bajo ninguna razón válida contra el principio de veracidad y el compromiso con la información. ¿Qué pasa entonces en las narraciones de las bitácoras de los periodistas ciudadanos y la verificación de informaciones, datos y fuentes? ¿Cómo se resuelve la fuerte carga de subjetividad en las informaciones que emiten? ¿Dónde queda el principio elemental del periodismo de contrastar las

distintas versiones de una historia única? ¿Cómo se resuelve la dicotomía de arteparte de la audiencia en función de la claridad y veracidad del cuento?

Dan Gillmor, padre del concepto de periodismo participativo o ciudadano, en la oportunidad de prologar el libro *Nosotros, el medio*, señaló que el hecho de que la audiencia llegue a especializarse tanto en los temas de su interés, al punto de manejar mayor información que el periodista que informa, no ha de ser necesariamente una amenaza para el ejercicio de esta profesión, más por lo contrario sí constituirse en una oportunidad, “porque cuando pedimos a los lectores su ayuda y conocimiento, ellos están dispuestos a compartirlos –y todos nos podemos beneficiar” (citado en Bowman y Willis, 2003: vi).

Para tratar de entender estos dilemas, este trabajo de investigación se propuso presentar una disertación sobre los cambios de paradigmas en el modo de entender la práctica periodística ante la transformación social generada por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, en especial Internet y sus múltiples dispositivos de acceso e interacción informativa. El interés estuvo puesto en el análisis, interpretación y comprensión de la relación, incluso histórica, que tienen el periodismo, como fenómeno social, y el ejercicio de la ciudadanía, como metáfora de la quintaesencia de lo liberal.

El punto de partida de este análisis se centra en la revisión histórica de los conceptos periodismo y ciudadanía: en qué momento surgen y cuáles los contextos políticos, económicos y socioculturales. Tratar de aclarar las etapas evolutivas y momentos claves en la consolidación del carácter referencial que tienen ambos principios fue una guía fundamental, así como el responder a la pregunta de cómo llegaron al siglo XXI y cuáles son los retos con que se presentan en el futuro.

El resultado de esta investigación igualmente propone una revisión de la capacidad formadora de ciudadanía que tiene el periodismo y, en viceversa, cuánto ha aprendido el periodismo de las inéditas prácticas informativas del público en los nuevos contextos sociales. De banda a banda, se intentó una revisión conceptual de la noticia y su valor pragmático, a través del ejercicio de los derechos de expresión, información y libertad de prensa como base fundamental del ser ciudadano, en cotejo directo con la adaptación de la práctica reporteril en los procesos de cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos y las nuevas relaciones y jerarquías de la sociedad de la información. En el centro de la discusión estuvo el rol del periodista y sus distintas transformaciones, incluidas las que determinan a las audiencias como reporteros ciudadanos.

A partir de los dos objetivos anteriores, resultó importante tratar de responder a la duda de si es el periodismo ciudadano una amenaza real para los periodistas actualmente, a través de dilucidar cuáles son los efectos y cuáles los riesgos para la

práctica periodística profesional en el marco del cambio de relaciones: la transmisión de “pocos a muchos” a de “muchos a muchos”.

Por último, el presente trabajo transita por una reflexión necesaria que intenta responder sí hay o no nuevos caminos para el periodismo, incluso para el ejercicio de la ciudadanía. ¿Es real el declive del modo tradicional de contar noticias o, simplemente, estamos frente a una oportunidad de crear una nueva narración del mundo?

Capítulo uno

Una historia social de ¿aliados liberales?

Cuando se ha comparado a la prensa con generales en puesto de mando entonces todos sabemos: aquí ya no cabe nada meramente terrenal, sería necesario referirse a las esferas de lo divino para poder hallar comparaciones.

Simplemente les recuerdo: imagínense que la prensa no existe, piensen en cómo sería entonces la vida moderna, sin el tipo específico del ámbito de lo público que la prensa crea.

Max Weber

El periodismo ha sido históricamente un referente fundamental en el ejercicio de la ciudadanía y de las libertades democráticas. Pero previo a la era digital, es decir el tiempo transcurrido en las dos últimas décadas, donde la relación entre información y medios pasa por la virtualización de los contenidos y la activación de dispositivos de transmisión de última generación, el periodismo tan solo se había entendido como la actividad de recabar, seleccionar, procesar, organizar en un soporte y ofrecer de forma periódica informaciones dirigidas a un receptor. Hasta ahora, el periodista había sido ese profesional u oficiante de la información en esta tarea fundamental de la cotidianidad ciudadana. Desde los avisos de *fogli a mano* del Renacimiento hasta nuestros días, el periodismo ha mantenido básicamente sus rasgos distintivos: opera con informaciones y comentarios derivados de estas, requiere de rasgos llamativos y escandalosos para llamar la atención del público, afecta la vida pública y el ejercicio

del poder gracias a su capacidad de entrometerse en sus intereses y aprovecharse de ellos, se elabora como producto concreto y en soportes tecnológicamente posibles, se vende periódicamente al público y anunciantes y, finalmente, mantiene la capacidad de promocionar ideas, personas, servicios o bienes. (Barrera, 2004: 26)

La información, desde la perspectiva del periodismo, se ha presentado como producto que genera un ámbito de lo social afectando o interesando a los miembros de una comunidad en todos sus segmentos políticos, económicos, sociales y culturales. Las noticias han dado cuenta de los acontecimientos y distintas lecturas, durante más de cinco siglos de historia social. Lo señala el historiador Jesús Timoteo Álvarez al decir que cumplen funciones de supervivencia y de fijación de códigos de comportamiento, de igual forma que justifica el ejercicio del poder, la intermediación económica y el entretenimiento que permite la evasión y el ocio, todo tan necesario como el pan o la sal en las comidas. (citado en Barrera, 2004: 28)

El periodismo ha sido tradicionalmente un sistema de clasificación de la realidad, un modo de proporcionarnos una idea del mundo que nos rodea, la realidad vista en términos actuales, clasificados en orden de importancia, seleccionados y valorados por la vara de los intereses del público. Pero gracias a la aparición de la red Internet, siguiente hito importante después de la invención de la imprenta por parte de Gutenberg, las intermediaciones entre noticias y receptores han dado un vuelco importante. Ya lo vislumbraban en 2003 los responsables del proyecto editorial

Nosotros, el medio, adscritos a The Media Center at the American Press Institute, al subtítular el libro con la pregunta de cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. Y al seleccionar a Dan Gillmor, autor del concepto de periodismo ciudadano, para prologar la investigación y precisar las siguientes afirmaciones:

El periodismo participativo es una tendencia saludable, aunque puede ser perturbadora para aquellos cuyos roles están cambiando. Algo del periodismo de la periferia nos resultará claramente incómodo a todos, planteando nuevas preguntas sobre la confianza y la veracidad. Tendremos que desarrollar colectivamente nuevos estándares de confianza y verificación... Pero soy optimista, en gran parte porque la tecnología será difícil de controlar en el largo plazo, y porque a la gente le gusta contar historias. La nueva audiencia estará fragmentada más allá de cualquier cosa que hayamos visto, pero las noticias serán más relevantes que nunca. (En Bowman y Willis, 2003: vi)

En 1995 Nicholas Negroponte (citado en Bowman y Willis, 2003: 7), en su libro *Ser digital*, había anticipado un futuro que tardó menos de una década en hacerse real, al anunciar que las noticias en línea darían a las audiencias la posibilidad de escoger temas y fuentes de interés particular, con lo cual cada lector haría una edición noticiosa especial y única para su propio consumo. Desde la idea del “diario mío” descrita por Negroponte a la del “nosotros, el medio” de los investigadores de The Media Center at the American Press Institute, la práctica periodística se tambalea en una inédita situación, en la que “su hegemonía como guardián de las noticias es

amenazada no solo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve” (Bowman y Willis, 2003: 7). El lema “haga periodismo por sí mismo” parece ya un signo irreversible de los tiempos que corren, marcados por la digitalización global de los medios y sus contenidos.

Como ejercicio de derechos fundamentales, la existencia del periodismo ciudadano nos lleva, necesariamente, a la revisión del concepto de ciudadanía y sus modelos representativos. Un punto de partida clásico y útil es el que ofrece T.H. Marshall, al definirla como es estatus que se les concede a los miembros de una comunidad y que los hace iguales en cuanto a la tenencia de derechos y obligaciones. “Las sociedades donde la ciudadanía es una institución en desarrollo crean la imagen de una ciudadanía ideal que sirve para calcular el éxito y es objeto de las aspiraciones”. (Marshall y Bottomore: 1998: 37)

La ciudadanía se relaciona de manera intrínseca con los principios democráticos de libertad e igualdad. Para la politóloga María Benita Benítez (2004), la ciudadanía es una realidad básicamente política y, desde un punto de vista venido de la teoría política contemporánea, siempre se va a manifestar a partir de tres modelos básicos: liberal, republicano y comunitario.

La ciudadanía liberal reconoce al individuo desde su condición moral, racional y razonable, como un ser que valora la concepción del bien y tolera la diversidad de

puntos de vista, además de reconocer que la libertad de cada una de las personas es la fuente primordial de las reivindicaciones políticas, libertad incluso para no participar en la vida pública. La visión republicana de ciudadanía, sin embargo, deviene de la participación activa en la democracia representativa y directa asumiendo funciones políticas, del conocer y respetar los fundamentos constitucionales de la comunidad a la que se pertenece, del participar en los debates sobre el bien común y de anteponer el bien público por sobre el privado. Pero la ciudadanía comunitaria siempre va a reconocer la prioridad de los deberes frente a la comunidad sobre los derechos individuales, además de asumir la conservación de sus valores históricos y de reconocer la existencia de deberes especiales para con la comunidad y sus relaciones.

Estos modelos ciudadanos, al igual que los periodísticos, son construcciones históricas que tienen en lo social un eje conductor claro que, además, los relaciona desde la existencia de convenios de mutua conveniencia y la coexistencia ideal esperada. No en vano tienen una progresión evolutiva con rasgos distintivos que guardan cierta similitud. Veamos primero como se manifiestan estos aspectos en la historia del periodismo.

Noticias, papel... libertades

Aunque la noticia y sus formas de comunicación son tan antiguas como la humanidad, el periodismo en cambio nace a partir de la aparición de publicaciones

periódicas. La periodicidad está ceñida a las acciones regulares de recoger hechos, narrarlos y difundirlos bajo unos criterios de trabajo que, a la postre, define un tipo de ejercicio profesional. (Guillamet, 2004: 44)

El periodismo, tal como lo conocemos hoy, nace oficialmente en 1609 en Alemania, con la aparición de las dos primeras publicaciones periódicas semanales: *Aviso*, editada en la ciudad de Wolfenbüttel, y *Relation*, un semanario hecho en Estrasburgo. Desde ese momento, la evolución del oficio periodístico vivió un proceso lento y disperso para que las formas de la prensa informativa pasaran de ediciones semanales a los diarios que conocemos en la actualidad.

Pero las noticias ya circulaban en Grecia y Roma, en forma de comunicaciones privadas que cada cierto tiempo, de modo regular, se transmitían para relatar acontecimientos en la política y asuntos militares de los imperios. Alejandro Magno, por ejemplo, viajaba con sus escribas y cronistas, entre ellos escritores como Homero, Jenofonte y Herodoto, quienes recogían sus gestas con detalles minuciosos con la intención clara de que se conocieran pasado los años y con ellos se escribiera la historia de un gran conquistador. Los romanos recogían los hechos relevantes de sus días en la política y sus andanzas en la vida social a través de anales, actas y murales. Julio César se especializó en indagar qué pensaban sus conciudadanos y, a partir de ese conocimiento, crearía tendencias en la opinión pública entre los romanos. Sostiene Manuel Vázquez Montalbán (2008: 44) que la técnica de la

contrapropaganda ya había sido descubierta por este personaje, quien pensaba que la mejor manera de combatir una información adversa era adelantándose a la misma.

En el resto de Europa, durante el medioevo, las crónicas y relatos eran llevados de aldea en aldea por los poetas juglares y sus noticias cantadas, en una manera bastante histriónica de dar a conocer las novedades de un reino y los hechos relevantes que podían llegar a tener trascendencia en sus pequeñas e incipientes organizaciones sociales. En Oriente, la historia reporta un primer periódico mensual chino a finales del siglo IX, el *Kin Pau*, perteneciente a la corte de Pekín (Guillamet, 2004: 45).

La gestación del periodismo está relacionada con las necesidades de intercambio de informaciones económicas y financieras de los estados nacionales en la Europa renacentista. Los avisos comerciales italianos, lo que circulaban como *fogli a mano* (hojas a mano) eran elaborados por los *rapporristi* o *gazzetanti*, quienes se cotizaban muy bien por el trabajo de hacer llegar la correspondencia que entre príncipes y mercaderes circulaban para intercambiar información sobre precios y mercancías. La palabra gaceta deriva de estos oficiantes, quienes cobraban en la moneda oficial veneciana llamada *gazzeta*. Por supuesto, de Venecia salía el mayor tráfico de intercambio comercial en la Italia renacentista, así como también se producía la mayor circulación de tales hojas noticiosas. El factor determinante de estas transacciones fue la distribución oportuna de la información. Con ella, los

actores participantes en la trama mercantil se beneficiaban con la toma de decisiones correctas. En términos de ejercicio de derechos incipientes, el valor ciudadano de la operación informativa ya comenzaba a perfilarse en los tiempos de Leonardo Da Vinci.

Mientras que las noticias manuscritas dominaron la primera mitad del siglo XV, un acontecimiento cambió radicalmente lo que ocurriría en la segunda mitad y siglos subsiguientes. La imprenta es pensada y construida por el tipógrafo alemán Johann Gutenberg hacia 1454, en Maguncia, a partir de un modelo ideado con la combinación de un número específico de tipos móviles. Las noticias son ahora impresas, son muchas y proliferan por todas partes. Aunque debido al establecimiento de la censura en el año 1486 las hojas manuscritas siguieron circulando como una manera de liberarse de los controles oficiales impuestos, sobre todo por el poder eclesiástico. El más nefasto de estos controles se le conoce como el Tribunal del Santo Oficio o Inquisición, que reprimió libertades expresivas y la circulación de impresos a partir del año 1542. Tiempos oscuros, nada propicios para el ejercicio de soberanías ni derechos fundamentales.

No solo la aparición de la imprenta fue determinante en el establecimiento del sistema periodístico como plataforma de recolección, elaboración y difusión de noticias durante el siglo XV. El correo, a través de una red interconectada de postas o establecimientos de caballerías, permitió la comunicación de una Europa que se

movía entre los grandes conflictos políticos, religiosos y militares, pero que a su vez lo hacía entre intercambios comerciales y culturales relevantes. En estos centros de llegada de diligencias a caballo, así como en los puertos, ferias y mercados, la transacción más importante venía dada por el intercambio informativo que traía consigo los transportistas de noticias que, de semana en semana, intercambiaban informaciones de interés sobre los movimientos mercantiles y los acontecimientos políticos importantes de los lugares donde provenían. En 1490 se estableció una red de correos que unía a todas las ciudades importantes de Europa y ya para 1600 los maestros postas, expertos encargados de la distribución de las gacetas semanales, competían con los impresores en el privilegiado oficio de repartir informaciones importantes entre cortesanos y comerciantes.

Hasta entonces la necesidad de relacionar y registrar los hechos importantes, en formatos tan variopintos como las canciones de gestas de los juglares medievales o las hojas manuscritas con la información mercantil de los comerciantes italianos en el Renacimiento, marcó una etapa de desarrollo histórico que dejó clara la importancia de la circulación de noticias como mecanismo de regulación, intercambio y entendimiento de las sociedades que comenzaban a organizarse en torno a transacciones comerciales y negociaciones políticas entre los países europeos del siglo XV. Con la aparición de la imprenta, el desarrollo de la circulación informativa evoluciona a una nueva etapa donde el periodismo se torna regular y las publicaciones periódicas toman el relevo de los escribas, juglares y *rapporristi* como

responsables de la transmisión noticiosa. Pero al igual que en la etapa anterior, el énfasis estuvo siempre puesto en la certeza y la exactitud de la noticia como valor de cambio, bien sea que la información circulara de forma pública o bien porque era vendida a un particular interesado en calcular el beneficio de cierta negociación financiera o política. Son los valores originarios del periodismo que quedaron establecidos en sus antecedentes históricos.

Los formatos también fueron evolucionando, gracias a las ventajas tecnológicas que ofrecía el invento de Gutenberg. Ya a finales del siglo XV las hojas sueltas dieron paso a publicaciones de entre cuatro a dieciséis páginas, que por su contenido podían ser conocidas por varios nombres: las *relaciones* que contaban básicamente noticias comerciales, los *libelos* que eran páginas para difundir opinión y propaganda política, y los *canards* que publicaban relatos curiosos. Informar, educar y entretener, como las tres grandes funciones del periodismo que conocemos, comenzaron a delinearse entonces en unas intenciones bastante incipientes y frágiles. La publicación de libelos que se dio a partir de la reforma luterana en el siglo XVI, por ejemplo, fue posteriormente perseguida tras acusaciones por excesos en sus contenidos de opinión. Los poderes civiles y religiosos en Alemania, Francia e Inglaterra censuraron e impusieron castigos y multas a los impresores de libelos, entre los años 1524 y 1570.

Para el historiador Jaume Guillamet (2004: 55), durante el siglo XVI entre los distintos actores sociales, políticos, religiosos y económicos creció el interés por los acontecimientos de la época y, por consecuencia, la demanda de información, preparando el terreno para la definitiva aparición de la prensa periódica un siglo después. No es fortuito que las primeras publicaciones periódicas surgieran en el eje Amberes-Venecia, el mismo en torno al cual evolucionó la técnica de la impresión, se dio la revolución comercial con su consecuente expansión de mercados y ciudades, donde se desarrollaron las rutas de los correos y sus servicios regulares en la transmisión de noticias, determinantes en las luchas políticas de la Reforma luterana y la Contrarreforma.

Muchas razones para que existiera, por natural consecuencia, una importante expansión de la demanda de noticias. Estos primeros periódicos alemanes de 1609 fueron gacetas semanales que derivaron de los avisos y relaciones de noticias en hojas sueltas que ya vimos circularon en los siglos anteriores, pero son el primer esbozo de los periódicos informativos que se desarrollarían posteriormente, al incorporar en sus publicaciones una variedad de noticias concisas provenientes de varias fuentes de los ámbitos gubernamentales o comerciales.

Manuel Vázquez Montalbán (2008: 45), propuso como elemento de análisis historiográfico que el siguiente gran paso evolutivo para el periodismo, luego de haber alcanzado la regularidad que le otorga significado, fue la misión doctrinal que

sostuvo al participar clandestinamente de las guerras religiosas y de la gestación de las subversiones burguesas de los estados europeos. Este carácter revolucionario fue primordial en la gloria alcanzada por la burguesía después de las revoluciones en Holanda, Inglaterra y Francia, lo que le dio al periodismo un estatus relevante e influyente en la formación política de los nuevos ciudadanos que surgirían en los estados nacientes dentro del liberalismo.

Hacia el siglo XVII, los gobiernos europeos como Francia, Holanda e Inglaterra crearon medios informativos para promulgar las políticas de Estado sobre temas sociopolíticos y económicos. Según lo describe Vázquez Montalbán (2008: 47-48), una de las primeras experiencias en este sentido fue la de *Gazzette* de Francia, fundada por Théophraste Renaudot para difundir la política del ministro cardenal Richelieu durante el reinado de Luis XIII, sobre todo en torno a los asuntos políticos y militares. Rápidamente, este modelo de prensa fue imitado en otros países europeos, constituyéndose un grupo genérico en torno al concepto de gacetas para nombrar a estos periódicos de noticias de las monarquías y los regímenes políticos de la época. En el caso de la *Gazette* francesa, su impacto se mide en relación a la centralización y homogenización de las publicaciones en función de garantizarle el control absoluto de la información y la expresión cultural del pueblo francés, sobre todo al sucesor de Luis XIII, el Rey Luis XIV, quien acuñó una forma particular de entender el ejercicio del poder supremo a partir de la frase “el Estado soy yo”. (Guillamet, 2004: 59)

La versión inglesa, *London Gazette*, como periódico oficial monárquico nace en 1660 a partir de una ley que imponía la autorización previa de las ediciones y la censura de sus contenidos. Unos años antes, en 1644, el filósofo John Milton ya discutía a través de hojas clandestinas sobre la necesidad de defender la libertad de expresión como un derecho fundamental del hombre y del ejercicio de su ciudadanía. Aún así, pasaron muchos años, hasta que en 1693 la Cámara de los Comunes decidiera levantar la ley de autorización y censura previa.

La prensa libre comenzó en Inglaterra (Guillamet, 2004: 64) y fueron sus colaboradores más comprometidos, entre otros, los escritores Daniel Defoe y Jonathan Swift quienes publicaban sus ideas en numerosos panfletos y hojas sueltas de gran contenido político que, sin embargo, no se consolidaron como periódicos de larga duración. Fue el *Daily Courant*, sin embargo, el periódico editado por Samuel Buckley que rompió con esa tradición efímera, al circular entre los años 1702 y 1735. Aunque tal vez no sea esta su característica más relevante, no más que el hecho de ser el primer diario en aceptar la separación entre información y opinión, al proponerse simplemente el dar noticias de manera imparcial y solo ofrecer los hechos tal como ocurriesen, otorgando al público la potestad de discernir y reflexionar sobre las informaciones leídas en procura de sus propias conclusiones. Nace aquí la doctrina de la objetividad, la que le daría al periodismo anglosajón un perfil particular y reconocido dentro de la historia social de la prensa escrita. La noticia, según Buckley, debía escribirse sin prisas, más bien con el tiempo necesario para su verificación

previa a su publicación. Cualquier otro modo, creía este editor, era imperfecto, producto del rumor.

Una imagen de la prensa inglesa fue la que se reflejó posteriormente en su colonia más preciada, Estados Unidos de América, país donde sus republicanos y federalistas debatieron profundamente para conseguir en 1791 la llamada Primera Enmienda –se refiere a la Constitución Federal de 1789- que reza que “el Congreso no hará ninguna ley que restrinja o coarte la libertad de expresión o de prensa”. Un siglo después, luego de un proceso intenso de alfabetización en el que la prensa jugó un papel determinante, en esta nación compuesta entonces por 13 estados se publicaban 17 diarios y 200 periódicos que imitaban muy bien el modelo de los ingleses, pero que incorporaban un lenguaje directo y violento que con el tiempo caracterizó al periodismo estadounidense.

Llegado el siglo XIX, alcanzar un régimen de libertades era la meta a lograr para la consolidación y posterior desarrollo del ejercicio periodístico en países como Francia, Inglaterra y Estados Unidos. La evolución del periodismo en estas tres naciones, indica el historiador José Sánchez Aranda (2004: 77), sirvió de referencia para el resto del mundo, a pesar de que cada una de estas experiencias manifestó procesos bien particulares dentro de contextos sociopolíticos únicos.

En la Inglaterra del siglo XVIII, por ejemplo, el control que los poderes burgueses hacían de la prensa pasaba por el cobro de altas tasas que autorizaba el derecho a publicar páginas noticiosas. Pero en 1792 se aprobó una especie de acuerdo jurídico de trascendencia social: llamado *Libel Act*, se restringían las prácticas periodísticas en los libelos y se determinaban las condiciones para abrir procesos judiciales a los periodistas que los publicara. A cambio, el acuerdo instauró la libertad de prensa, aprovechada al máximo por los editores para sacar a la calle periódicos de alta calidad noticiosa, pero con grandes dificultades económicas en su producción, ya que los impuestos a pagar eran altos e insostenibles en términos de precios de venta y de pautas publicitarias. Una mordaza financiera que, sin embargo, no impidió que la prensa inglesa llegara a las primeras décadas del siglo XIX con una importante variedad de publicaciones e incorporaciones técnicas que la hizo relevante en el panorama europeo de la época.

Francia, por lo contrario, vivió un fuerte retroceso en relación a la libertad de prensa alcanzada gracias a la revolución de 1789. Al sentirse amenazado por factores externos, el gobierno jacobino persiguió a los periódicos que les resultara opuestos, lo que le dio a Napoleón la idea de dominar la prensa como medida para garantizar su régimen autoritario. Aunque no negaba la libertad de prensa de una manera abierta, en la práctica la restringía de manera efectiva a través del uso de la censura y la autorización previa, la cual reinstauró en el año 1800, causando una merma

significativa en la circulación de periódicos políticos: de 60 de ellos que se publicaban en París en 1799 solo sobrevivían cuatro en 1811. (Sánchez, 2004: 78)

El caso de Estados Unidos es el de una nación que, una vez lograda su independencia, creció y se desarrolló en la existencia de una amplia libertad de prensa. Ya se ha señalado que la Primera Enmienda a su Constitución aseguró, desde un principio, la garantía que permitiría el auge y proliferación de proyectos editoriales noticiosos. Tampoco prosperaron las iniciativas de tasar la actividad periodística con gravámenes a los anuncios publicitarios, tal como se intentó en 1776 en el estado de Massachussets. Por lo contrario, como política económica de incentivo, entre los años de 1782 y 1792 se redujeron las tarifas postales a cualquier impreso educativo o informativo, lo que ayudó a difundir y propagar la necesidad de la prensa en todo el país.

Otra etapa significativa en la evolución histórica del periodismo se evidenció cuando el ejercicio doctrinal que se manifestó como canal o medio difusivo de las ideas que propiciarían las guerras de religión y la sublevación burguesa de la Europa del siglo XVII, con su respectivo ámbito de influencia en el pensamiento y actuación de una mayoría que aumentaba en proporción directa con la alfabetización alcanzada dentro de las sociedades, se trasladó a la instauración del periodismo informativo que, tal como lo entiende Vázquez Montalbán (2008: 45), proviene de la generalización del comercio, el auge de la colonización de las naciones europeas más desarrolladas,

el industrialismo y su progreso técnico, aspectos que facilitó el acceso a la noticia e propició su necesaria transmisión.

Este salto significativo fue favorecido por el impulso que dieron los avances tecnológicos de la época. La impresión de periódicos y revistas fue, poco a poco, especializándose y marcando diferencias con los procesos editoriales del libro. El objetivo estaba puesto en la transmisión rápida y oportuna de las noticias al público que las esperaba ya como una necesidad básica. Para ello, la prensa debía desarrollar una maquinaria propia que le permitiera la elaboración y posterior difusión de mensajes actuales en sintonía con los lectores. Se trataba de publicaciones aun pequeñas, en relación al número de páginas que, en el mejor de los casos, no sobrepasaba las 16 páginas, pero que a cambio tenían que reproducirse de manera rápida y en tirajes grandes.

Estos requerimientos básicos impuso a las imprentas reglas firmes que les permitieran acelerar los procesos de producción. Las maquinarias de impresión tuvieron entonces que adaptarse. En 1814 por ejemplo, los responsables de imprimir el diario *The Times* londinense incorporaron el vapor a sus maquinarias para hacerlas más rápidas, también para cambiar la tracción manual por una automática y lograr de este modo hacer más copias impresas en menos tiempo y con ahorro en participación humana dentro del proceso de impresión. Otra innovación la lograron en 1816 Koenig y Bauer al idear un sistema de retirado que permitió la impresión simultánea

de las dos caras del pliego de papel. En lo sucesivo, los avances tecnológicos no se detendrían hasta alcanzar el cometido: para 1866 en Francia circulaban periódicos impresos en una media de entre 12.000 y 18.000 ejemplares por hora. (Sánchez, 2004: 82)

Otro elemento técnico de avance importante en el impulso del periodismo informativo fue la incorporación del elemento gráfico, lo que determinaría el valor visual del proceso comunicativo en torno a la noticia. Sin grandes presunciones tipográficas y sobriedad en la diagramación por columnas corridas, todavía a mediados del siglo XIX los periódicos tenían la apariencia típica de los libros. No ocurrió así con las revistas, en cuya realización ya se utilizaba la litografía hacia 1797 para la reproducción de dibujos y caricaturas, estas últimas de gran popularidad si de contenido político se trataba. Las revistas más famosas de la época, *Caricature* y *Charivari* de Francia, así como *The Punch*, comenzaron a circular entre 1830 y 1841 como publicaciones que tenían en las caricaturas de corte político su atractivo principal. A partir de estas, la prensa ya no se leería igual: el valor comunicativo de la imagen era sopesado por el lector no solo como un complemento de la noticia sino como un elemento informativo de importancia y estimación propia.

Pero quizás el más relevante de los avances tecnológicos experimentos por el periodismo naciente en el siglo XIX, fue la aparición de telégrafo y su participación en los cambios sustanciales del modo de transmitir noticias. Una señal que pasó a

circular a través de cables eléctricos dejó atrás todos los inconvenientes en la travesía de informaciones a través de los campos transversos de la geografía europea o americana. El invento de Morse permitió el establecimiento en 1837 de una red telegráfica en Estados Unidos y posteriormente en los países más desarrollados, seguidos de la conexión entre países y luego entre continentes, logrado finalmente hacia 1866 (Sánchez, 2004: 84).

Se transforma con ello la economía de la transmisión noticiosa y, por consecuencia, se impulsa el establecimiento de nuevos acuerdos, incluso jurídicos, dentro del funcionamiento económico y político de las instituciones nacionales. Las redes que se establecieron, primero terrestres y luego submarinas, permitieron un sistema de comunicaciones inédito que facilitó la difusión del relato de los acontecimientos a apenas horas de haber ocurrido al otro lado del mundo. Desde gobiernos hasta compañías comerciales podían enlazar puntos de interés económicos y políticos en cualquier lugar del planeta, con lo que subyace aquí el germen de la inmediatez como uno de los atributos más importantes de la noticia llegado el siglo XX.

A pesar de los controles y tributos fiscales que se les imponía, el siglo XIX fue el tiempo de la prensa política, realizada con el objetivo de defender las posturas particulares y propagación de sus ideales de los partidos, interviniendo activamente en agitaciones y luchas en la vida política de la época. Pero era básicamente una

prensa burguesa y en ocasiones clandestina, ya que las fuertes restricciones económicas impedían a los grupos sociales distintos, su abordaje y producción en términos de productos periodísticos.

Pero también fue el siglo XIX el del nacimiento de la prensa noticiosa, dirigida a ofrecerle al público lo que más le interesaba: narraciones cercanas y afines a sus existencias. Este tipo de prensa se cuidó muy bien de establecer alianzas con ningún grupo, ya que solo desde la independencia podría realizar bien su tarea. Independencia que no siempre era fácil de alcanzar, gracias a que una de las fuentes de información más importantes era la gubernamental. La solvencia económica también era necesaria para mantenerse por sus propios medios, sin tener que recurrir a pactos con grupos económicos y/o políticos que patrocinaran sus publicaciones.

Las características de la prensa noticiosa se describen en cuatro elementos importantes. El primero de ellos habla de que ciertamente esta era una prensa política, toda vez que se hacía con el fin de educar a la ciudadanía sobre las nuevas formas políticas y cómo se convivían en ellas para la construcción de una sociedad distinta. El segundo de los elementos determina que, no obstante, no fue una prensa partidista, ya que la atención se centraba en lo informativo relacionado a todo lo que implicaba cierto interés humano, con el cuidado puesto en la presentación de las noticias de una manera atractiva y de fácil lectura. El tercer punto fue que estas publicaciones eran más baratas que los periódicos usuales lo que las hacía más accesibles a muchos más

lectores. Se lograba a partir del abaratamiento de los costos por unidad a través del aprovechamiento de las novedades técnicas y la ampliación del tiraje, así como al aumento de los ingresos por ventas publicitarias. El resultado final, como último elemento característico, el consumo de periódicos populares en sus contenidos y sus modos de distribución. El periodismo ganó fama, entonces, de ser un factor de interés en el público que lo buscaba y consumía con una avidez importante en cuanto tenía para informarle, educarle y entretenerle.

Aunque sea una metáfora un tanto engañosa, podría decirse que el periódico político fue el representante del liberalismo revolucionario, que intentaba hacerse con el poder, mientras que el periódico de noticias lo fue del liberalismo conservador, instalado en el poder. (Sánchez, 2004: 87)

Desde entonces al periodismo se le asignó un papel de mediador político de gran impacto y lo ha cumplido en la medida que las sociedades han sabido exigirlo. En los años finales del siglo XIX el periodismo inició cierta relación ambivalente con los poderes gubernamentales, aquellos que negociaban el apoyo al crecimiento de la prensa en cuanto esta le sirviera como instrumento útil en el proceso formativo de la ciudadanía a la que se debía. La entrada del siglo XX resultó, entonces, el tiempo perfecto para que la prensa se desarrollara como referente vital en los procesos sociales, políticos, económicos y culturales, signados por la constitución de las democracias en varias partes del mundo, la creciente urbanización de los centros

sociales y políticos, la mejoría de la calidad de vida y en los niveles culturales y educativos de los ciudadanos.

La búsqueda de identificación

El periodismo se asienta a partir de la consolidación de un modelo capitalista para la prensa que basaba la construcción de sus productos en las innovaciones técnicas: posibilidad de imprimir en menor tiempo un mayor número de ejemplares, capacidad de presentar contenidos diferenciados en formatos más atractivos con uso del color, la composición de títulos llamativos, la posibilidad de acompañar los textos con fotografías y gráficos. La prensa escrita reinó entonces sin competidores cercanos, ya que habría aun que esperar algunos años a la aparición de la radio y la televisión para compartir la hegemonía en la producción y transmisión de información entre las audiencias.

Para el historiador José Javier Sánchez Aranda (2004: 100-101) este contexto resultó ser un caldo de cultivo ideal para la aparición del periodismo que denuncia, defiende al público, realiza campañas políticas desde una perspectiva propia e independiente, pero que a la vez permitió que los gobernantes comenzaran a usar los medios de comunicación para contactar a los ciudadanos y conocer de sus necesidades y expectativas. Es ejemplar el caso del presidente estadounidense

Theodore Roosevelt, primero en organizar y ofrecer ruedas de prensa para informarse e informar a sus conciudadanos.

Así como el periodismo profundizó su rol formativo de ciudadanía, también lo popularizó a través de una forma particular de presentación de informaciones: la prensa sensacionalista y su precursor Joseph Pulitzer, a quien le preocupó idear un modo de hacer llegar el periodismo a un gran número de lectores que aun se mantenían alejados de la prensa. Su modelo se caracterizó por el bajo de precio de los periódicos, la utilización de un lenguaje sencillo fácil de comprender por las mayorías, una diagramación atrayente y uso de grandes titulares que rompieran con la monotonía habitual, la conexión permanente con el lector y sus necesidades, la noticia provocada y una preocupación constante por mejorar y evolucionar los elementos informativos de las publicaciones periodísticas.

Este modelo resultó exitoso en cuanto se relacionó con su público de un modo determinante. La búsqueda de Pulitzer por lograr una identificación estrecha con sus lectores lo condujo a defender los derechos ciudadanos y ser vocero de sus intereses. Por ello sus periódicos profundizaron en un estilo de hacer periodismo basado en la indagación de contenidos de interés humano que atrajera a un público más amplio del conocido hasta ese entonces, con informaciones muy cuidadas y pensadas para hacerlas atractivas a muchos lectores a la vez. En sus ediciones diarias se podían leer denuncias sobre el trato injusto a grupos sociales minoritarios, en especial por los

problemas y los maltratos recibidos por los inmigrantes que llegaban a Estados Unidos provenientes de Europa, igual que llamados de atención por las malas condiciones de salubridad en comunidades poco desarrolladas, entre otros temas de interés para el gran público. Si para lograrlo tenía que forzar la noticia hasta convertirla en un elemento agitador, el fin último relacionado a las reivindicaciones sociales de los ciudadanos lo justificaba. Por encima de todo, Pulitzer defendía la verdad como principio básico de los derechos ciudadanos.

Lo negativo fue, no obstante, que este modelo fue tomado por otros empresarios de la prensa para elaborar productos periodísticos sensacionalistas no siempre regidos por el valor de la verdad. El periodismo amarillista de William Randolph Hearst fue un ejemplo de esta desviación de propósitos, definido en la historia como un periodismo sin alma ni ética, donde el principio de provocación de la noticia propuesto por Pulitzer fue llevado a extremos no deseados de inventarla si era necesario y conveniente a los objetivos del medio en términos de ganancias financieras y de la adquisición y ejercicio del poder político.

Es relevante el antagonismo que se evidenció entre estas dos interpretaciones del modo sensacionalista de plasmar el proceso de recopilación, redacción y transmisión regular de noticias, en cuanto tuvo un fuerte impacto en la formación del público consumidor de periodismo. Ambas experiencias alcanzó un gran número de seguidores y la historia demostró, en este asunto, como el morbo y la curiosidad

también movilizan al consumo noticioso a partir de contenidos polémicos cargados de emociones e impresiones humanas de cuestionables naturalezas.

El siguiente paso importante que dio el periodismo de fin de milenio fue el de la especialización por fuentes noticiosas. Agotada la fórmula sensacionalista en la tarea de atraer lectores y mantenerlos informados en los temas significativos y relevantes, el periodismo especializado fue el paradigma para la definición de una propuesta de prensa de calidad que ofreciera no solo la narración de las noticias sino también la interpretación sobre sus causas y consecuencias, colocando el énfasis en el análisis del cómo estas podrían impactar en el bienestar y sustento social de los ciudadanos lectores.

Uno de los primeros periodismos especializados fue el económico. La importancia que la información económica fue ganando entre los lectores de periódicos, incluso a finales del siglo XIX, estaba relacionada al conocimiento oportuno de los indicadores financieros en relación a qué se podía esperar de los movimientos bursátiles, de la producción de los distintos campos, del movimiento continuo entre la oferta y la demanda de bienes y servicios, que le permitiera al público la toma de decisiones acertadas en sus cotidianidades sobre sus economías personales. El londinense *The Financial Times* y el estadounidense *The Wall Street Journal* son dos de los diarios pioneros que todavía hoy marcan pautas referenciales en el periodismo económico mundial.

Al económico, siguieron otros grandes temas de interés del público que permitió la diversificación de la prensa en cuanto a sus contenidos: deportes, política, internacionales, cultura y entretenimiento, entre otros. Al especializarse el negocio de la prensa, el oficio tras la noticia dio un salto importante en la profundización y conocimiento de las distintas clasificaciones de fuentes informativas. Un público seguidor llegaba a saber tanto de un tema como el periódico que leía para enterarse de las noticias relacionadas. El periodista, entonces, también debía ser “especialista” en la información que lo ocuparía o, de lo contrario, quedar rezagado en el campo de influencia entre sus lectores, medida tradicionalmente en términos verticales a partir de índices de lectoría y ventas. Este modo de relacionarse el periodismo con sus lectores cambiaría con la digitalización de la noticia y la transformación significativa del consumo por parte de las audiencias.

El periodismo en la red Internet, en el tiempo transcurrido por la última década, ha evolucionado en tres generaciones análogas al desarrollo de las tecnologías informáticas. Es así como ya se habla de Periodismo 1.0, correspondiente a la primera etapa en que los contenidos tradicionales se vaciaron o adaptaron en el universo de la World Wide Web, desarrollada en el primer lustro de la década de 1990. El periodismo 2.0, que vio su evolución entre los años 1995 y 2000, se contrasta con su antecesor por la creación de contenido pensados especialmente para la red y todas sus posibilidades: hipertexto, multimedia, contexto, etc. Hasta llegar al

Periodismo 3.0, ideado como mecanismo de socialización, de democratización del uso de la información.

Algunos autores se han preguntado:

“¿Qué ha ocurrido? Simplemente, la era de la mediación se ha acabado. Los ciudadanos quieren hablar de tú a tú con quienes los informan. Y demandan lo mismo a los poderes y a las instituciones. El Periodismo 3.0 es activista, busca la complicidad y la movilización, es un movimiento radicalmente democrático inseparable de la llamada Política 3.0, definida como el sistema operativo de la globalización. Es la política de la sociedad red, donde las comunidades virtuales se erigen en filtro social, político y de conocimiento. Me fío de mis iguales, no de los poderes, institucionales o fácticos.” (Varela, 2005)

Encontramos, entonces, el desarrollo de medios digitales creados a partir de este nuevo paradigma. *Oh my news*, un periódico digital coreano, es una de estas primeras experiencias particulares. Bajo el eslogan “cada ciudadano, un reportero”, su creador, Oh Yeon Ho, pretendió cambiar el periodismo de un modo de distribución de “poco-a-muchos” a un modelo de “muchos-a-muchos” (Smith, 2005). El diario tiene más de 30 millones de lectores y cerca de 65.000 “reporteros ciudadanos” en todo el mundo, personas que informan desde sus localidades y desde sus perspectivas los acontecimientos que los rodean y puedan ser de interés mundial, sin mediación previa ni conocimiento anterior de los principios y técnicas propias del periodismo. Las

notas o trabajos informativos se clasifican según el número de visitas y descargas y sus autores reciben un pago por colaboración en relación al éxito obtenido en términos de lectura y comentarios posteriores.

Ya desde hace algún tiempo se define al periodismo ciudadano, o periodismo 3.0, como una nueva forma de interacción entre la información y el público que la recibe. Sus defensores tratan de describirla como un modo de democratizar el proceso comunicativo, asentando sus argumentos en las críticas frecuentes que reciben los medios tradicionales en relación a sus niveles de credibilidad y los compromisos que obtienen con los variados estamentos del poder económico y político, entre otros, que los alejan del concepto de interés público y los coloca en la mira de la desconfianza.

Hay inclusive quienes sentencian crudamente: “Si los medios no cambian, morirán”. Así lo cree, por ejemplo, Bill Kovach, presidente del Proyecto para Excelencia Periodística de la Universidad de Harvard, quien al evaluar el fenómeno de la *weblog* y su incidencia en el establecimiento de medios de comunicación alternativos, establece los lineamientos de lo que podría convertirse en una carrera hacia la atención del público, con periodistas y ciudadanos informantes corriendo por carriles distintos. “Pero también cambiarán los blogueros, los que quieran retener influencia tendrán que ser más competentes en producir información factual, no sólo meros argumentos emocionales”, sentencia Kovach (citado en Varela, 2005).

La existencia y auge del fenómeno descrito como periodismo ciudadano, pone en el tapete algunas variables por resolver ¿Es el llamado periodismo ciudadano o 3.0 un ejercicio de democratización de la comunicación y la información por parte de la audiencia? ¿Cómo se define la relación de la audiencia y la agenda noticiosa que pautan los medios tradicionales y que se expresa en comentarios y debates de opiniones que circulan a través de los chats y foros? ¿Cuáles son las características de las mediaciones y las formas de recepción e intercambio de mensajes, a partir del uso de la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, como rasgos característicos del periodismo en la red? ¿Es posible el establecimiento de una agenda noticiosa realmente planteada por la audiencia y el periodismo ciudadano difundido por Internet su modo ideal de transmisión? ¿Se pueden ejercer las mismas prácticas comunicativas que propone el periodismo 3.0 fuera de la red?

Una clave en la resolución a estas variables problemáticas, parte de la comprensión de que los modelos ciudadanos y periodísticos son construcciones históricas venidas de las relaciones experimentadas entre las noticias y las audiencias a partir de contratos sociales de beneficios mutuos. Repetimos, no es en vano que tienen una progresión evolutiva con características similares. Veámoslo en perspectiva a partir de la progresión histórica del concepto de ciudadanía.

Derechos, deberes... libertades

El concepto nació en Grecia. Al principio solo beneficiaba a una elite, hoy su campo de acción es más amplio y marcha hacia la idea de ciudadanía universal, la cual se extiende más allá de las diferencias nacionales, religiosas o culturales. Se desarrolla en el ámbito de lo democrático y ha pasado de un esquema vertical a otro horizontal donde ya las identidades no se heredan de modo automático, sino que se articulan en cada individuo de forma reflexiva (Horrach, 2009: 1).

Ciudadanía se entiende como el principio democrático que busca una repartición igualitaria de derechos y deberes entre los miembros de una sociedad. Si bien ciudadanía y democracia son dos conceptos separados y particulares, la existencia de uno no se entiende sin estar el otro. Ambos se transforman constantemente pues son activos y dinámicos.

Es en la Grecia ateniense en donde la idea de la participación del pueblo en los asuntos públicos de interés común se fue perfilando en la construcción de una idea primaria de ciudadanía. El pueblo estaba constituido por sujetos políticos, pensantes, reflexivos y altamente subjetivos. En tal sentido, las jerarquías atenienses debían regularmente dar cuentas a los ciudadanos y estos aprobar, sobre todo los asuntos de gobierno y sus consecuencias para el pueblo, ya que cada uno de sus individuos tenía una importancia particular a la hora de garantizar el buen funcionamiento del Estado.

La libertad de expresión es un invento de los atenienses. La llamaban *parresía* y fue ideada como principio de participación democrática al garantizarle a cada ciudadano la manifestación abierta y sin limitantes de sus ideas y opiniones frente a la Asamblea, a la que tenían derecho de poder asistir como espacio de confrontación y debate de los asuntos públicos que representaba la base del modelo ciudadano ateniense. Pudo ser perfecto, de cara al concepto democrático que conocemos hoy, pero ese modo horizontal de hacer política, cuyos lineamientos eran propuestos por el pueblo y administrado por los poderes del Estado, no era para todos: mujeres, extranjeros y esclavos estaban excluidos de la categoría de ciudadanía al no poseer derechos civiles.

El *zoon politikon* de Aristóteles, es la primera aproximación filosófica al concepto del ser ciudadano que la historia recoge como intento de definir al sujeto que piensa y actúa desde sus derechos y deberes civiles y políticos, en el seno de su comunidad. El hombre era ciudadano en cuanto hacía de la convivencia con otros una necesidad y se sujetaba entonces a unas reglas éticas y morales que le permitía vivir en estado de derecho.

Y todos los ciudadanos en conjunto debían velar por la seguridad de la *polis*. Por ello era un ejercicio responsable participar en la administración de la justicia, las magistraturas y en la ejecución de las políticas. El sistema de democracia, según

Aristóteles, podía ser perfecto, salvo por los ciudadanos mediocres que, al carecer de preparación intelectual y moral, todo lo estropeaban en la práctica ciudadana.

Este no fue el único modelo griego. En Esparta se maduró otra forma de entender la ciudadanía, basado en un régimen conquistador que centraba sus bases en las virtudes guerreras y militares como lo más importante en sus ciudadanos. El sistema político, social y económico, a diferencia del ateniense, es de carácter elitista, siendo los *espartiatas* o militares los que ostentaban la condición de ciudadanos, quienes podían presentarse a la Asamblea y Consejos de Ancianos a participar en la elaboración de políticas, como también debían cumplir con las obligaciones de defender a la *polis* y acatar labores de gobierno.

Los *espartiatas* no trabajaban, para eso tenían a los esclavos o *hilotas*. A cambio, eran sometidos a crueles entrenamientos militares que les permitía alcanzar cierta categoría de casta guerrera que, para Esparta, era una condición de honor. Era virtuoso aquel guerrero que se desempeñara bien en el campo de batalla y le era leal a su pueblo. El bien común estaba por encima de la gloria individual y los ciudadanos espartanos tenían el deber de velar por el orden y la estabilidad de su *polis*. El modelo, en este caso, fracasó no obstante por ser un sistema que hacía de los privilegiados una casta social no proporcionada en relación al resto del pueblo. Bien lo decía Aristóteles: el espartano no es un modelo que permita la convivencia ciudadana.

Otro modo de entender la ciudadanía en la Antigüedad fue la desarrollada en Roma. La amplitud de la ciudadanía a todos los romanos, vivieran en la península o no, fue una de sus formas fundamentales. Sin embargo, los códigos legales por lo cual se regía el ejercicio de derechos y deberes civiles y políticos tenían distinciones de privilegios entre los habitantes de la ciudad imperial y los de los territorios conquistados. Los esclavos podían llegar a alcanzar la condición de ciudadanos, igual que los nativos de los pueblos sometidos.

La condición ciudadana, para los romanos, es una cuestión patrimonial. Por vía paterna, cada hijo nacido de un ciudadano hereda tal condición. Existía un registro para todos los ciudadanos y cada cual poseía un certificado de ciudadanía que le garantizara el amparo de las leyes romanas y el ejercicio de un conjunto de derechos implícitos en la condición: votar, poseer un escaño en la Asamblea y poder convertirse en magistrados, entre los políticos, y casarse con alguien que perteneciera a su vez a una familia ciudadana y negociar con otros ciudadanos, entre los derechos civiles. El ciudadano romano tenía el deber, por otra parte, de prestar servicio militar y pagar los impuestos tasados con ciertos privilegios.

Para los romanos, ser ciudadano era un asunto de prestigio, a pesar que la influencia ejercida en el campo político era restringida. El reconocimiento venía más por lo social que por cualquier verdadero impacto en el quehacer sociopolítico de la sociedad imperial. A cambio, sin embargo, se favorecía la expansión de la ciudadanía

a todos los territorios lejanos a la ciudad imperial que, por el logro de sus conquistas, formaban parte de la distribución sociopolítica del Estado romano en su amplitud más vasta.

La madurez del concepto que rige el conjunto de derechos y deberes en la Roma imperial se obtuvo con la Constitución Antoniana del año 212. Uno de sus fundamentos más importante extendió la ciudadanía a todos los habitantes libres del Imperio, con todos sus derechos civiles alcanzados. Con tal decreto el concepto ciudadano de los romanos se libraba de su principio elitista de origen. A partir de entonces, la ciudadanía romana tenía un alcance universal, ya que ellos estaban convencidos que habían llegado con sus conquistas al centro del mundo conocido. El proyecto de ciudadanía universal impulsado por el estoicismo político, en su rama romana, se expresó como un asunto cosmopolita.

A pesar de los niveles altos de madurez logrados por la noción ciudadana en la antigüedad greco-romana, desaparece en la práctica durante los años de la Edad Media, a razón del control asfixiante de la iglesia en todos los asuntos sociales, políticos y culturales de los pueblos conquistados. No fue sino en el siglo XV que vuelve a aparecer. En el Renacimiento de los *fogli a mano*, ciudadanía era una condición alcanzada al poseer una propiedad privada en cualquier ciudad. De esta manera, tan solo bastaba adquirir un inmueble para convertirse en ciudadano. A partir

de este momento podía elegir a los asambleístas y a los miembros de los Consejos de Estado.

El siguiente paso evolutivo se registra en el siglo XVIII, como secuela del movimiento de la Ilustración. El concepto de ciudadanía se revigoriza a partir de las prácticas políticas y por las revalorizaciones de los derechos civiles de los individuos nacionales. Fueron definitivas las influencias que en ello tuvieron las revoluciones americana de 1776 y la francesa de 1789.

La declaración de independencia de los Estados Unidos en 1776 fue determinante en el surgimiento de un modelo republicano de ciudadanía, a partir de su Constitución del año 1789. Ya sabemos que la libertad de expresión y de prensa se garantizó en la Primera Enmienda de 1791, al igual que otros derechos ciudadanos: el voto y la posibilidad de ocupar cargos públicos, aunque estos estaban restringidos a quienes ostentaban propiedades privadas. En tal caso, el interés estaba puesto en el principio de representatividad política de los grupos civiles. Solo los esclavos y las mujeres estaban excluidos. Sus líderes políticos, entre ellos Thomas Jefferson, Benjamín Franklin y Jhon Adams, estaban influenciados por las ideas de Nicolás Maquiavelo y Jhon Locke en cuanto a los alcances de los derechos ciudadanos.

La revolución francesa, a cambio, bregó por un ideal de soberanía popular, con énfasis en el ejercicio directo de la democracia (Horrach, 2009: 12). Jean-Jacques

Rousseau, y sus ideas en torno a la voluntad del pueblo y la movilización de las mayorías, fue el gran ideólogo del modelo ciudadano francés. Junto con el inicio de la revolución, en 1789, se decretó la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano, que se resume en la igualdad de todos los individuos ante la ley y la libertad de expresión. Si Internet hubiese existido en esta época revolucionaria, donde la igualdad y la libertad fueron ejes de articulación social, sin duda el fenómeno del periodismo ciudadano también habría surgido al poner a disposición la difusión y consumo de noticias relacionadas a los movimientos políticos y sociales del proceso de emancipación ante la monarquía de Luis XVI. Claro, la historia salva las distancias y coloca tres siglos más adelante la aparición de esta práctica democratizadora de la relación comunicativa. Muchos elementos de la idea ciudadana tenían aun que madurar para que el periodismo hecho por las audiencias ocurriera.

Es de este modelo francés, gracias a las ideas de Emmanuel Joseph Sieyès, el origen de la distinción entre ciudadanía pasiva, aquella que engloba los derechos naturales y civiles de todos por igual, y ciudadanía activa relativa a los derechos políticos, de la cual estaban excluidas las mujeres y que se relaciona al voto y a cierto sistema de cobro de impuestos que le daba una condición económica al ejercicio restringido de elegir gobernantes y representantes legislativos. Maximilien Robespierre, quien primero se manifestó en contra de esta división entre ciudadanos activos y ciudadanos pasivos, pues la consideraba contraria a la igualdad garantizada en la Declaración de Derechos, introdujo más adelante otra variante restrictiva al

presentar el atributo de virtud cívica que hacía que unos ciudadanos eran políticamente más justos que otros. Los que clasificaban como injustos, en castigo por su actuar fuera de la norma virtuosa, fueron sentenciados a la guillotina. Era de Robespierre la frase: “la virtud, sin la cual el terror es funesto; el terror, sin el cual la virtud es impotente” (Heater, citado en Horrach, 2009: 13).

Cuestión de modelos

Si bien el proyecto liberal de construcción social fue siempre disconforme e impulsador de grandes desigualdades económicas para grandes sectores de las sociedades que lo siguió, el concepto de ciudadanía llega a la modernidad como un producto del pensar y actuar de este modelo, salvo en algunos casos venidos del enfoque socialista que no concibe ciudadanía a partir de ámbitos de libertades e igualdad. Lo mismo descubrimos al revisar la evolución histórica del periodismo, entendido éste como un ejercicio social que tiene como sustento primordial la libertad de expresión y de prensa en un esquema de principios que procura la transmisión igualitaria de informaciones noticiosas con una necesaria regularidad e intentando dar respuestas interpretadas a incontables situaciones reales en la que el público se encuentra inmerso. Lo recoge la siguiente sentencia de Gorka Moreno (2007: 4): “En consecuencia, queda meridianamente claro que desde el principio libertad, igualdad y ciudadanía van a ser la misma cara de una misma moneda: la modernidad, siendo la ciudadanía el eje.”

Los estudiosos del tema ciudadano coinciden en entender que el aporte de Thomas Humphrey Marshall, a mediados del siglo XX, radica en el entendimiento del concepto ciudadanía a partir de un conjunto global de derechos y deberes en los planos civiles, políticos, sociales y económicos, basados en los elementos básicos introducidos en el siglo XVIII por la revolución francesa. La universalidad ciudadana, según lo propuso este sociólogo inglés, se alcanza tan solo a partir del ejercicio libre de estos derechos en igualdad de condiciones para todos los miembros de una sociedad. Y para ello el ciudadano ha de ejercer dentro de un territorio correspondiente a su nación. Así, ciudadanía, soberanía y nacionalidad van juntas en todos los modelos de práctica ciudadana que han surgido a partir de la definición teórica propuesta por Marshall.

La propuesta de análisis de T.H. Marshall tiene también un fuerte componente histórico, de interés en la presente revisión evolutiva del concepto y su correlación en el campo de periodismo. Así, mientras el siglo XVIII es para el teórico el siglo del establecimiento de los derechos civiles, que tienen como bandera los relacionados a la libertad de expresión, de culto y de asociación, el siglo XIX fue básicamente un tiempo para definir los criterios de participación política de los ciudadanos, tanto en su vertiente pasiva, es decir el derecho a votar, como en la activa o el derecho a ser votado (Moreno, 2007: 6).

Asentados los cánones civiles y políticos, durante el siglo XX las sociedades liberales transcurrieron terrenos definitivos en lo social, como logros alcanzados por los ciudadanos en términos de garantías y seguridades en la vida y en el trabajo, en el establecimiento de condiciones dignas para la existencia tanto individual como colectiva. Se definieron los derechos al trabajo, en condiciones y con salarios dignos, al descanso, a iguales condiciones de acceso a la educación y a la información, a los servicios de salud, a la protección de los niños y adolescentes frente a todo tipo de abusos y a la participación de la vida cultural de las sociedades, entre las más importantes. Según Marshall, serían estos los derechos básicos fundamentales que proteja a los individuos de las desigualdades del mercado económico, ofrecidos a partir de la idea del Estado como proveedor de bienestar y redistribución equitativa.

A los tiempos actuales, que corren en terrenos donde quienes tradicionalmente debían esperar por el producto periodístico para satisfacer la necesidad de estar informado pero que ahora construyen y ponen a circular contenidos noticiosos, se llega con la presencia de tres modelos básicos de ciudadanía contemporánea. El liberal, el republicano y el comunitario son tres maneras que se han configurado en la historia sociopolítica reciente.

En el liberal, la libertad se entiende por la no dominación del Estado en la voluntad del ciudadano. La moral se reserva al ámbito privado, ya que el público solo sirve para establecer la esfera de lo legal. Aquí se privilegia, por encima de todo, los

derechos individuales y el Estado debe instrumentar los mecanismos para que se cumplan sin interferir en ellos. La participación política viene dada por la representatividad puesto que el ciudadano, en posición pasiva, cede la defensa de sus intereses a individuos de una clase profesional especializada en la política, elegidos por la mayoría. Lo público y lo privado se distinguen como dos ámbitos diferenciados y el Estado es neutral en asuntos particulares relacionados a la moral y las prácticas socioculturales.

En el modo de ciudadanía republicana, la libertad es tal en la medida que el individuo desarrolle sus intereses sin contraponerlos con lo público. Para ello, se educa al ciudadano en la idea de construir y mantener las virtudes públicas, cuyas normas y valores son revisados permanentemente entre todos mediante la deliberación de sus implicaciones. Pone el énfasis en la igualdad, más que en la libertad, como principio que permite la corrección de todas las disparidades manifiestas. La característica deliberativa de este modelo permite la participación en la discusión pública, con el fin de interactuar y mantenerse informado en el debate propuesto.

Mientras que en el tercer modelo se coloca a la comunidad por encima del individuo, siendo más importante la estrechez de vínculos grupales que las libertades individuales, todo en función del bien común. Los principios de justicia quedan definidos por el consenso grupal y la deliberación cede el paso a los acuerdos de la

mayoría hegemónica. Al contrario del modelo liberal, el comunitario espera del Estado la defensa del bien común y la preservación de los valores y principios de la comunidad.

El basamento pragmático que otorgan estos tres modelos ha permitido la construcción de otras formas de ejercicio de ciudadanía: diferenciada, multicultural, postnacional y cosmopolitismo cívico. Proponemos desde esta investigación entender el fenómeno del periodismo participativo o ciudadano como un modelo de reciente incorporación, pues encontramos en su existencia elementos definatorios que permiten entender a la ciudadanía como una práctica sociopolítica de estructura y funcionamiento dinámico. Bowman y Willis, en *Nosotros, el medio*, lo definen así:

Periodismo participativo es el acto de un ciudadano o un grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere. (2003: 9)

La incorporación de este naciente modelo al debate actual sobre el estado evolutivo de los derechos y deberes civiles, políticos y sociales de los individuos globales, puede aportar interpretaciones novedosas de extrema utilidad en la predicción de los futuros caminos que transitarán periodistas y audiencias en la sublimación de los derechos a expresar, informar y estar informados, gran legado del

tránsito recorrido por el periodismo y el concepto de ciudadanía en la historia de nuestras sociedades complejas.

Capítulo dos

Periodismo y ciudadanía: ¿quién aprende de quién?

Internet robotiza e hipnotiza, es cierto.
Dispersa globalmente desechos periodísticos que requieren de una basurología mediática global para interpretar las razones de su producción y de su incidencia.
Pero también digitaliza la cultura y la información, generando nuevos modelos de ciudadanía, a la velocidad de la luz.

Miguel Wiñazki

En la red Internet, el periodismo se entiende como una conversación de cuya dinámica las audiencias activas están extremadamente interesadas en participar (Varela, 2005). Pero unas de sus bondades, relacionada a la interactividad de los lectores a través de los comentarios posteriores, puede a su vez ser una gran fuente de desconfianza, toda vez que cada autor tiene (tal como ocurre en la estructura editorial de la prensa tradicional) la posibilidad de filtrar, editar y seleccionar en función de sus intereses informativos y, de esta manera, relativizar la democratización del discurso y su distribución. Nuevamente, el modelo anterior se impone como matriz de uso.

Cuando un periodista como Carrasco Polaino (2006) sentencia que la información periodística es tan importante que no puede estar en manos del hombre a

pie que, por tan interesado que está en un tema es incapaz de ser objetivo e imparcial, pareciera entonces que la amenaza es sentida en la misma piel que Kapuscinski nos recordaba tener presente al inicio de este trabajo de investigación.

En los planteamientos que no obstante Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2004: 34) realizan, a partir de una investigación empírica que duró tres años de indagaciones entre numerosos periodistas y usuarios estadounidenses (la cual arrojó, por cierto, como una de sus grandes aseveraciones, que “el propósito del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo”), propone una visión distinta y quizás menos desalentadora del panorama: el periodista ya no debe decidir qué debe o no saber el ciudadano, más por lo contrario enfocar su acción en ayudarlo a ordenar la información, sin interpretaciones ni análisis, pero sí con verificación y tino para convertir su nota en un mensaje que se capte con eficiencia.

Uno de sus entrevistados, el periodista Seeley Brown (citado en Kovach y Rosenstiel, 2004), caracterizó este nuevo rol en la figura de “líder de un foro”, es decir un mediador que extiende su participación más allá del rol tradicional de maestro o conferencista, alguien en estado superior alcanzado a partir de la acumulación y manejo de la información, la cual mientras más especializada esté más jerarquía de poder es capaz de ofrecer. En la propuesta de análisis de Brown, entonces, la audiencia deja de ser simplemente consumidora y pasa a ser

“prosumidora”, es decir, en un mismo tiempo es consumidora y productora de los contenidos informativos a su alcance.

Esta interacción tan propia de las nuevas tecnologías es una clase de periodismo que recuerda al periodismo de conversación, al primer periodismo que hace cuatrocientos años nació en cafés y *publick houses*. Desde este punto de vista, la era digital no provoca ningún cambio fundamental en la función del periodismo. Es posible que las técnicas hayan variado, pero los principios subyacentes son los mismos. El primer compromiso del periodista es la comprobación. (Kovach y Rosenstiel, 2004: 34 y 35)

Cierto reconocimiento a la importancia del rol del periodista tradicional sostienen los defensores del periodismo ciudadano cuando concentran, sin embargo, sus críticas en la administración de la dinámica informativa de los medios, más allá del trabajo reporteril o de investigación propiamente dicho de los comunicadores sociales. El investigador Clay Shirky (citado en Bowman y Willis, 2003: 13), por ejemplo, señala que la falla de los medios tradicionales está en no entender que a pesar de la ausencia de formación periodística de la audiencia, Internet, por sí misma, actúa como mecanismo de edición diferenciándose, sustancialmente, al aplicar criterios editoriales luego de difundida la noticia, nunca antes. De este modo, según analizan los autores del libro *Nosotros, el medio*, se establece un ecosistema mediático distinto en el que las comunidades interconectadas discuten y

retroalimentan los contenidos propios y ajenos, es decir, incluso los emitidos por los medios tradicionales.

El editor del sitio web salon.com, Scott Rosemberg, por su parte, también defiende cierta postura en la que, al parecer, la existencia de los nuevos medios no perjudica ni coloca en riesgo la continuidad de los que los preceden, si no en tal caso los complementa y expande en un universo de convivencia sana. “Debería ser obvio que los *weblogs* no son competencia para el trabajo profesional de los periodistas establecidos, sino un complemento. Si los profesionales son criticados por ser cautelosos, impersonales, corporativos y gregarios, los *bloggers* son lo opuesto, casi en cada aspecto: son imprudentes, íntimos, originales –y también gregarios.”, según sentencia Rosemberg a la investigación expuesta en *Nosotros, el medio*.

Quizás las críticas más duras en torno al posible declive del periodismo tradicional a causa del auge de las formas ciudadanas o participativas de la información en línea, esas que ocasionan el estallido de la alarma para la profesión periodística, provienen precisamente del lado interno, es decir, parten de la discusión profunda que realizan el gremio y la academia de la Comunicación Social. Existe una creencia generalizada, por parte de los periodistas y buena parte de los empresarios de medios, que la información cada día es más un producto del mercado del espectáculo que un bien público necesario para la sociedad. El concepto “infoentretenimiento” es cada vez más difundido y utilizado por las audiencias para identificar el tipo de

contenidos que están consumiendo bajo la fórmula de información. La prensa rosa, centrada en el seguimiento existencial de numerosos personajes públicos del mundo de la televisión, la política, el deporte y otros ámbitos de influencia social, es un claro ejemplo de esta tendencia. La audiencia ha pasado de esperar historias sobre personajes reales a escudriñar en los actos privados de otros tantos que representan la gloria, el poder, la belleza, el éxito, la suerte y el talento extraordinario, rasgos que los hacen seres de otro mundo deseables de imitar.

El retorno a la oralidad, por otra parte, que tanto los medios digitales como la televisión están imponiendo, relega a la escritura en un segundo plano, lo que en consecuencia determina la inmediatez y corta existencia de la información, acordada por el aquí y el ahora de la palabra oral. Es una reflexión que el periodista español Enrique Gil Calvo (2002) propone al limitar la capacidad que tiene la escritura para comunicarse en la distancia, en espacio y tiempo, a traspasar el presente y conectarse con lectores futuros, a propósito de sus fuertes cuestionamientos al politólogo Giovanni Sartori, quien a través de su libro *Homo Videns* denuncia la manipulación que de la opinión pública hacen los medios a las audiencias llamadas por él “teledirigidas”.

Pero en esta época de globalización, donde crece la incertidumbre de futuro, este neo-oralismo parece funcional, pues hoy resulta más urgente vigilar el presente inmediato que recordar un pasado obsoleto o prevenir un futuro cada

vez más incierto. De ahí el imperativo de la actualidad, consustancial a toda la prensa, obligada a cultivar el novedismo o culto a la última novedad. Sin embargo, esta neo-oralidad inmediateista también genera graves disfunciones, destacando la más ciega miopía histórica, con grave amnesia de la memoria colectiva. (Gil Calvo, 2002: 24)

En la discusión en torno a la madurez de las sociedades democráticas contemporáneas, en las que surgen las posiciones como las de Sartori defendiendo la aún necesaria existencia de los líderes de opinión, en contraposición con las de Gil Calvo, Ortiz y Revuelta para quienes tal necesidad es contraria a la independencia de los ciudadanos actuales de las antiguas directrices y orientaciones que definieran el modo colectivo de pensar, surge un par de preguntas claves para el diagnóstico de los niveles de riesgo del periodismo a partir de la incorporación activa de la audiencia en su dinámica existencial: ¿Será relevante aún su presencia en la construcción de los saberes y entendimientos de los hechos relevantes para el mundo, la nación, el barrio y hasta la historia personal de cada uno de los individuos de esta sociedad posmoderna?, y ¿tendrá todavía el periodista que ejercer el rol de conductor de los procesos formativos de ciudadanía y participación ante una audiencia que navega, con mapas y sin ellos, por el abierto y participativo mar de la sociedad de la información y el conocimiento?

La periodista venezolana Zinnia Martínez, autora de un *blog* destinado a discutir el tema del periodismo digital, presenta una propuesta de análisis para las

posibles respuestas a tales dilemas ontológicos: el asunto no será fácil, pero el camino se inició y se tendrá que aprender a moderar, colaborar y escuchar a los que están afanosos por expresarse, y por ello ya existen algunas experiencias de periodismo colaborativo que han sido, de hecho, exitosas.

Otras, quizás no tanto, como la que refiere en relación al intento que el diario *Los Angeles Times*, en junio de 2005, tuvieron al convertir su editorial en un wiki-editorial. El ensayo resultó desastroso: los usuarios eliminaron comentarios con los que no estaban de acuerdo, colocaron algunos anuncios publicitarios no autorizados y, entre otras cosas más, se profirieron insultos y ofensas. A la semana, se canceló el proyecto y se congeló la idea hasta nuevo aviso, a la espera de una señal de responsabilidad por parte de los lectores. (Martínez, 2006: 158)

Que los usuarios de Internet dieran por cuenta propia en generar, consumir y compartir productos informativos en una conversación continua y múltiple, se analiza como una consecuencia lógica y predecible del nuevo orden informacional y planetario en el que estamos inmersos, uno donde la información es la principal fuente productora de valor. Al parecer, es a partir de las tecnologías de información y comunicación que se inicia la resolución de la dicotomía democracia representativa / democracia directa, a favor de la participación de los ciudadanos al alcanzar el autogobierno y, de este modo, conseguir el bienestar social. (Oliveira, Barreiros y Cardoso, 2002: 106).

Valores y elementos fundamentales

Ya lo hemos indicado. La praxis del periodismo ciudadano debe su existencia a la capacidad formativa de ciudadanía del periodismo, madurada en el tiempo a partir de sus fórmulas tradicionales. Informar y estar bien informado, dos caras de un mismo derecho sin el cual el ciudadano no entiende su activismo político en sociedad, sin el que la participación y la igualación de oportunidades quedan estancadas en un mero ensayo de ejercicio libertario. Si el propósito primordial del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información necesaria para que sean libres y capaces de gobernarse a sí mismos, el designio de la ciudadanía es la validación de la libertad y la mayor autodeterminación posible.

El periodismo coloca su aporte: independencia, veracidad, exactitud y ecuanimidad. Todo lo que el ciudadano requiere para ejercer su libertad. Por lo menos es lo que arroja el estudio liderado por los periodistas Bill Kovach y Tom Rosenstiel, con el objetivo de recabar cuáles, en su opinión, son los elementos fundamentales del periodismo. Los resultados develaron nueve principios. Uno: la verdad, como primera obligación. Dos: la lealtad, que se le debe a los ciudadanos. Tres: la verificación, como la esencia de su disciplina. Cuatro: la independencia, que debe mantenerse con respecto a quienes informa. Cinco: el poder, pues debe ejercer un control independiente de él. Seis: la crítica, a ejercer en foros públicos que incluyan al comentario. Siete: la relevancia, pues sus contenidos deben tenerla y también ser

sugeres. Ocho: lo exhaustivo, condición ideal de la noticia. Y nueve: la conciencia, principio individual de sus profesionales que se debe respetar.

Como vemos, de cara a los cambios rápidos introducidos por la digitalización del mundo, de la manera como los periodistas observan hoy el núcleo sustancial de su profesión quedaron por fuera elementos de antaño, tales como la imparcialidad o la tan debatida objetividad, descartada finalmente por no ofrecer el marco referencial sólido que el periodismo ha requerido siempre, sobre todo en tiempos de crisis. A cambio, se introducen fundamentos inexplorados que dirigen su atención a la necesidad de ofrecer un espacio deliberativo donde el ciudadano se vea representado, en razón a lo que piensa, lo que conversa, lo que construye como opinión en el ámbito de lo público.

Kovach y Rosenstiel proponen, a partir de lo que llaman la Teoría del Público Interconectado, la comprensión de los comportamientos ciudadanos desde los reflejos generados en el periodismo para alcanzar una descripción real del cómo las personas interactúan con la información. Se trata de una perspectiva teórica en la que el público es analizado en tres variantes, de acuerdo a los niveles de compromiso mostrados frente a la noticia. En primer lugar está la persona implicada, quien tiene un interés directo y personal alcanzando una profunda comprensión de la información. Luego encontramos al interesado, es decir aquel al que la noticia lo afecta aunque no tenga una relación directa con el tema que trata. Por último

encontramos al consumidor desinteresado, quien no le prestará atención y que solo llegará a leer la noticia cuando previamente otros le den cierta orientación sobre el interés que pueda tener para él la información que contiene (2004:39).

Este enfoque es útil en el estudio de las expectativas del público frente al periodismo, pero tiene sus limitaciones en cuanto los ciudadanos manejan estructuras comunicativas más complejas que las que albergan estas u otras categorías de análisis en la medición de comportamientos frente al hecho noticioso. En tal caso, lo que este estudio sistemático en la categorización de audiencias propone tiene sentido si la labor del periodismo deja de tomar decisiones sobre qué debe o no saber los ciudadanos y pasa a ordenar y orientar, con el fin de que la noticia se entienda y sea efectiva.

La verdad, como primer principio y obligación del periodismo, solo es posible conocerla en un espacio de libertad. Esa es la noción que sustenta la prensa libre, no sujeta a la censura de gobiernos, partidos políticos, organizaciones religiosas, anunciantes, mercados ni cualquier otro grupo social, político ni económico. La verdad, desde la perspectiva ciudadana, es un bien público. Para el periodismo, un deber al que es imposible renunciar por estar vitalmente unido al propósito de su quehacer en sociedad.

El funcionamiento efectivo y real de una democracia pasa por la ordenación de lo público y por la insustituible deliberación de necesidades y expectativas planteadas por los ciudadanos en la construcción colectiva de la sociedad. La información resulta un elemento clave en este proceso organizativo, principal componente en la formación de la opinión pública que, a su vez, resulta factor activador del mecanismo democrático, toda vez que en ella se expresan las ideas que en torno a sus realidades más cercanas tienen las personas que forman parte de una comunidad de intereses afines. Desde esta perspectiva es que se entiende a la información periodística como un bien público.

Para el autor Carlos Zeller (2001: 139) el desarrollo pleno de la vida democrática tiene sentido si facilita de recursos culturales y comunicativos a los ciudadanos, con el fin de que utilicen la información a favor de su participación en los procesos formativos de opinión pública, sobre todo en los temas prioritarios y necesidades planteadas en el núcleo de sus comunidades. En términos evolutivos, este planteamiento es aun un ideal por alcanzar, en la medida que las estructuras de poder y las estratificaciones sociales no garanticen la distribución equitativa del capital cultural, lo cual constituye una gran deuda de las democracias liberales.

Sin embargo, entender la calificación de bien público que se lo otorga a la información periodística permite el análisis de los elementos formativos que esta poseen frente al ejercicio de lo ciudadano. Desde el mismo momento que se acepta

esta condición, el trabajo periodístico se ha organizado sobre el principio de autonomía y los criterios de relevancia de la noticia se establecen en independencia de los poderes y factores condicionantes en cualquier agenda periodística, ya que lo que importa son los hechos significativos y el reflejo de sus intereses en la gente.

Para lograrlo el periodismo busca nuevas formas de construcción y presentación informativa, procurando la interpretación o análisis de las causas y consecuencias consideradas en el núcleo de la noticia e intentando la lectura comprensiva de tales hallazgos en la audiencia receptiva. Es un reto que lleva al oficiante del periodismo a ir más allá de las fuentes tradicionales, de la práctica simple de recoger declaraciones y testimonios e intentar creativamente un enfoque noticioso que se aproxime, a veces cargado de riesgos, a la verdad no siempre clara de los hechos.

Es interesante observar que, a partir de estos cambios registrados en la conciencia periodística, lo más favorecido ha sido la formación de la voz ciudadana y su ampliación en la definición y configuración en los asuntos públicos. “El método de trabajo de los periodistas ha de desarrollar los registros necesarios para saber ver la acción colectiva de los diversos movimientos sociales que actúan en sociedad”, según lo indica Zeller (2001: 140), al aclarar que esta forma de participación atrae la atención de un buen número de personas y las conduce a ocuparse de amplios temas

dirigiéndose entre todos a la reflexión y comprensión de los elementos funcionales de la sociedad.

Carlos Marín (2003: 45), en su *Manual de Periodismo*, explica el debate al que se enfrenta la empresa de dar noticias a la hora de definir qué es de interés público para las audiencias, en términos de lo que realmente le interesa y lo que debería interesarle. Si se opta por la primera opción, es decir lo que realmente le interesa, es probable que se produzca un periodismo banal, con base en el chisme y los hechos truculentos. Cuando se opta por la segunda, lo que debería interesarle según el autor, el periodismo como institución se unge del sentir social y se magnifica su rol orientador que, sin embargo, puede perderse entre informaciones oficialistas, quizás a veces críticas pero que poco tienen que ver con los intereses de la gente, con escasa penetración en el público como consecuencia.

El factor selectivo y la jerarquización noticiosa proponen una posible salida. La determinación de los elementos importantes de las informaciones y el reconocimiento de las subjetividades implícitas, como enlaces conectores a las expectativas de las audiencias, llegan a captar la atención del público hacia historias que realmente les importa. Ese es un rasgo fundamental del periodismo que sirve de patrón en la formación de modelos ciudadanos.

Enrique De Aguinaga (2001), al intentar una teoría sobre el periodismo, indica que en él se organizan y sistematizan los hechos mediante estas dos operaciones básicas de seleccionar y valorar lo que se publica, incluso lo que no se publica, en consideración a lo que bien resulta interesante y digno de ser contado. Nuevamente estamos frente al principio fundamental del periodismo, el de la clasificación de la realidad, que no es otra cosa que la determinación de contenidos, donde la finalidad última no es la información sino su transformación en conocimiento. “Mundo, realidad, actualidad, clasificación, importancia, selección y valoración. En estos siete términos se puede resumir el repertorio de ideas de arranque para una consideración científica del periodismo” (De Aguinaga, 2001: 243).

Pero así como la ciencia hace sus aportes, el conocimiento de las realidades tiene también su asiento en el campo de la información como un sistema capacitado para ofrecer explicaciones sobre el mundo que nos rodea y sobre cómo lo vemos e interactuamos en él, creando un conjunto de convicciones y creencias entre las personas que son determinantes en la construcción de modelos de interacción social, político y cultural. La participación del periodismo en el establecimiento de este sistema valoriza la existencia de las agendas noticiosas que aportan un marco referencial de contenidos culturales sin el cual se hace difícil el seguimiento y comprensión de todo cuanto acontece en sociedad.

Las creencias propiciadas por los medios adoptan criterios pseudo científicos, ya que se muestran como resultado de una previa consulta a la realidad, o lo más frecuente, como la realidad misma. Bajo el ropaje del pluralismo los medios esconden una definición unívoca de la realidad, que para la mayor parte de la sociedad no permite apelación de ningún tipo. Amparado en la fórmula “yo me limito a contar lo que sucede”, el periodista crea y recrea (con su mentalidad, con sus capacidades, con sus compromisos) una realidad que sí pertenece a este mundo” (Ortega y Humanes, 2000: 20)

Verdad y realidades

Al periodismo se le reconoce una capacidad infinita para definir y construir la realidad a partir de las representaciones que se hace de ella. Pero es la dimensión pública que alcanza su cometido lo que acredita una función educativa en el ámbito de la ciudadanía. La noticia es pública por definición. Y, por consecuencia, también es ciudadana. Ella es contenedora de estas construcciones realistas perfiladas por el ejercicio periodístico en el contexto de su reconocido papel social, más allá de un enfoque meramente profesional o intelectual. Su impacto se refleja siempre en lo que se hace llamar la esfera pública, como un elemento vital del engranaje ciudadano.

Las narraciones periodísticas suelen estar cargadas de representaciones simbólicas. En ello el periodista se enfrenta a tres procesos básicos. Uno, se aclara a sí mismo qué es sociedad. Dos, selecciona de esa concepción lo que considera más

relevante. Y tres, usa métodos propios para acercarse y conocer lo que acontece en esa sociedad por él definida. Todos sus recursos se movilizan hacia estas tres acciones, basados en sus propias ideas y valores que, en forma de tamiz, le permiten un asidero intelectual para entender y reflejar a la sociedad, sus actores y sus maneras de funcionar (Ortega y Humanes, 2000: 63).

Pero cuando el periodista no solo refleja esa visión de lo social sino que también la construye, entonces el público está frente a un relato que no solo refleja una idea de sociedad sino que refiere a la definición de ella como un aporte original, una caracterización que si bien busca satisfacer al público también consigue influir en las propias miradas que este tiene de lo implícito en el mensaje. “Es dar a la audiencia lo que la audiencia pide o, mejor expresado, es tratar de que la audiencia acabe por aceptar aquello que pensamos que se ajusta mejor a nuestra manera de representárnoslas”, según Ortega y Humanes (67).

Por ello, la objetividad como paradigma ha quedado en desuso, descartada como indicamos anteriormente. No así la búsqueda de la verdad, que sigue siendo principio motor de la acción periodística. Y los ciudadanos lo saben, por eso hacen del consumo de noticias una necesidad irrenunciable, ya que encuentra en ellas un asidero útil y fiable en el cual basar sus nociones del mundo. La verdad en el periodismo no solo refiere a la fidelidad con que se narran los hechos, sino también a

todo el conjunto de selecciones que se realizan entre la recogida de la noticia hasta la interacción que hace el público con ella.

A diferencia de las ciencias fácticas y de la filosofía, la verdad que procura la práctica periodística ha de tener una razón funcional y serle útil al público en la gestión de su vida ciudadana. Solo que no es suficiente que las informaciones sean exactas y veraces para ofrecer un piso estable en la toma de decisiones cotidianas por parte del público. Cada vez más se impone la naturaleza interpretativa de la noticia como fórmula de satisfacción y utilidad en el conocimiento y posterior debate sobre las causas y consecuencias de los hechos relevantes. La verdad periodística no surge por generación espontánea, es más bien un producto de un proceso largo cargado de indagaciones y análisis. O como lo dicen Kovach y Rosenstiel (63): “Entendemos la verdad como un objetivo esquivo incluso en su mejor versión, y aun así la perseguimos. Porque en realidad, la vida es así, esforzarse a menudo por lograr algo que nunca conseguiremos del todo”.

Otra función que liga al periodismo con la formación de ciudadanía es la creación de foros públicos, espacios intangibles que tienen un alto potencial en la captación de la atención del ciudadano hacia temas que requieren de su reflexión. Un proceso natural, que es producido por la curiosidad del hombre que tras consumir una información se ve impulsado a pensar en ella. La voz de los ciudadanos en el debate social es producto de esta reacción, esparcida en forma de opinión pública a través de

los espacios informativos que los distintos medios destinan al diálogo con sus audiencias. No solo los medios escuchan, también lo hacen los distintos poderes gobernantes que se esfuerzan igualmente en entender los contenidos expresados para conocer del cómo son percibidos y cuáles son las expectativas puestas por las personas respecto a sus ámbitos de liderazgo.

Toda noticia expresa una opinión, es decir, una representación del mundo. Al narrar lo hecho, según el orden relevante y novedoso de lo que acontece y su resonancia en el público, el periodista facilita la expresión de la opinión pública y con ello legitima su rol de líder defensor del ejercicio del decir ciudadano de las ideas y expectativas puestas en la sociedad. Por ello se entiende que el papel que ocupa en esta es el de ejercer influencia sobre los actores políticos y sociales, además de intermediar el diálogo entre ellos y los distintos poderes del juego democrático.

Previo a los cambios introducidos por la aparición de Internet y la multiplicación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el periodismo había reforzado el sentido pasivo de la ciudadanía, limitándola a la simple recepción de una parte del derecho a la información, es decir la potestad de estar informado, quedando el activismo político y social relegado en los periodistas como portadores exclusivos y universales de la expresión de los intereses generales de la sociedad. En esta distribución vertical, el ciudadano quedó excluido del ejercicio abierto de la política y de la información, mientras que el periodista fue durante

mucho tiempo el protagonista en campo donde su participación resultaba vital y trascendente.

“Gobernar” la sociedad es querer influir en ella; unas influencias que los periodistas pueden desplegar en una doble dirección: directamente sobre la sociedad, a través de los marcos cognitivos y valorativos que le proponen, o tratando de intervenir en el proceso de toma de decisiones de los políticos...[Y] si hay alguna expresión que se adapte mejor a la posición que los periodistas tienen en relación con la clase política ésta no es otra que la de “grupo de presión” (Ortega y Humanes, 2000: 92)

Lo que ha ocurrido en la última década, primera del siglo XXI, es que se ha perdido el sentido vertical en la relación periodismo-ciudadanía. Nuevas voces han entrado en el diálogo político, esta vez provenientes de las audiencias que hasta hace poco tan solo recibían la información noticiosa como valor esperado y que ahora también producen y hacen circular como capital de transacción democrática. El periodismo ciudadano, sin embargo, propone un nuevo modelo de emisión noticiosa, gráficamente comprensible de abajo hacia arriba, donde cada punto de la redes sociales son capaces de intercambiar los roles, ser fuentes informativas y alternativamente hacedores de noticias, sin filtros ni mediaciones profesionales previas. La audiencia y la noticia se relacionan recíprocamente en comunidades interconectadas en tiempo real, con una fluidez de conversación en la que se pondera más la instantaneidad que la verificación.

En estos tiempos se habla del público como un agente “prosumidor”, un vocablo que mezcla la idea del productor y consumidor en un mismo rol, híbrido resultante de las acciones de mediar y liderar, tradicionalmente asignadas al periodista, con las de recibir, observar y comentar, propias de los lectores y televidentes. En esta idea, cada ciudadano puede ser un reportero, en cuanto las noticias les son cercanas y tenga la intención de contarlas a otros. Un nuevo ecosistema se establece no solo en la práctica periodística y el ejercicio ciudadano, sino también en la organización y estructuras de los nuevos medios.

Los tradicionales basan su esencia en la idea empresarial, creados y dirigidos por jerarquías de poder. Deben sus existencias a modelos de negocios y de organización corporativa que se sustentan en relaciones de costos-beneficios, en las que las ventas por publicidad determinan la posibilidad del equilibrio esperado en términos de ganancias, por lo que se centran en un flujo laborioso de producción editorial. A cambio, los nuevos medios, nacidos a partir de la participación de las audiencias, se crean por la presencia de redes y comunidades sociales que valoran la conversación, la colaboración y la igualdad por encima de la rentabilidad. En línea, los ciudadanos discuten y amplían incluso las historias emitidas por los medios de siempre (Bowmann y Willis, 2003: 13).

Los autores del ya comentado libro *Nosotros, el medio*, citan a su vez a Clay Shirky, profesor de la Universidad de Nueva York, cuando señala que el orden de las

factores en la emisión del modelo *broadcast* es “filtro, luego publico”, mientras que para las comunidades de periodismo ciudadano resulta en “publico, luego filtro”. Esta condición es irritante para quienes profesan el periodismo en sus fórmulas tradicionales, al dejar de lado el valor de la verificación como condición *sine qua non* en la construcción noticiosa. Es lo que los hace rechazar la democratización lograda por las audiencias en el ejercicio del derecho a estar informado e informar, la segunda acepción inédita en el devenir del periodismo y de la ciudadanía.

Sin embargo, para sus defensores, el nuevo ecosistema representa un salto evolutivo para el periodismo. Dan Gillmor define así sus principios: Uno, los lectores saben más que los periodistas. Dos, no estamos frente a una amenaza sino a una oportunidad. Tres, al periodismo ciudadano podemos usarlo para crear juntos algo intermedio entre un seminario y una conversación, que nos eduque a todos. Y cuatro, todas las herramientas tecnológicas que tienen por base la interactividad y la comunicación, desde el correo electrónico hasta la cuenta en Twitter, hacen que esto pase (Op cit).

Los detractores consideran, a cambio, que algunos de los principios fundamentales del ejercicio periodístico se pasan por alto en la veloz e irreflexiva emisión de noticias por parte de los ciudadanos. La verificación es uno de ellos, reconocida por los periodistas como la metodología de la verdad. Forma parte de la disciplina del informar, cuando ante el hecho el periodista somete a examen su propia

percepción, su experiencia personal y sus esquemas valorativos que lo llevan a buscar los datos de contraste, las distintas versiones y puntos divergentes que hagan de su relato un asunto fiable para el público. El cómo varía de un periodista a otro, porque puede incluir la indagación de testigos, el hallazgo de pruebas, la diversificación de fuentes, la incorporación de los comentarios de las partes implicadas, entre muchas técnicas de recolección de datos. Pero el objetivo siempre resulta igual: la obtención de la información y su verificación que recoja una perspectiva lo más completa posible que refleje los distintos ángulos involucrados en la noticia.

A menudo, los periodistas fracasan cuando pretenden vincular las instituciones más arraigadas de su oficio a cuestiones filosóficas de mayor calado sobre la función social del periodismo. Saben verificar una historia, pero no siempre pueden articular el papel que desempeña en la sociedad la verificación de una historia. Sin embargo, ese papel forma parte de la función esencial del periodismo. Como dijo Walter Lippmann en 1920, “no puede haber libertad en una comunidad que carece de la información necesaria para detectar la mentira”. (Kovach y Rosenstiel, 2003: 102)

Si la transformación de la información en conocimiento es la operación capital del periodismo, tal como lo cree Enrique De Aguinaga (2001: 252), el sistema de verificación de sus mensajes resulta entonces ser el basamento metodológico de esta intervención que intenta la ordenación del caos real por una visión inteligible de los hechos y circunstancias que sobreviven en él. Está en su naturaleza interpretativa, la que le otorga al periodismo la capacidad de plasmar los valores de importancia y de

interés en un mecanismo de validaciones de las realidades, que establece límites entre lo que se desea y lo que se rechaza, transmitidas como ideas mentales y posibles conductas que, quizás, a su vez generen nuevas realidades.

La verificación pasa por el rigor, definido éste como el resultado de la búsqueda extrema y vehemente de toda la información que le es propia y precisa sobre el tema, a partir de la idea que la inflexibilidad es la característica más inalterable de la noticia (Torres, 2004: 7). Lo contrario es abrir las puertas a las dudas y las imprecisiones que se transforman luego en tergiversaciones de lo narrado. Para alejarse de este riesgo, el periodismo debe documentarse, actualizar sus conocimientos de manera permanente, comprobar y profundizar en aquello que es fundamental en sus noticias y reportajes. Contextualizar la noticia con documentos, testimonios y conocimientos es un modo de acercarla a la realidad que se quiere informar y cerrarle así el paso a la duda.

En el estudio anteriormente citado, el llamado Proyecto para la Mejora de la Calidad del Periodismo liderado por Kovach y Rosenstiel, al consultarse a periodistas y ciudadanos cuáles a su entender son las bases que sustentan la disciplina de la verificación, las respuestas apuntaron a cinco puntos que, al entender de los periodistas líderes de la investigación, bien podrían constituirse en los principios intelectuales de una ciencia de la información. El primer punto señala que el periodista no debe nunca añadir algo que no esté presente en la noticia. Segundo,

tampoco debe engañar al público induciéndolo a una interpretación errónea de los hechos, mentir en su sentido contrario. Tercero, deberá ser lo más transparente posible respecto a sus métodos y motivos. Cuarto, confiar en sus propias investigaciones. Por último, el quinto elemento: hacer profesión de la humildad (2003: 109).

Estos fundamentos también se entienden como la base sustancial del mecanismo formativo de ciudadanía que propone el periodismo desde su práctica existencial. Para que el periodista llegue a su ejecución comprensiva transita previo algunos procesos de formación, bien académicamente o a través del reporteo diario de las noticias que incluye el reto permanente de la verificación y el contraste, única condición auto impuesta que determina la difusión o no del relato. Al hacerlo, brinda un modelo de validación de la verdad que el lector capta con más o menos claridad, de acuerdo a cuán transparente ha sido la metodología expuesta y qué tan riguroso resultó en la presentación de los elementos noticiosos. El periodista no puede ser objetivo. Pero su método si debe serlo siempre.

Relevante e interactiva

Internet le ha otorgado a la ciudadanía una naturaleza abierta, participativa, cada vez más heterogénea, constituyendo la base fundacional de la sociedad de la información. En esta los ciudadanos son nómadas navegando de un lado a otro, sin

quedarse en ningún sitio en particular, en un ciberespacio que permite ese movimiento perpetuo, fluido e inagotable por incontables puntos de una red interconectada e inconexa.

Esta condición ha llegado a la práctica tradicional periodística transformándola radicalmente: ahora el oficiante de la noticia pasa largas horas procurando sintetizar una gran afluencia de datos suministrados por un buen número de fuentes, incluso provenientes de los ciudadanos. Un riesgo y una gran oportunidad están igualmente presentes. El peligro lo reporta la posibilidad de que el periodista se transforme en un ser pasivo, tan solo receptor de informaciones producidas por otros –tal como lo fueron los ciudadanos en la tradición comunicacional-, dejando de un lado la disciplina de la verificación. Deja de salir a la calle a procurar la noticia y con ello se distancia de su objeto máspreciado. Si logra no obstante escapar de esta trampa (no es sencillo: a cambio tiene una disposición inagotable de fuentes, canales de contraste, contactos y múltiples conexiones con otros colegas en cualquier parte del mundo) y no permite que sus rutinas queden marcadas por la velocidad, entonces el periodista gana porque nunca antes había dispuesto de tantos medios de verificación, gracias a la ubicuidad y el acceso informativo inagotable que ofrecen las tecnologías de la información al servicio de la búsqueda de fuentes de contraste noticioso (Almiron, 2006).

Tal como nos los dice Germán Rey (2007: 423), las tecnologías de la información presentan las mismas características de la sociedad que las alberga. Ellas permiten transformaciones rápidas, disuelve fronteras de conocimiento, facilita el acceso selectivo a la información, otorga nuevos significados en la vida cotidiana por nuevos usos y rituales, presenta a la velocidad y la instantaneidad como nuevos códigos de participación y construye sociedades con identidades múltiples a partir de actores emergentes con propuestas y proyectos propios.

En este nuevo marco conceptual-tecnológico la noticia cambia sus atributos tradicionales (relevancia, prominencia, proximidad, novedad, actualidad, etc.) por las características que fundamentan la sociedad de la información. Los relatos informativos ahora, así como los nuevos mapas cognitivos de la vida diaria, están regidos por las cualidades de la hipertextualidad, instantaneidad, simultaneidad, fragmentación, velocidad, multimedialidad e interactividad. El último de estos elementos genera un perfil que, desde la práctica ciudadana que procura informaciones valiosas y útiles, tiene un reflejo transformador en el ejercicio periodístico en la era digital.

Según Germán Rey, la interactividad permite al público la actualización en múltiples versiones de los distintos significados de un texto, a partir de sus propias experiencias, historias, marcos cognitivos y culturas particulares. También la construcción y reconstrucción de una selección de informaciones que, al ordenarlas,

permite la relatoría de una nueva trama en relación a otros textos, sonidos e imágenes disponibles, en una nueva jerarquización y relevancia de unos elementos por encima de otros. A cambio, la memoria sufre con una fragmentación que la disuelve al no poder equilibrar los flujos informativos que entran con los que salen, lo que hace que se desborde, oprime, inunde y termine ahogándola al no poder retener tantos datos. La salida que se presenta es atterradoramente simple: seleccionar y olvidar. Como lo explicaría el sociólogo Zygmunt Bauman: “hoy cultura es habilidad para cambiar de tema y posición muy rápidamente. Ante una nueva oportunidad, olvide lo que aprendió ayer y comience de nuevo. No recuerde, olvide” (citado en Rey, 2007: 436).

Pero también este perfil de interactividad permite el intercambio de códigos y sistemas de interpretación por parte de los ciudadanos, al involucrarse en tareas creativas de creación e interpretación de textos. La navegación en lo reticular es su soporte principal, donde los lectores, al interactuar, modifican los vínculos y sus nodos. Rey define al hipertexto como un texto móvil, caleidoscópico, que presenta sus facetas, que gira, se pliega y se despliega a voluntad del lector. Y al texto digital como un objeto fluido, reconfigurable a voluntad que circula en el seno de redes locales y mundiales o cualquier otro, porque el lugar virtual es evanescente, plural, híbrido, ubicuo, nómada y borroso. Porque la interactividad es también un gesto social y una acción que se ubica en determinados contextos sociales, económicos y culturales (2007: 436-437).

El periodismo siempre había sido una práctica muy individual y profundamente competitiva. Las razones ya las conocemos: la búsqueda de la primicia, como vía vital de existencia continua en la práctica. Ahora, con un cambio paradigmático tan pronunciado, encontramos formas de producción informativa descentralizadas y de colaboración, donde las audiencias también tienen qué decir. El fenómeno del periodismo ciudadano ha causado tal impacto en la profesión, que muchos periodistas buscan en la raíz de la experiencia nuevas oportunidades. Por ejemplo, la investigadora Bella Palomo, de la Universidad de Málaga, encuentra que la comunidad de periodistas que están ejerciendo periodismo independiente a través de sus *blogs*, procura “conquistar mayores cotas de credibilidad y alejarse del monólogo que durante años ha caracterizado a la práctica periodística para introducirse en una conversación real con la audiencia” (2008: 1)

Si esto es así, el periodista pasa de protagonista de primera línea a ser tan solo un intermediario en el proceso de la comunicación. La audiencia, el mensaje y el medio como tal, sobre todo cuando se habla de *blogs* y redes sociales, se llevan toda la atención ciudadana. Pobres chicos. No es extraño entender porque algunos periodistas se encuentran desorientados. Otros, sin embargo, se identifican con este micro medio y lo ven como una oportunidad de realizar el sueño de tener su propio medio, como única y real manera de ejercer el periodismo de manera integral e independiente.

El periodismo es uno de esos oficios que se enfrentan permanentemente a cambios centrípetos y centrífugos. Los unos sacuden internamente su figura y, por lo tanto, su manera de proceder; los otros lo relacionan estrechamente con las variaciones de aquellos contextos que busca representar y, al hacerlo, inevitablemente producen transformaciones –así sean imperceptibles- en sus modos de mirar y de contar (Rey, 2007: 34)

En el estudio propuesto por Bella Palomo, se parte de la interpretación tanto cualitativa como cuantitativamente del nuevo ecosistema noticioso desde tres ópticas diferentes. La primera, el análisis de los perfiles de usuarios y autores de estos micromedios. El segundo, de la credibilidad y repercusión de sus contenidos. Por último, a partir de la receptividad y aplicación del modo periodismo ciudadano en los cibermedios. Sus conclusiones apuntan a que los *blogs* amplifican la voz del periodista superando cualquier barrera, tanto física como mental. “El periodista refleja su realidad sin la temida crítica de los supervisores, a la vez que realza su figura logrando un mayor protagonismo en la esfera pública” (2008: 2). Entonces, en la transformación del rol del periodista cada vez se observa un cambio de direcciones, donde la función de su hacer va más de reiterar en el hecho narrado hacia un esfuerzo por presentar las cualidades comprensivas de la noticia, ahondar en las interpretaciones e interactuar con creatividad en las necesidades informativas de los ciudadanos.

Para otros investigadores, el impacto que ya se evidencia en los cambios de paradigmas que tienen que ver con la relación periodismo-ciudadanía se compara con el *big bang* del mundo de la información y la comunicación. Tal es el caso del reconocido profesor español Jesús Miguel Flores Vivar, especialista en temas de periodismo digital y de los *blogs* en particular, quien interpreta que estos últimos son los verdaderos generadores de la interactividad que nos describió anteriormente Germán Rey, responsables de la construcción de las redes sociales y todas sus derivaciones posteriores de amplia incidencia en el ámbito noticioso, siendo las más populares las páginas de Facebook y Twitter. La figura del periodismo se redimensiona a partir de estas herramientas adquiriendo una relevancia mayor. Los periodistas son quienes primero y con mayor ímpetu se apropian de este nuevo uso tecnológico y lo hacen para escribir con mayores libertades expresivas y hacer participar a sus lectores de una forma más interactiva. (2008: 3)

Otro impacto, no tan favorable y quizás con una base bastante incierta, es el generado por la idea de las sociedades puedan prescindir de los periodistas y sus intermediaciones, toda vez que la presencia del periodismo ciudadano deja entrever que cualquier persona, al tener el mismo acceso a la información, puede actuar de intermediario entre la noticia y las audiencias. En este planteamiento radica el encendido de la alarma para la profesión del periodista. Cuando Kovach y Rosenstiel se plantearon esta hipótesis, la descartaron de inmediato. Su estudio reveló que los hechos no bastan por sí solos en la construcción del mensaje periodístico, tal como es

impensable que los ciudadanos realicen tareas tan arduas como la identificación de contextos posibles, la interpretación de los hechos y su verificación necesaria. También que sería riesgoso para la sociedad que los espacios informativos sean sustituidos por foros públicos donde los valores que sustentan a la veracidad, los hechos y la verificación sean trastocados por los prejuicios y suposiciones. Un debate así, dicen los estadounidenses, no es más que provocación (2003: 187).

Por lo contrario, en el marco de la convergencia digital el periodista es más necesario que nunca. Esta idea la desarrolla la investigadora española Núria Almiron Roig, al señalar que las funciones de ampliación del contexto y la interpretación de las noticias se hace cada vez más relevantes en las sociedades actuales, sobrecargadas de informaciones y versiones de la verdad, donde una buena parte de los ciudadanos han disminuido sus capacidades interpretativas al mantenerse cautivos en las redes y perdiendo contacto con las realidades que les circundan. La consecuencia: las audiencias que así operan dejan de percibir las claves que el periodismo emite para la comprensión de las estructuras sociales cercanas, así como de la misma economía política de la información y la comunicación (2006: 4).

Velocidad, inmediatez, tiempo real, son nuevas cualidades del periodismo que se asientan en la sociedad de la información gracias a la incorporación de las tecnologías y las redes de difusión informativa y que definen la rentabilidad y competitividad del nuevo modelo de prensa. “No es exagerado afirmar que en

muchos casos la velocidad se acaba convirtiendo en un fin en si misma. Así, lo urgente puede acabar restando fuerza a lo importante y la prisa por informar o comentar, sustituyendo a la verificación”, observa la investigadora Almiron Roig, para quien no son pocos los que creen que la revolución de las comunicaciones afecta más a la transmisión que a la recopilación de noticias. Las tecnologías pueden, en este caso, jugar en contra: incitan a informar velozmente antes que nadie, así en el proceso no quede tiempo para el rigor ni la verificación.

Salvo países donde existen regulaciones jurídicas que limitan el campo de acción –y aun a pesar de ellas- a través de Internet la gente puede decir y escuchar lo que quiera, cuando quiera y como quiera. Los foros, *chats*, *blogs*, listas de correos electrónicos y páginas de redes sociales se han convertido en herramientas extraordinarias para el ejercicio de la libertad de expresión, en las que tienen cabida la ilimitada participación en la emisión de opiniones, ideologías, religiones, creencias y preferencias de cualquier tipo. En términos técnicos, esta libertad es casi absoluta (Trejo Delarbre, 2006: 165).

Una libertad ampliada que, sin embargo, tiene dos caras antagónicas. En una se cometen excesos, abusos y se generan confusiones, como cuando se hacen circular informaciones falsas alarmando a las colectividades sobre posibles desastres naturales o accidentes producidos por el hombre de consecuencias indeseadas. En la otra, la solidaridad de millones de ciudadanos que brindan su ayuda y envían donaciones en

los casos reales de terremotos, inundaciones, deslaves, atentados terroristas masivos y otros hechos donde se registran grandes pérdidas humanas y materiales.

Hay una condición política importante en esta ampliación de libertades. Germán Rey (2008: 137) la describe como el acceso democrático de la información donde las relaciones entre información, transparencia informativa y rendición de cuentas públicas son procedimientos plurales en la construcción de la opinión pública. De allí surgen las agendas sociales, por un lado benéfico en la ciudadanía, como también las tensiones entre la información y la gobernabilidad, un aspecto algo incómodo entre las estructuras del poder público. Desde su práctica, los ciudadanos presionan sobre la calidad de la información, su diversidad y pluralismo, como una consecuencia directa del campo de acción adquirido por la gente y su incorporación en la vida diaria, con una revaloración significativa en la percepción del derecho a estar informado, su impresión en la configuración social de la ciudadanía y la importancia que comienza a reconocer en el acceso a la información pública como mecanismo de participación en la gestión de sus comunidades.

Una definición necesaria

Para el periodismo, la noticia es su género fundamental, unidad básica que por propósito tiene el dar a conocer los hechos de interés colectivo. Desde la tradición, la noticia ha sido vista como el menos de los subjetivos entre los géneros de la

información. No da opiniones ni comenta nada, tan solo se limita a la narración de lo acontecido y allí queda. No hay cabida en ella a las interpretaciones. Su sola esencia es suficiente para que sea el lector quien saque sus propias conclusiones, siempre que la noticia ofrezca las respuestas a las preguntas clásicas que formulará Harold Lasswell, el qué, cuándo, dónde, quién, por y para qué. Su verosimilitud depende de ello. Porque la noticia es la medida científica del periodismo (Nuñez Noda, 2009: 115).

Ella refiere siempre a hechos, no a pensamientos ni ideas abstractas. Se le pide que sea relevante y actual, lo más “objetiva” posible, equilibrada, exhaustiva, que presente todos los ángulos de los hechos que relata, los cuales son trascendentes y le son próximos al público. Es el registro de lo que produce extrañeza y conflicto, propio de los hallazgos y hazañas, relativo a progresos y prominencias de personas y lugares, encerrado todo en la idea de que es interesante para los miembros de una comunidad.

La noticia es una categoría social y cultural creada sobre la necesaria construcción de representaciones del mundo que tienen los ciudadanos. Para Gonzalo Abril (2005: 236-237), es un género discursivo que se identifica como texto y como producto institucionalizado del ejercicio periodístico como práctica de producción cultural en los sistemas sociales, políticos y económicos que definen la comunicación masiva. Resulta entonces de un entramado de interacciones y se convierte en la

primera narración que da sustento y materia bruta a los otros relatos informativos en crónicas, reportajes y entrevistas. Es una primera instancia en la toma de decisiones que a la postre proporcionarán otras historias.

En su elaboración, el periodista selecciona y clasifica los hechos que llegarán a ser noticias (no todos lo logran), así como las expectativas de sus audiencias y los significados que representan dentro de la sociedad. Además del sentido común del periodista para identificarla y reconocerla, la noticia también es definida por la lógica productiva que igualmente la selecciona, clasifica y la ofrece en el espacio de una determinada sección del medio que la difundirá. Mientras la razón del periodista se ocupa de identificar los valores noticiosos que interactúan con la vida cotidiana de la gente, la lógica productiva del medio determinará cuales son los elementos y criterios de lo noticioso que filtrarán los hechos hasta convertirlos, finalmente, en noticias.

Desde la lógica del periodismo ciudadano, en cambio, las relaciones de producción de la noticia se desdibuja en un plano más horizontal al romperse la relación de dependencia entre el proceso periodístico y el público al que va dirigido, en cuanto es el mismo lector quien identifica y selecciona la noticia entre los hechos que ocurren a su alrededor, sin supervisión ni flujo de trabajo en la base de un ámbito administrativo. La clasificación no ocurre, más bien se producen miles de conversaciones simultáneas y distribuidas con inmediatez a través de Internet. Es decir, en este caso la organización central noticiosa que controle el intercambio de

información desaparece. “La conversación es el mecanismo que transforma los roles tradicionales del periodismo y crea una ética dinámica e igualitaria de dar y recibir” (Bowman y Willis, 2003: 9).

Para los periodistas Jean Francois Fogel y Bruno Patiño (2007: 30), el periodismo de la era digital se encuentra en el lado opuesto de su antecesor: es descentralizado, interactivo, abierto e innovador. Donde antes las noticias e informaciones eran controladas por los jefes de información de los medios, quienes deciden que llega o no a ser noticia, en el mundo digital ésta circula con libertad en forma de mensajes instantáneos desde dispositivos tecnológicos inteligentes y extremadamente móviles.

La prensa, todos los medios mezclados, van sencillamente a reconstruirse o a construirse en función de las realidades que se han hecho inevitables: la primacía de Internet; la obligación para un medio de organizar su presencia en la red; y, por último, la coexistencia de dos mundos, el real y el virtual, que los periodistas deben cubrir. Éste es el nuevo régimen de la prensa en la era digital. (Fogel y Patiño, 2007: 29)

La producción ciudadana

En la red, la función de participar tiene sentido en cuanto los ciudadanos ganan estatus o construyen reputación en una comunidad, crean conexiones con otras

personas que tienen intereses similares en línea y fuera de ella, procuran sentido y entendimiento, informan y son informados, entretienen y son entretenidos, crean contenidos y son libres de divulgarlos a sus iguales. Ahora bien, como en toda democracia, estos nuevos modelos de participación masiva tienen reglas estrictas y limitadas que buscan balancear tensiones posibles que puedan surgir entre los grupos y los participantes individuales.

Estas reglas tienen dos sujetos fundamentales. El primero es el administrador o anfitrión del sitio, quien puede determinar entre otros recursos, el requisito del registro de usuario como condición previa a la participación. El segundo sujeto es la misma comunidad de miembros, a través de moderadores elegidos para vigilar el flujo de comunicación y adecuarlo a los cánones acordados dentro del entorno de la página, según los límites establecidos por los mismos usuarios sobre qué es apropiado y qué no en un foro de discusión abierto.

También la regulación de los niveles de confianza y reputación de las noticias emitidas en entornos participativos deviene igualmente del modelo ciudadano para el establecimiento de normas que regulen los derechos y deberes de los usuarios, en función de conseguir la confiabilidad necesaria para el ejercicio libre de lo democrático. Bien reconocido es que en los modelos periodísticos tradicionales esta confianza es construida de arriba hacia abajo, con una fuerte participación de los *gatekeepers* o periodistas responsables de las jefaturas informativas que administran

las agendas noticiosas para determinar, de un modo profesional, cuales de las noticias recolectadas tienen un nivel satisfactorio de verificación que las hace ser fidedignas y confiables para ser difundidas masivamente. Los medios han basado sus patrones de credibilidad en este sistema productivo de selección y clasificación de la verdad.

El proceso de construcción de la confianza en los modelos participativos, a cambio, se basan en una relación inversa en la que la credibilidad y la reputación se va ganando a pulso, a partir del comportamiento de los ciudadanos y el correcto manejo de la información que suministran, en el que usan un sistema de clasificación y calificación de los contenidos que son copias fieles de lo aprendido como lectores y espectadores del modo tradicional de narrar noticias. Quien establece apropiadas prácticas informativas en línea gana en reputación y sus aportes son leídos y recomendados. Quienes no lo hacen, quedan fuera del juego. Ese mecanismo de autorregulación se ha establecido a partir de las herramientas tecnológicas pero bajo las premisas ideológicas que se heredan de cuatro siglos de prácticas periodísticas detrás de la verdad en cada noticia.

La novedad radica en las fórmulas de evaluación usadas por el público antes de decidir en qué creer y en qué no. El hipervínculo resulta ser el gran aliado en este proceso, como un sistema de verificación basado en los enlaces a otras páginas, la medición de las opiniones a través del voto en encuestas, la citación y referencias cruzadas a otras notas informativas disponibles en la red, entre otras acciones útiles

que permiten la tarea de descentralizar la reputación de un medio como emisor de informaciones fidedignas.

Cuando se intenta una caracterización sobre cómo y con qué elementos se ha construido el modelo de periodismo ciudadano, se consigue identificar las recíprocas enseñanzas que, en torno al valor representativo de la noticia, encontramos por igual en el periodismo como en el concepto de ciudadanía. Un buen punto de partida son las descripciones hechas por Bowman y Willis en *Nosotros, el medio* en torno a la interrogante de cómo las audiencias han ido modelando un nuevo enfoque para producir, consumir y hasta entender la noticia y la información periodística.

Por ejemplo, a través de los grupos de discusión las personas intercambian y comparten informaciones que les resultan interesantes, en temas tan variados que pueden ir desde los movimientos del mercado de valores hasta el seguimiento de los resultados de los equipos deportivos de sus preferencias. En grupos de discusión se plantean preguntas que todos procuran responder desde visiones múltiples y particulares, en canales de comunicación asincrónicos (listas de correos, tableros de mensajes y foros, entre otros) o sincrónicos (chat), dependiendo de la disponibilidad y el momento de conexión de la persona. Funcionan con la vigilancia de un moderador, quien lee, edita y filtra los mensajes de acuerdo a las normas de participación establecidas por y para el grupo.

Sus bondades se ubican en las facilidades que brindan para ampliar la participación, con una entrada de pocos pasos y sin mayores compromisos de permanencia, lo suficiente para que cada participante tenga el número de experiencias que les resulten significativas. Pero los foros pueden llegar a ser muy abiertos y acumular tantas entradas que se convierten en ruido, desvirtuándose el sentido inicial de la discusión propuesta, incluso con la introducción de comentarios en extremos negativos. La moderación, a veces muy necesaria para evitar los excesos, hace que el diálogo sea lento y pesado, con incidencia en la atención prolongada de quienes participan en la conversación. Además, muchos inconvenientes legales que ocasionan comentarios inapropiados resultan costosos en términos de controles y soluciones posteriores, que el administrador debe sopesar incluso frente a los intereses de sus anunciantes.

Otra forma son los *weblogs* o *blogs*, como corrientemente se nombran a estas bitácoras en línea cuyos contenidos son abiertos y tan variados que pasan de ofrecer un diario de noticias a mostrar proyectos personales, imágenes, vídeos, creaciones literarias, con contenidos cortos o largos según la necesidad o deseo informativo del autor. Se habla de ellos como de medios de modelos variados. Según la distribución de sus contenidos, por ejemplo, los *blogs* individuales representan la fórmula de uno-a-muchos, mientras que los de grupos van en una relación de muchos-a-muchos, comunicándose a través de enlaces entre ellos y constituyéndose en una comunidad conocida con el nombre de *blogosfera*.

Se presenta como una herramienta y un formato de fácil publicación en Internet que se popularizó en muy poco tiempo y hoy es usado por millones de personas en todo el mundo. Hay quienes creen que nunca antes había sido tan sencillo editar un texto para un público global (Rengel López, 2005: 2). Y que sus ventajas radican en que en este formato de publicación lo más importante son el usuario y el contenido, más que los aspectos técnicos y de presentación de la herramienta como tal. Un *blog* es un diario en línea hecho a partir de enlaces y entradas (*post*) que se organizan y aparecen en orden cronológico inverso, es decir, el lector siempre podrá leer primero el contenido más reciente, con informaciones de variadas naturalezas, incluidas las de carácter noticioso. Son estas características de gran accesibilidad, variedad, hipertextualidad, e interactividad lo que dinamizó el proceso para que se convirtieran en un canal informativo y participativo para la ciudadanía.

También han sido el foco de atención en el debate sobre cuáles formas de publicación digitales pueden ser consideradas periodismo y cuáles no. La periodista española Irene Rengel López cita a la investigadora Rebecca Blood (2002: 23) cuando señala que, en su visión del problema, los *blogs* complementan al periodismo tradicional al evaluar, aumentar y filtrar la información que aportan los periodistas desde los medios tradicionales, incluso en sus versiones digitales. En visión contrastada, también cita al periodista Guillermo García López (2003) quien cree, a cambio, que más allá de complementar, este tipo de medio digital desarrolla tres vertientes fundamentales del ejercicio periodístico: informar, interpretar y

argumentar, resaltando noticias de interés, expresando opiniones y aportando visiones personales sobre un determinado acontecimiento o noticia. Los *blogueros* entonces actuarían como *gatekeepers*, comentaristas y cronistas en una intermediación informativa que establecen con sus lectores, creando vínculos entre el filtro y la información, al escribir sus apuntes, comentarios, interpretaciones y opiniones compartidas (Rengel López, 2005: 9).

Para el catedrático español Ramón Salaverría (2007) la discusión, en tal caso, tendría sentido tras estudiar el medio *weblog* en cuanto asume el género informativo desde la perspectiva dialógica, ya que también a su entender este formato de difusión digital puede ampliar, matizar y hasta corregir algunas informaciones emitidas por la prensa, a través de comentarios y opiniones sobre un contenido en particular. En este diálogo, el *bloguero* se convierte en un mediador entre sus pares, es decir, la audiencia y la noticia. Para este y los otros autores citados, la idea de Gillmor sobre el periodismo ciudadano y su carácter participativo no concurre en ninguna contradicción para el ejercicio periodístico, en cuanto la producción noticiosa se convierte en una forma de conversación entre periodistas profesionales y ciudadanos, expertos en los ámbitos informativos de los que participan y testigos de primera fuente en los acontecimientos que evidencian, un diálogo entre autores y lectores que conforman lo que sus defensores denominan la crónica ciudadana en vivo. Pero, surge aquí la pregunta que todos se hacen, ¿son periodistas los autores de *blogs* al

ejercer estas y otras mediaciones entre el público y la información? Veamos un intento de respuesta, entre muchas posibles:

Independientemente de sus plataformas, la diferencia entre la prensa establecida y quienes publicamos en ella, y los medios alternativos y quienes colaboran con ellos, estriba en que mientras éstos ofrecen información de forma inorgánica, el periodismo ofrece noticias sometidas a un sistema de clasificación. Es decir, cualquier persona no se convierte en periodista por el hecho de difundir información por medios a su alcance si no cumple con un sistema de selección y de valoración tanto de lo que va a publicar como de la forma en que lo va a hacer. O lo que es lo mismo, el periodismo ofrece una clasificación de la realidad, no una versión personalísima de un hecho aislado (Albarrán de Alba, 2008: 3).

El periodismo no se agota en el acto de reportear, no los recuerda el autor mexicano anteriormente citado, creador de la página Saladeprensa.com. Para él, a cambio, el periodismo es un conjunto de acciones especializadas capaz de ofrecer interpretaciones de los sucesos sobre bases específicas, un acto completo para determinar los contenidos que aseguren ese sistema de representación de la realidad, que incluye el aislamiento, el ordenamiento y la interpretación de los hechos que se informan (2008: 4).

Estos puntos de discusión han sido activados por el fenómeno del *blogging* y sus prácticas en la sociedad de la información de los tiempos actuales. Pero otras aristas son las que, más recientemente, han incorporado el *microblogging* y las redes

sociales al debate del periodismo y sus transformaciones en la era digital, con Twitter y Facebook como sus dos representaciones de mayor impacto y popularidad, tanto en ciudadanos como en periodistas, con una fórmula sencilla y concreta: los sujetos de cualquier bando responden, en 140 caracteres, en qué están pensando en un determinado momento. Al parecer, un nuevo modelo de medios ha surgido a partir de este momento, uno donde carece de sentido el leer las noticias en sentido unidireccional sin poder comentarlas, compartirlas y reenviarlas a nuestros contactos (Dans, 2009: 37).

Hoy, un medio ya no puede ser un simple lugar al que acudir en busca de noticias: tiene que ser, además, una “máquina de café virtual” donde poder convertirlas en el sujeto de una conversación, en un objeto social. Las noticias sin contexto no tienen sentido, y el contexto viene dado por la interacción de dichas noticias con la red social que rodea al individuo, al lector. Una red social que se conforma de maneras enormemente diversas, pero que proporciona al usuario una experiencia marcadamente diferente. Y obviamente adictiva (Op cit)

Al debate sobre las transformaciones del periodismo dentro de los cambios de relaciones con las audiencias, se incorpora ahora el análisis de las ventajas y desventajas que los periodistas encuentran en la incorporación del *microblogging* como herramienta de construcción del trabajo reporteril. Twitter, por ejemplo, difunde información de manera instantánea, en tiempo real, con un potencial de crecimiento de audiencias importante, donde muchas voces y perspectivas de los

acontecimientos dialogan al mismo tiempo, porque cualquiera puede usar la herramienta, lo que hace que el testimonio de testigos y observadores de primera línea estén al alcance de la mano del periodista, sin edición de mensajes ni filtros, con una penetración infinita a otras informaciones a través de enlaces, lo que permite, según sus defensores, una real democratización de las noticias.

En el lado opuesto, los riesgos también son considerables: poca verificación, límite textual reducido a 140 caracteres, la brecha digital que hace que la tecnología no llegue a los más pobres, puede convertirse en un canal para la difusión del rumor y la desinformación en noticias de último momento, cae en la mira de la censura de los poderes o sirve de medio para difundir propaganda, se ausenta el análisis y los significados más profundos, a cambio aparece el *spam* y los gusanos informáticos y, sobre todo, se confunden identidades reales con las falsas en el mismo espacio igualitario y democrático.

La prensa tradicional, como modelo de negocio que busca la rentabilidad y trata de no perder el público que lo sustenta con sus consumos, ha ido incorporando poco a poco las herramientas de feedback que representan las bitácoras digitales, las redes sociales y los servicios de micro mensajes. A través del Twitter, por ejemplo, envían a sus lectores los titulares de las noticias más importantes que aparecerán en la edición del día siguiente. Por medio de los *blogs* de sus periodistas, otra forma, consultan a las audiencias y pulsan la opinión de la gente sobre temas de la actualidad

noticiosa. En sus versiones digitales, permiten a los seguidores de los medios colgar fotografías y videos captados con sus dispositivos digitales móviles desde el lugar en el que ocurren los acontecimientos. ¿Una salida acaso a la caída del interés del público por los productos originales de la prensa tradicional?

De uno y de otro

Para el periodista español José Luis Berbería (2010), la democracia comunicativa ya habría sido inaugurada gracias al Internet y su condición de agente libre, gratuito, simultáneo, horizontal, ilimitado, dispuesto a dar satisfacción a las audiencias y que, con su esencia, ha establecido un cambio de paradigmas en las relaciones tradicionales entre prensa y ciudadanía en las que se permiten la entonación de todas las voces y el decir de las verdades más allá de las presiones de los poderes que en tantas ocasiones callan los medios. Queda, nos dice, por fuera el hasta ahora instaurado oligopolio de los periodistas, como elite profesional, sobre el público que había estado por tiempos anteriores en condición pasiva ante sus derechos informativos.

Quienes creen que pueden suplantar sin problema al periodista podrían hacer el ejercicio simple de elaborar una noticia en el tiempo en que lo hacen los profesionales, para comprender que captar lo significativo, ordenar con criterio los datos, contextualizarlos y redactarlos de forma comprensible y atrayente es una tarea que requiere el saber del oficio. ¿No

hemos visto a escritores consagrados naufragar en el género del reportaje y a intelectuales perderse en entrevistas-río sin principio ni fin? Con sus miserias y el pesado lastre de sus otras tres pes domésticas -paro, precariedad y presiones-, el periodismo, donde el éxito es siempre efímero y la reputación profesional discurre al borde del precipicio, cumple una función imprescindible (Barbería, 2010)

Pero también hay quienes observan y analizan, en la revisión histórica del periodismo del fin y principio del milenio, que cierto quiebre interno de la prensa que lo ha acercado más a los poderes –sobre todo político y económico- y alejado en consecuencia de su público, con el fin de imponer sus *agendas setting* en una selección y jerarquización de realidades no siempre en sintonía ciudadana, es la verdadera razón por la que se plantee una posible crisis de credibilidad, de referencia y, por último, de profesionalización del periodismo tradicional.

En esta perspectiva, los investigadores Guiomar Salvat y Pedro Paniagua (2007: 228) encuentran que esta fractura entre la responsabilidad social y el establecimiento de la agenda es denunciada hoy en día incluso por los mismos periodistas, al observar como cada vez más las informaciones han sido preestablecidas en gabinetes de prensa y direcciones de comunicaciones de los gobiernos, empresas, partidos políticos, organizaciones sociales y religiosas, con el objetivo claro de captar la atención de las audiencias ganando espacios mediáticos destinados a la noticia. El periodismo ciudadano se presenta, desde este enfoque del

problema, como una alternativa de construcción noticiosa conectada con las audiencias, una fórmula de reestablecimiento de relaciones perdidas entre lo que se informa y lo que se espera de la información ofrecida. Quienes defienden esta postura, ven en la fórmula ciudadana una alternativa que devuelve y amplía espacios de libertad, sin que por ello crean en un fin de las estructuras tradicionales, más bien lo entienden como una oportunidad para el cambio hacia modelos más democratizados.

En opinión de Albarrán de Alba, el asunto va más allá del dominio y control tecnológico que la sociedad de la información impone como una urgencia básica a satisfacer por parte de los ciudadanos. Bien poco importa entonces la actualización oportuna –que de ser exacta implicaría el cambio curricular de los programas de formación periodística de un semestre a otro en todas las universidades del mundo– sino el cómo herramientas tan comunes entre los más jóvenes como Twiter, Flirck, RSS, Flash, Tags, Widgets, Podcast, CSS, Blogs o Wikis pueden ser utilizadas con fines periodísticos, con la mira puesta en el reporte de las fuentes, la verificación rigurosa y la escritura excelsa en la difusión de las noticias entre los ahora “prosumidores” ciudadanos. Así, tan solo tendría sentido el afán por la supremacía tecnológica si se ponen al servicio de buen periodismo. La pregunta que surge entonces es: ¿Cuán conscientes están los periodistas del potencial cooperativo de los nuevos dispositivos, redes y programas digitales, así como de los riesgos que corren en la vorágine vertiginosa de colocar de primero la noticia? Pero también, ¿qué tan

sensatos logran ser los reporteros ciudadanos a la hora de anteponer el uso de la tecnología a los valores intrínsecos de la información de los hechos que narran, describen, plasman y muestran a partir de sus elaboraciones textuales, audiovisuales, multimediales e interactivas?

En las oportunidades que se han consultado a los *blogueros* sobre los valores que agregan en sociedades el ejercicio del periodismo ciudadano, tal como el estudio realizado en 2007 por el Instituto para el Periodismo Interactivo de la Universidad de Maryland, en Estados Unidos, titulado *Medios ciudadanos: moda o el futuro de las noticias*, estos encuentran que el mayor interés está centrado en la creación de oportunidades para el diálogo y en que proveen información local no disponible en otros medios informativos, en una ponderación del 82 % de importancia según los consultados. Otros valores aportados tienen que ver con que el periodismo ciudadano complementa a los medios tradicionales de las comunidades (77 %), construyen conexiones para la comunidad (74 %) y hacen seguimiento y control a los gobiernos locales (61 %). Con menos intensidad, pero no menos importante, resultaron las razones relativas a que ayuda a los ciudadanos a resolver problemas (39 %), fomentan el ejercicio del derecho al voto (27 %) y participan en la difusión de las campañas de los candidatos electorales (17 %). Una gradación de valores donde la estimación más importante está puesta en la capacidad de permitir que sean escuchadas las voces de los otrora ciudadanos pasivos.

La noticia, en este contexto de pluralidad de representaciones, sin embargo ha desminuido su tiempo vital hasta convertirse en efímera referencia informativa. Solo basta hacer seguimiento durante unos minutos a las actualizaciones del Twitter para entender este problema: la relatoría en tiempo real de los hechos hacen que si un usuario no lee en el momento un mensaje difícilmente tendrá oportunidad de hacerlo más adelante, a consecuencia de una abrumadora proliferación de contenidos. La inmediatez y la velocidad, en este caso, juegan el papel de decantar, según los intereses de las audiencias, cuáles informaciones merecen continuidad y cuáles no, según el grado de impacto en los ciudadanos, con lo cual se garantizan una mayor permanencia en el espacio de difusión en estos medios sociales. El periodista, a su vez, puede encontrar en estas circunstancias marcadas por el tiempo apremiante un potencial real de comunicación con testigos de línea en procura de información valiosa en el reporte de las noticias, medir el pulso de la opinión pública e, incluso, captar las primeras impresiones que lo conduzcan hacia una potencial noticia.

Entonces, al observarse de cerca los cambios que desde la ciudadanía se están registrando en el ejercicio profesional del periodismo, en el marco de las sociedades globalizadas por el lenguaje de lo digital, los nuevos atributos noticiosos asociados a la interactividad, la inmediatez y la velocidad de transmisión cobran una importancia cardinal en la comprensión de las oportunidades inéditas o en el reconocimientos de riesgos desconocidos.

En los cursos en línea que se imparten a los periodistas, como los ofrecidos por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano por ejemplo, se les pide aprendan a reconocer en herramientas sociales como Twitter y Facebook las utilidades provechosas en la procura y producción de noticias: alertas informativas que informan de hechos de último minuto, la construcción de crónicas en tiempo real, la participación ciudadana o el tan anhelado feedback del público en una conversación sin intermediarios, la transmisión de contenidos multimedia, la facilidad de seguir una situación particular a partir de las palabras clave (*tags*) y la sindicación (RSS) de temas eventualmente prioritarios, el análisis de la opinión pública a través de encuestas propias de fácil y rápida aplicación, la oportunidad de establecer redes y comunidades en torno a un tema en particular y su aplicación en la construcción de una valiosa y nutrida agenda de fuentes, en fin, un amplio y nuevo campo de actuación en donde la audiencia ya no solo está en la mira del reportero como aquel receptor final del producto noticioso sino que se convierte en un aliado y fuente primaria del trabajo cotidiano en procura de la información que publicaran en medios tradicionales con la ayuda de los hacedores de los llamados medios sociales y sus periodistas ciudadanos.

Aparte del potencial canal de indagación informativa que ofrecen las redes sociales, los periodistas también están aprendiendo a reconocer las oportunidades que estas ofrecen en el fortalecimiento de la credibilidad y el reconocimiento valorativo de su trabajo reporteril entre las audiencias. Es una respuesta natural al contacto

directo establecido con el público que resulta ahora en fuente para la investigación sobre todo de noticias de contenidos más humanitarios, quizás apartadas de las agendas *setting* de los grandes medios pero de interés primordial entre los seguidores de redes sociales locales y comunidades particulares.

Si al inicio de este capítulo señalamos que el hecho de que la difusión noticiosa corra hoy una carrera, con periodistas y audiencias en carriles propios, es una consecuencia directa de la capacidad formativa del periodismo, al cierre encontramos que no menos es lo que la democratización de las relaciones y la igualdad de las representaciones de la ciudadanía enseña a la práctica profesional de producción noticiosa. Es el tiempo para preguntarnos: ¿Estamos frente al declive de un modo tradicional de contar los hechos o acaso ante una oportunidad de crear una nueva narración del mundo? Intentaremos una respuesta en el próximo capítulo.

Capítulo tres

Yo informo, tú informas, ¿nosotros informamos?

El periodismo, en mi opinión, se encuentra entre las profesiones más gregarias que existen,
porque sin lo otros no podemos hacer nada.

Sin la ayuda, la participación, la opinión y el pensamiento de otros, no existimos.

La condición fundamental de este oficio es el entendimiento con el otro:
hacemos, y somos, aquello que los otros nos permiten.

Ninguna sociedad moderna puede existir sin periodistas,
pero los periodistas no podemos existir sin la sociedad.

Ryszard Kapuscinski

Los editores de la prensa tradicional piensan que Internet llegó para socavar las bases de una profesión anquilosada por el tiempo y culpan a esta red de todos sus males: caída del negocio publicitario, pérdida de anunciantes y consumidores que migran a la Web, irremediables cierres de periódicos. Otros, sin embargo, opinan que por lo contrario el periodismo no tiene futuro lejos de ella. Para el periodista Javier Godó (2010) la realidad se encuentra en un punto intermedio entre estas dos posiciones, al considerar que “la red no es el enemigo de los diarios, pero tampoco es el paraíso que acogerá el nuevo periodismo”, tal como lo señaló en un artículo de opinión publicado en la versión digital del diario español *La Vanguardia*. Al igual que muchos otros oficiantes de la noticia, piensa que la novedad afecta a todos los medios de comunicación sin que, no obstante, alguno sea capaz de aplastar a otro. Ya antes ocurrió, cuando la aparición de la radio y la televisión no eliminaron la

circulación de diarios en papel. Con Internet, la prensa tradicional ha visto incrementar en tres sus lectores, pero no a través de una propuesta de convergencia entre medios precisamente.

La salida que algunos periódicos han tomado ha sido la del cambio. La fórmula del periodismo interpretativo, que contextualiza y propone análisis de las informaciones, ha cobrado mayor importancia. Godó piensa que la prensa se ha reorganizado en esta perspectiva, pero también ha intentado la adaptación a Internet en procura de mayores interacciones con sus audiencias, con lo que no todos los medios periodísticos tienen garantizada la supervivencia, no al menos que sean reales referencias entre los ciudadanos en términos de calidad, rigor y compromiso reflejado en historias bien contadas, es decir, bien escritas.

Los poderes políticos están más preocupados por dotar a los individuos de una cultura de base estandarizada que por formar personas cultas. Y desde determinados centros de decisión se está apostando por una cultura informativa superficial y eminentemente gráfica. En este sentido, más que la crisis del papel, es posible que el papel que en realidad esté en crisis sea el de la educación. Nunca como ahora las nuevas generaciones habían tenido tanto acceso a la información, pero eso no es sinónimo de saber procesarla. El periodismo escrito es un ejercicio diario de jerarquización, pero también de interpretación, así que aquellos que en el futuro tengan que decidir en cualquier ámbito de actuación deberán tener presente a la prensa. (Godó, 2010)

Llama la atención, sin embargo, la insistencia que los editores ponen en el tema de la verificación y el rigor en la elaboración de las noticias, como si estos valores distancian y colocan en necesaria perspectiva las diferencias sustanciales entre el abordaje profesional y la experiencia ciudadana en la construcción y difusión informativa. Por ejemplo, el editor de *The New York Times*, Bil Keller ha señalado que mientras muchos de sus competidores se retiran ellos siguen apostando por un mejor periodismo, al que consideran la fuerza de su marca. “Creemos en el periodismo de verificación y valoramos más la precisión que la velocidad o la sensación”, dice. Keller parece estar convencido de que su medio sobrevivirá, entre un conjunto de buenas publicaciones, porque piensa que la sociedad demanda un periodismo serio y la mejor manera de ofrecerlo seguirá siendo los periódicos, más allá de que los dispositivos cada vez más móviles e inteligentes permitan a los lectores acceder y colocar noticias en cualquier momento y lugar.

Muchos otros, a cambio, tienen en mente el cálculo matemático para decretar el fin de la prensa, con especulaciones proyectadas en función de los factores actuales donde reporteros y público interrelacionan en una red recargada de informaciones relevantes y banales por igual. Philip Meyer, profesor de periodismo de la Universidad de Carolina del Norte (Estados Unidos), vaticina que en octubre de 2044 la edición, circulación y lectura del último periódico en papel, por lo menos en Estados Unidos. La razón de esta irónica alegoría, según el catedrático, no se centrará en la lucha por la primicia entre el papel y lo digital, sino en los cambios que se

generaran en el periodismo en una franca devaluación de su papel social en un mundo donde la comunicación será redundante, poco valorada y casi nada jerarquizada. En su libro *The vanishing newspaper* (2004) plantea lo que debería ser el reto en la sociedad de la información: salvar el periodismo. Para ello, los medios que pretendan sobrevivir no se centrarán solo en las noticias sino en ser socialmente influyentes (Gonzalo, 2008). Y la influencia, según Meyer, no es un producto comerciable, tal como si lo es la noticia.

Para el periodista español José Luis Barbería, según cuestionó en artículo de opinión publicado en el diario español *El País*, estas proyecciones han de ser un tanto exageradas y cita como ejemplo como en los 53 canales informativos de una ciudad como Baltimore, la prensa general en sus versiones de papel y digitales producen un 48 % de contenido noticioso propio, mientras que la televisión tan solo el 28 %, los diarios especializados el 13 %, la radio el 7 % y solo el 4 % en los llamados nuevos medios o medios sociales, a través de los formatos del *blog* y las páginas personales del Facebook y Twitter. La razón: los medios en Internet tienen en mira el ser los primeros en dar la noticia, pero limitados generalmente por el reciclaje de informaciones provenientes de medios tradicionales y por no agregar nada nuevo. “Sería una triste paradoja que la noticia verificada y contextualizada resultara engullida, precisamente, por la avalancha planetaria actual de fuentes emisoras y multiplicadoras de datos y opiniones”, tal como lo ve Barbería, al preguntarse entonces, de mantenerse esta tendencia, cuáles noticias difundirá Internet cuando los

periódicos, vistos por los apocalípticos como verdaderos dinosaurios de la comunicación, dejen de proveer informaciones valiosas y relevantes para los ciudadanos. La duda es válida y el fin del periodismo y del oficio del periodista no está tan claro como las predicciones hechas.

En el análisis que aporta el periodista colombiano Javier Darío Restrepo (2010), preocupado en los últimos años por el debate ético en el ejercicio y el negocio periodístico, el problema surge cuando los periódicos, previo a los tiempos de la era digital, habían apostado a la sobre información, con muchas más noticias en espacios más reducidos, en una carrera por informar en el lugar y momento de los acontecimientos, condiciones que Internet, a través de la instantaneidad como su arma más potente, desarticuló rápidamente al punto de estremecer las estructuras de muchos años de maduración en el negocio de contar de los hechos de interés público.

En el medio de esta disociación, el periodista había visto reducido su papel al de un animador entretenido en busca de la noticia breve y rápida, primero para competir con la televisión y ahora para hacerlo con la ciudadanía informando desde la red. “Es un hecho que si periódicos y periodistas quieren responder al reto de las nuevas tecnologías, deben recuperar su identidad, es decir, volver a ser lo que siempre debieron ser”, señala Restrepo al proponer un punto de quiebre interpretativo entre lo que plantea la metáfora y lo que realmente ocurre en el problema ético del ejercicio profesional y el periodismo ciudadano.

Este es el oficio del periodismo: representar en público los vaivenes y las tensiones de una sociedad, mostrar la vida de sus protagonistas comenzando por los más invisibles, percibir las fisuras que anuncian conmociones aun más duras en las relaciones humanas o en la convivencia social (Rey, 2007: 125).

La convergencia entre viejos y nuevos medios le plantean ahora un nuevo reto al periodismo. Germán Rey (2007: 47) lo observa desde una perspectiva que coloca en competencia los lenguajes de unos con otros, fuera de todo límite y en total conflictividad, que ocurre con la interacción de productos de la televisión con los textos del periodismo escrito, mezclado a la velocidad que Internet imprime. Los editores multimediales, vistos por unos como periodistas convergentes y por otros como meros operarios de tecnologías sofisticadas e inteligentes, pierden especificidad en el trabajo periodístico y ponen en riesgo la calidad de la emisión noticiosa, aunque ayuden al negocio a reducir costos. Visto de este modo, hablamos de un riesgo de alto calibre.

Pero expuesto de otra manera, nuevos grupos periodísticos vienen precisando competencias inéditas de narración, recuperación y organización de la información, con conexiones en extremo explícitas con otros lenguajes mediales, tales como el video, el sonido, también en la proliferación de otros textos, enlaces y cualquier otra ampliación de la información que le de pista al navegante, apenas posible en el modo de prensa tradicional. Aparece así otro periodismo, otro texto, otra noticia, una que

salta y es efímera, que no permanece quieta, que abre otras ventanas para recuperar memorias y construir nuevas historias (Rey, 2007: 48)

Otra perspectiva en la discusión la propone el español Jesús Flores Vivar (2008: 4) cuando señala que algunos críticos del fenómeno creen que los *blogs* configuran modelos emergentes de interactividad e inmediatez que ponen en riesgo la veracidad, la calidad y la capacidad de generar opinión, como funciones primordiales del ámbito periodístico. Por ello muchos se cuestionan y otros simplemente colocan el dilema en si se está o no frente a una forma real de periodismo, duda que en ocasiones es sembrada por los mismos seguidores de las bitácoras como nuevos medios alternativos. En manos de los ciudadanos los *blogs*, como nuevos medios, pueden efectivamente ejercer el contrapeso en la formación de la influencia que menciona Meyer. Pero esta condición no sustenta del todo la consideración de que sus autores puedan ser considerados periodistas, aunque el caso inverso si haya sido posible, es decir, el hecho que muchos periodistas en el mundo se hayan convertido en *blogueros*. Para Flores Vivar, en tal caso, la audiencia participativa se convierte en agente informador, un rol que no debe subestimarse cuando en muchos casos realicen un trabajo informativo de tanta o mayor calidad que la que ofrecen medios tradicionales.

En el nuevo esquema de relaciones interactivas entre la información y el público, la opinión y el comentario acertado no son exclusivos de los periodistas

profesionales y la autoridad sobre los temas de interés se ve repartida entre reporteros y lectores, o visto en un plano igualitario, entre informantes e informados. Muchos medios tradicionales aun no perciben en esto ninguna amenaza, pues creen que tienen los recursos necesarios para llegar a ser considerados como la magistratura definitiva. Sin embargo, para los autores de *Nosotros, el medio*, las organizaciones que giran en torno a la noticia deberán ceder espacio de influencia para que sean los ciudadanos quienes tomen las herramientas propias del periodismo y aportar algo en la construcción de una sociedad mejor informada y una democracia más robustecida (Bowman y Willis, 2003: 52).

Salidas diferenciadas

En la profesión periodística son muchos los que piensan que la noticia es algo que alguien quiere mantener oculto, por razones múltiples que siempre estarán relacionadas con el control por parte de los poderes. Desde esta premisa conceptual surge y se desarrolla todo lo que conocemos como periodismo de investigación. Desde su mecánica, en la medida que un reportaje interpretativo es el producto de una indagación profunda, el periodista que lo realiza gana en perspectiva, punto de vista y en competencias narrativas, desde la naturaleza del informar, es decir, de dar forma a la realidad, a partir del ángulo de un narrador diestro, sensible y acucioso con la verdad como elemento que conduce sus instintos investigativos. La innovación que aporta el periodismo investigativo tiene su fuente en las formas en que interpelan los

actores públicos en los hechos evidentes y el cómo interactúan con las resonancias producidas entre los ciudadanos, destinatarios finales de todo acto político realizado a partir del ejercicio influyente de lo social. “La vocación de verdad del periodismo se ha convertido en una estrategia de difusión de las versiones del poder, la institucionalidad y las elites” (Rincón, 2006: 113). Pero la libertad de su ejercicio pleno, en cuanto la producción de informaciones legítimas, suficientemente confrontadas, contextualizadas con acierto y rigor, no es un asunto que se deba dar por descontado, ya que alcanzar tal estado óptimo está cada vez más supeditado a cuánto se logre esquivar las presiones de los gobiernos, partidos políticos o los grupos económicos, entre otros poderes.

Al periodismo de investigación se le asigna la tarea más sutil y delicada de todo acto informativo que procure defender la transparencia en cualquier democracia. Si en la administración de los destinos públicos existen elementos ocultos o poco visibles, se entiende entonces que hay uno o varios intereses turbios detrás del velo. Si el trabajo de un reportero logra retirarlo, se dice entonces que el periodismo de investigación cumplió su rol de “perro guardián” del sistema. Nunca una metáfora ha sido tan acertada para describir una práctica de vital importancia en sociedades cada vez más propensas a corruptas transacciones de poder. Entre periodistas es común ver en éste al verdadero periodismo, uno de calidad y profesionalismo suficientemente alto para justificar su existencia y su permanencia en las necesidades de la gente. Lo indica Dario Klein (2001) cuando afirma que solo el periodismo de investigación

logra de un modo efectivo aclarar los aspectos oscuros de las sociedades, alcanzar el conocimiento profundo sobre las implicaciones de los hechos y, con todo ello, reducir la incertidumbre en la ciudadanía. ¿Pedirle más?, imposible. “En las modernas y complejas democracias modernas, es precisamente en el periodismo de investigación donde se produce una comunicación social de mayor racionalidad y calidad”, nos señala el autor.

Si los formatos informativos cotidianos del ejercicio periodístico profesional están restringidos ante la posibilidad de producir una reflexión, en la búsqueda de lo que está más allá de lo visible y de la explicación de las complejidades, ¿cómo puede entonces lograrlo el ciudadano y sus formatos tecnológicos desde la práctica de su libertad informativa? Es difícil lograr una respuesta satisfactoria a este dilema. Más fácil será, sin embargo, analizar cuán efectiva puede llegar a ser la participación de la audiencia en el debate público a partir del diálogo abierto e interactivo con los periodistas que investigan y proponen, con su trabajo indagatorio, todos los puntos de vista y lecturas posibles en los problemas que los atañen.

Así como el periodismo de investigación independiente busca desenmarañar y captar claramente las realidades perplejas, el ejercicio ciudadano hace su aporte con datos de análisis, perspectivas directas de parte de los afectados, testimonios de primer orden y visión clarificada de las complejidades inmersas en la noticia. La participación que procura el periodismo ciudadano se transforma en colaboración. Y

es la práctica investigativa del periodismo la que mejor se beneficia y saca provecho de este diálogo real con ciudadanos que generan y distribuyen información de relieve.

Otra cosa es el lenguaje periodístico propio del entorno multimedia y del nuevo paradigma: la interactividad. No es sólo una cuestión de narrativa, sino de adaptación del discurso periodístico precisamente para incorporar voces tradicionalmente ignoradas desde los medios en la construcción de nuestras historias. Esto, que parece nuevo, en realidad es lo que han hecho grandes periodistas desde siempre. Baste recordar a Kapuscinski y su atención al otro. (Albarrán de Alba, 2008)

Sin embargo, queda sin resolver el problema de la credibilidad de los periodistas ciudadanos, aunque ya están en prueba algunos algoritmos de evaluación capaces de indicar los niveles de fiabilidad de los informes colgados por *blogueros* y usuarios de redes sociales, tal como el que experimenta medios ciudadanos como *allvoices.com*. Las dudas son entendibles, toda vez que hasta ahora el público basaba su confianza en la credibilidad de los medios y sus periodistas. Según Oscar Espíritusanto (2009: 43) la nueva construcción del crédito sobre las informaciones de las audiencias requiere de tiempo y es un logro que alcanzarán los autores, sean periodistas o no, ganado a pulso a través de la publicación constante y seria de sus materiales informativos.

Ahora bien, existe una visión sistémica que indica cuán desarrollada y transparente puede llegar a ser una democracia desde el análisis de su producción de

reportajes interpretativos o de investigación, en niveles que miden las relaciones que los actores sociales tienen con el acceso informativo de todo tipo de fuentes, sobre todo las públicas y gubernamentales. Dario Klein (2001) describe cinco estadios de maduración social y democrática desde el punto de vista de la calidad del periodismo que se practique en las sociedades. En el primero, el más básico, se publica y emite sin censura previa, sobre todo de autoridades estatales, con lo cual representa el elemental ejercicio de la libertad de prensa, no exenta, sin embargo, a las presiones políticas y económicas que imposibilitan el surgimiento del periodismo de investigación.

En el segundo estadio, se observan a los medios iniciar la investigación de casos de corrupción de manera tangencial, es decir, sin ir a fuentes directas relacionadas con los gobiernos o grupos económicos poderosos, con lo que se garantizan protección judicial, política y económica para continuar en el negocio de la noticia sin mayores riesgos, aunque indirectamente queden a la merced del control y la intimidación implícita que los poderes a través de los mecanismos impositivos y de colocación de pautas publicitarias.

El tercer estadio es en el que se presenta una prensa con cierta autonomía económica y política para salvar controles y poder así ejercer la investigación libremente, bajo un sistema de garantías legales y democráticas, quedando tan solo en la necesidad ética de no ser denunciada por difamación y no ser juzgada por presentar

una parcialidad ante algún factor del conflicto. El siguiente o cuarto estadio es superior a la prensa misma, cuando la investigación llega a ir más allá de lo político y lo económico e incluye a los mismos medios de comunicación, poniéndose a prueba las lealtades y los intereses mediáticos de por medio.

Finalmente, el quinto estadio, el de mayor desarrollo, lo representa aquel donde todos los cuatro niveles anteriores están garantizados y, además, la sociedad y las administraciones públicas garanticen el acceso libre a buena parte de la información documental oficial, con lo cual la sociedades alcanzan la cúspide de la transparencia y el ejercicio de las libertades democráticas en cuanto al consumo y provecho de la información relevante. Ningún país en el mundo, vale decir, ha alcanzado este último estadio de manera definitiva y permanente, por lo que el modelo es aun una prueba experimental con algunos resultados interesantes en democracias como la de Estados Unidos, por ejemplo, con la aplicación de su ley Freedom of Information Act (FOIA) que garantiza el acceso a documentos públicos del Estado a cualquier periodista, siempre que no estén clasificados como secretos.

Entendido el asunto desde la óptica ciudadana, el reporte y la investigación de la actualidad, en un marco donde los medios cada día más se transforman en plataformas sociales, son dos principios fundamentales del nuevo periodismo en la era digital, según lo asegura Juan Varela (2010), periodista español autor de *Periodista 21*, célebre *blog* dedicado a los temas relacionados a los cambios sufridos

por el periodismo desde la aparición de Internet. Completan el decálogo del trabajo periodístico de estos tiempos la obtención y edición de contenidos, organizados por criterios profesionales, tecnológicos y los venidos de parte de los usuarios, publicados y compartidos en medios propios y distribuidos en la red a través de herramientas digitales, con la idea de llegar a una audiencia diferenciada en su consumo y activar la participación en los contenidos informativos accesibles independientemente de sus niveles de profundidad, pensando que el objetivo final sea el rendimiento social, cívico y democrático.

Varela propone cambiar la percepción de la información para entenderla como un proceso, que se aprovecha de las herramientas tecnológicas y las oportunidades de las redes sociales en el periodismo actual. Para ello, también los medios han de cambiar sus estructuras, renovando las redacciones y convirtiéndolas en una nueva red social, abierta y capaz de interactuar con el público en un ejercicio completo e igualitario del derecho a informar. “Pero además de cambiar la información y su proceso también es necesario crear espacios de participación donde el público se sienta cómodo y la conversación no se ahogue en el ruido y la furia que tanto imperan en algunos medios”, indica el periodista español.

La propuesta de comprender a la información como un proceso nace de la observación directa de la fenomenología reciente, cuando la incorporación de las redes sociales al flujo diario de emisión de mensajes noticiosos han desestructurado

las antiguas dinámicas del reporte y la cotidianidad periodística tradicional. Varela lo tipifica en un esquema de ocho pasos consecutivos. En el primero, se emiten alertas en la Web, a través de páginas como Twitter, Facebook, mensajes cortos de telefonía celular o los canales de sindicación conocidos como RSS. En apenas pocos minutos aparecen en estos mismos medios como noticias cortas, completando el segundo paso.

En un tercer paso, se incorpora la participación del público y las fuentes, con reacciones de las comunidades a la información que aun es tan solo un mensaje digital. El cuarto paso del proceso ya presenta en Internet la noticia completa, con la incorporación de los datos documentados y enlaces externos, incluso con recursos multimedia. Se completa en un quinto paso, destinada a la versión tradicional, donde se incluye la interpretación y los opiniones de los lectores recogidas por la Web. En el siguiente momento, circula la nota periodística de la edición impresa también en la Web, a través de documentos de hipertexto (html) o condesados (pdf).

El paso siete es para incorporar la información a las comunidades ciudadanas y hacerlos llegar a sus propios medios (*blogs*, redes, etc) a través de la arquitectura de tópicos o temas de interés clasificados por palabras claves o *tags*. Por último, la noticia se personaliza: cada usuario interesado la agrega al perfil de su página personal, la suscribe y la envía a sus seguidores y distribuye de este modo su mensaje. Y todo ocurrió antes de que la historia narrada llegara a las rotativas. Las premisas

cambian cuando la información se ve como un proceso: evoluciona mientras se reporta con la participación y la difusión a partir de diferentes medios, teniendo por delante el desafío de integrar al público desde el inicio y durante todo el viaje (Varela, 2010).

Desde estas novísimas dinámicas el periodista se constituye, en sí mismo, en una red social. También es público, participa y elabora su propia red de fuentes, colegas y lectores, aporta mayor calidad y fortaleza a sus nodos y contactos, convierte al público y a sus fuentes, por igual, en participantes de la información que elabora y su resultado final. Ahora, más que antes, el periodista trabaja por sí mismo en el fortalecimiento de su marca y prestigio profesional, más allá de la relevancia y oportunidades que le ofrezca la empresa mediática para la cual trabaja.

Los periodistas siempre han tenido red social. Contactar gente, observar, preguntar y convertir el resultado en información es el ABC del periodismo. Ahora además puede sistematizarse, multiplicarse y desarrollarse en lo que antes no se podía hacer más que en una escala mínima: en esferas de contacto, influencia y redifusión o republicación que ahora son mucho más inmediatas y eficaces (Varela, 2010).

Dicho de otro modo, lo que el cambio de paradigmas plantea al periodismo actual tiene grandes rasgos novedosos, aunque en la perspectiva que nos planteó

Kapuscinski la esencia sigue siendo la misma. Recordemos que el periodista polaco siempre dijo que el mejor camino para obtener una información relevante pasaba por la amistad, es decir, por las buenas relaciones alimentadas y cosechadas por el reportero con sus fuentes, colegas y público, con el fin de conseguir su confianza y empatía. “Durante mi experiencia profesional tuve muchos amigos que carecían de esta disposición de hacer amigos entre la gente, y tuvieron que dejar el periodismo porque no pudieron hacer mucho”, solía decir. Para él, el resultado final expresado en una noticia es el producto de una cadena de aportes de la gente que participó junto al periodista en la construcción de la historia. Una autoría compartida, en pocas palabras.

Sin embargo, también existen visiones que indican cierto grado de afectación en el periodismo una vez que entra en la producción noticiosa un lector que, al considerarse con talento suficiente, pretende intercambiar el rol y hacer el trabajo del periodista. Carlos Maciá Barber (2007: 127) anticipa este riesgo y observa como produce en la ciudadanía el ejercicio de una crítica muy dura al trabajo profesional, aunque también reconoce que con el tiempo se transforma en una aliada necesaria por el intercambio de ideas con los reporteros de oficio. En muchas ocasiones, el trabajo alcanzado por alguien en la audiencia supera en calidad a otro hecho por un periodista profesional, con lo que la creencia de Dan Gillmor se cumple: el público sabe más de un tema que le interesa que los reporteros que se ocupan de cultivar sus fuentes.

Otras afectaciones las reseña José Luis Barbería (2010) en la siguiente reflexión:

Además del anonimato, algo debe tener Internet para que, en estos albores, atraiga a tanto navegante en la intolerancia que ve en la charla en comandita, no un espacio para debatir y rebatir, sino un terreno de batalla. ¿Por qué pululan ahí gentes inclinadas a denigrar y despellejar, mentes perezosas que no leen lo que descalifican y sueltan lo primero que se les pasa por la cabeza? No son sólo los trolls, internautas especialistas en provocar y crispar, quienes asaltan los foros y arrasan el diálogo racional mesurado. Son, sobre todo, internautas que encuentran sentido a arruinar el crédito y la reputación ajenos, mientras pontifican sobre lo divino y lo humano.

Al salvar estos riesgos, la oportunidad de que los medios periodísticos se construyan a sí mismos como espacios para la participación libre de los ciudadanos parece ser una tendencia que no tiene vuelta atrás. Ya la información se ha instalado en las audiencias en el modo de conversación, donde escuchar, participar y hablar entre personas resultan las acciones más importantes, incluso si se toma en cuenta que el periodista también es ciudadano. Para Juan Varela (2010), todo pasa por situar al público en el proceso completo de la elaboración informativa. “La información y los contenidos son suyos y debemos hacerlos suyos”, dice el periodista español, para quien la utilización de los criterios de la gente resulta el valor agregado de las noticias, entendida desde su naturaleza ciudadana.

Como una salida a la mencionada crisis de credibilidad de los medios tradicionales, la alternativa que se está construyendo en la sociedad de la información, con Internet como gran aliada, es la conversión de los medios digitales en espacios públicos abiertos y accesibles. Entienden los expertos que, de esta manera, queda descartado el modelo que prevaleció por siglos en donde el periodismo, como referente social, circulaba a partir de formatos emisores unidireccionales. Para Varela, ahora los medios han de ser lugares donde estar y compartir. Y ya no solo porque así lo pauten las expectativas de las audiencias, sino por la participación y colaboración de éstas en la construcción de esos inéditos espacios. Muchas pueden ser las ganancias: mayor transparencia informativa, valoración de los criterios emitidos por la gente en sus comentarios, la transformación de la información como bien de uso e intercambio y no solo como objeto simple de consumo, el establecimiento de la conversación constante, la reunión y la formación del público como agente activo, entre otras.

Activismo participativo

Las mediaciones también han cambiado. Lo que antes se producía desde un proceso en el que los periódicos mediaban entre la información y los lectores, entendidos estos como actores anónimos que limitaban su representación a la esfera de lo referencial, cuyas opiniones apenas y llegaban a ser escuchadas a través de las “cartas al editor”, es actualmente un ámbito absolutamente participativo que coloca el

protagonismo de esta intermediación en el diálogo establecido por la gente con los periodistas y los medios en los que trabajan.

Para el catedrático catalán Lluís Pastor (2007: 149), ha sido siempre la noción de noticia la que ha dado una explicación del cómo los periodistas manejan una realidad social compleja, la trabajan y finalmente la ofrecen para la comprensión por parte de los lectores. Todo se reduce a ella, por eso se le reconoce su cualidad matriz entre todos los géneros periodísticos. En su condición de unidad mínima de información, la noticia puede dar cuenta con claridad inicial de una narración del mundo que cambia y se hace más complejo a cada instante. La comunicación se hace significativa para el público en la medida que ella responda a los elementos básicos de los hechos, a partir de las preguntas ya clásicas del qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué, en una gestión de la información a partir de la cual se produce la mediación.

Y, así, una de las bases de la gestión de los públicos o de las audiencias de un medio de comunicación pasa por la brevedad de las participaciones. Del mismo modo que para gestionar la información los medios se valen de una mínima unidad de información, la noticia, para gestionar al público los medios exigen que las aportaciones de los lectores se realicen a través de mínimas unidades de participación, las cartas al director, en el caso de los diarios y las revistas. Para gestionar las aportaciones en los espacios digitales, los medios también deben trasladar el

principio de unidad mínima, sin el cual cualquier nueva información se acaba convirtiendo en ruido, muchas veces ensordecedor (Pastor, 2007: 150).

Visto así, lo que describe Pastor es la existencia de una metamediación, como una extensión del tradicional arbitraje que vienen realizando los medios entre las noticias, sus fuentes, los periodistas y el público. Una vía de activismo participativo que ha resultado clave en las nuevas realidades, donde se gestionan las audiencias en la aplicación de criterios profesionales “para hacer entrar en valor las aportaciones, para reconocer nuevas fuentes de conocimiento y para fortalecer las relaciones entre los que forman parte del público de un medio” (Op cit).

Algunas teorías sobre el periodismo, como por ejemplo la aportada por el catedrático español Lorenzo Gomis (citado en Maciá Barber, 2007: 131), revalorizan sus funciones y les otorgan categoría de método interpretativo de los fenómenos sociales, al ajustarse a un sistema de categorías de aprehensión y análisis de las realidades vividas en sociedad. Lo hace en cuanto selecciona, de entre todos los acontecimientos, solo lo que significa algo para los ciudadanos, porque luego lo interpreta y traduce a un lenguaje comprensible a todos, destacando lo esencial y relevante y jerarquizando los elementos de la información en relación al aporte que tienen en la captación de la historia, para finalmente situarlo, ambientarlo, explicarlo y ofrecerlo en un mensaje comunicativo.

La interpretación lograda, según Gomis, puede alcanzar tres niveles de profundidad: uno primero es descriptivo y funciona como ordenador en la composición del presente con las piezas representadas en cada noticia. El segundo que es exegetico y se orienta a la comprensión de la actualidad desde la visión de los personajes y sus ambientes locales, procurando la contemplación del reportaje o la crónica desde su contexto social y trascendencia significativa hacia la revelación de sus posibles efectos. Y el tercero es de carácter moral, que analiza y juzga, desde el comentario y la opinión, los hechos y situaciones para esclarecer que tanto hay de bueno o de inconveniente e impulsar sus juicios hacia la comprensión del presente.

Desde la perspectiva de la preceptiva, la principal objeción, que no la única, al periodismo ciudadano, surge, primariamente, en relación con los géneros interpretativos. ¿Está el ciudadano en condiciones de respetar las normas deontológicas, inseparables del concepto clásico de la profesión? Cuestión todavía en el aire, porque las nuevas tecnologías de la información, es especial Internet, han transformado la profesión en su vertiente práctica, pero no en su dimensión ética. (Maciá Barber, 2007: 132)

Una manera de ver y entender la cuantía de los cambios entre los viejos y nuevos medios periodísticos, es observando las características de los dos modos. Resulta interesante y esclarecedor las tipologías que describe la investigadora Sandra Crucianelly (2010: 175), que divide esta historia en un antes y un después de la incorporación del público en el activismo participativo. Por ejemplo, el corazón de un

medio era su sala de redacción y el único modo en que se silenciaban las críticas emitidas era a través del control sobre la pauta publicitaria, de la cual dependía todo el negocio editorial. Los periodistas casi nunca o nunca interactuaban con las audiencias, la marca la aportaba el medio, donde convivían muchos profesionales en sus redacciones, lugar donde se hacía prácticamente todo el trabajo, con el rigor de una hora de cierre determinada e implacable.

El reporte se realizaba en solitario, con rutinas de trabajo predeterminadas. Las fuentes orales dominaban las crónicas y los periodistas cubrían siempre las mismas fuentes estáticas, donde los cables eran importantes fuentes de noticias y el teléfono fijo se usaba constantemente. Los reporteros debían cubrir distancias para llegar a las noticias. Se contaba con la certeza de identidades reales y el periodista a veces era comisionado a escribir publrreportajes. Las noticias llegaban a la redacción en forma de notas de prensa o gacetillas emitidas por los gabinetes de prensa de las instituciones privadas y entes gubernamentales, así como a través de llamadas telefónicas.

Hoy día, y he aquí la gran revolución, el centro neurálgico de los nuevos medios es su comunidad, integrada por reporteros, editores y público. Las críticas no pueden ser silenciadas, ya que si un medio no cuenta una historia otro sí lo hará y ganará al observar el incremento de sus audiencias. El negocio se financia ahora a partir del ofrecimiento de servicios, donaciones, el encargo de reportajes o

investigaciones por parte de la audiencia, como un modelo dinámico que descarta las recetas preestablecidas. Los periodistas dialogan con su público a través de las redes sociales y cada uno puede construir una marca propia. Existe poca gente en las salas de redacción y el reporteo puede ocurrir casi en cualquier parte: la calle, una oficina, el bar, una plaza...

La hora del cierre es constante y los reporteros trabajan en colaboración, sin rutinas preestablecidas. Como el público ya no cree en los testimonios orales, la confianza se crea ahora a partir de las pruebas documentales, las fotos y los videos colgados. Los periodistas cubren fuentes digitales muy dinámicas y los correos electrónicos son importantes fuentes de noticias. La telefonía celular sustituye a la fija, sobre todo las llamadas “inteligentes” que permiten todo tipo de conexión a la red. De este modo, ya las distancias no existen. A las identidades reales las acompañan otras virtuales, con nombres ficticios y representativos de un caso determinado. El publisreportaje desaparece porque no tiene valor ni cumple propósito alguno. La información llega por medio de e-mails, mensajes de texto de celulares, satélites, canales RSS y redes sociales, con Twitter y Facebook como las más populares.

Reciprocidad pragmática

Los periodistas en los nuevos medios siguen siendo periodistas sin olvidar su rol, aunque favorecen la pluralidad de ideas y la información de calidad. La primicia, que elaboran junto a sus colaboradores ciudadanos, adquiere una dimensión protagónica. Porque en estos nuevos medios sociales la multiplicación del acceso a los contenidos mediáticos se produce mediante todas las vías disponibles y sus mensajes se sustentan en el principio de calidad, investigación e independencia, como tres bases claras sobre la que construye la credibilidad (Crucianelli, 2010: 176).

Los periodistas generalmente sospechan de los nuevos métodos de reportería. Es cierto, esta es en realidad una de las profesiones más lentas en abrazar el cambio. Hace algunas décadas, los reporteros eran inseguros sobre usar en historias noticiosas citas obtenidas por teléfono, ese exótico aparato. En los años 90, las mismas reservas salieron a flote cuando los reporteros comenzaron a utilizar el correo electrónico. Hoy, a pesar de los avances que han sido hechos en los sitios Web periodísticos, permanece un desdén general por el nuevo medio por parte de muchos periodistas 'tradicionales' y una nostalgia por los viejos buenos días antes de que el panorama de medios fragmentado hiciera tan exigente el trabajo de capturar la atención de la audiencia. (Briggs, 2007: 55)

El debate va mucho más allá del reconocimiento de los múltiples cambios que se presentan en el funcionamiento tradicional del negocio informativo y las características en extremo abiertas, interactivas y participativas de los nuevos medios sociales. En los resultados de encuestas recientes, como por ejemplo las realizadas

este año por PR Week y PR Newswire, el 52 % de los blogueros en Estados Unidos están convencidos que son periodistas, aunque en sus *blogs* no publiquen noticias, ni siquiera contenidos netamente originales e inéditos. En controversia está, entonces, la representatividad de la *blogosfera* en el reconocimiento del periodismo participativo, como modelo de ciudadanía, que deja en el medio muchos asuntos irresueltos. Entre ellos, el asunto de si solo basta con poseer un medio y poseer las destrezas tecnológicas para la elaboración de mensajes de multimedia y su difusión a través del entramado de enlaces que significa el hipertexto en la Red, para que sea considerada una práctica real de periodismo, en su sentir amplio y primario.

La tecnología ha creado últimamente la ilusión falsa de que los periodistas son, simplemente, innecesarios. Bien porque su intermediación es prescindible desde el momento que los usuarios tienen el mismo acceso a la información y a sus canales de divulgación, bien porque cualquiera, además, puede a su vez servir de intermediario entre la noticia y el otro. Para Nuria Almiron Roig (2006) es absurdo esperar que los ciudadanos puedan llevar a cabo la labor nada sencilla de identificar contextos e interpretar los hechos tras dejar de un lado los prejuicios, creencias y suposiciones, muy dadas en aparecer en los foros de discusión, interesantes en la alimentación de las conversaciones, pero absolutamente incómodas en la construcción noticiosa. Visto desde esta perspectiva, en la convergencia digital de estos tiempos que corren, el periodista es más necesario que nunca: para ampliar tramas y proponer interpretaciones de los hechos, en una sociedad recargada de informaciones y de

múltiples versiones de la verdad, una tarea que al ciudadano, a veces encapsulado en un mundo virtual de sofisticación tecnológica, le resulta muy difícil de realizar.

La tecnología, también, ha asomado el peligro a la tendencia de apartar la atención del rigor y la verificación en la carrera por colocar primero la información, posibilidad alimentada por la velocidad insospechada que ha adquirido la transmisión de mensajes en la red. Si se supera el riesgo, esta condición a cambio puede transformarse en un elemento aliado en la investigación periodística, a partir de la multiplicación de fuentes y el acceso a distancia de datos e informaciones que alimenten y puedan negar o comprobar una hipótesis planteada para resolver algún asunto de sospechosa naturaleza. Para balancear hacia un punto neutral el riesgo con la ventaja, también son muy necesarios los periodistas en la sociedad de la Web 2.0.

Si estamos frente a una nueva manera de narrar el mundo, como comenzamos a sospechar, entonces el periodismo y los periodistas han de transitar pronto (muchos ya lo están haciendo, sobre todo los más jóvenes) por un proceso de reeducación y alfabetización digital. Pero también por una reconsideración de su formación ideológica e intelectual, que los conduzca a una apertura de nuevos escenarios en el que es obligatorio sentarse a conversar con el público, en una experiencia realmente nueva, sobre todo para las generaciones veteranas de esta profesión. Activistas y promotores del cambio paradigmático, el español Juan Varela entre ellos,

recomiendan ampliamente tomar la iniciativa y que sea el periodista el que aliente y favorezca las condiciones para el diálogo y la participación.

Hacerlo implica entender los espacios de la noticia como lugares abiertos y cómodos para el encuentro, lo que se logra a partir de la creación de comunidades de intereses o afinidades, redes de periodistas y de público, donde no importa el tamaño de la conversación sino la calidad de la discusión que allí se lleve, porque el valor está en la participación y no solo en la simple emisión de un comentario. El periodista deberá aprender a escuchar (parece una paradoja, pero tradicionalmente ha escuchado solo lo que tiene valor en su elaboración noticiosa) y a afinar la información para no perder el contacto con la realidad, ni con el interés de su audiencia. La construcción de la credibilidad y la confianza serán construidas no solo en compañía del público sino de la mano de sus seguidores, en una relación de tú a tú establecida desde el acuerdo de reglas claras, concretas y accesibles, teniendo claro que a la final la conversación es del público: el periodista y el medio servirán de guías, promotores y facilitadores del proceso, que deberán recompensar la participación con atención y amplificación de la información (Varela, 2010).

Pero también tendrá que aprender a investigar utilizando las fuentes tradicionales así como igualmente las que le ofrecen “la nube”, es decir, la base de datos digitales de proporciones magnánimas que ofrece Internet como lugar de resguardo informativo. Escribirá distinto y considerará en su narración lo heterogéneo

de su público, haciendo presentación no solo de texto sino también de imágenes, audio, video y recursos de diálogo como los foros. Aprenderá a utilizar el hipertexto para contextualizar y relacionar sus noticias con otras del sitio o de cualquier otro nodo de la red. Pero sobre todo ha de estar pendiente de ofrecer actualizaciones constantes de sus contenidos.

La más interesante de las perspectivas que ahora se abren, a partir del dominio de todas estas destrezas, tiene que ver con la construcción de plataformas independientes, en las que un periodismo de investigación sin corporaciones mediáticas que lo albergue y promocióne, tiene amplias posibilidades de desarrollo, con lo cual la vigilancia de poderes y sus actuaciones se producirá sin mediaciones ni intereses que salvar y ni resguardar. Nuevos sistemas de financiación introducen también la participación de las audiencias. Por ejemplo, la página *Spot.us*, creada por el periodista estadounidense David Cohn, ofrece reportajes de investigación donde los ciudadanos proponen los temas que periodistas independientes se ofrecen a investigar a cambio de una remuneración fijada por los administradores de la página y que serán elegidos por el público que, a su vez, pagará a través de donaciones el costo y los honorarios del periodista que finalmente sea el encargado de contar la historia escogida.

Pero los medios también obtienen beneficios en el cambio de sistemas. Para comprender cómo, es útil explicar el caso de la agencia de información ciudadana

Demotix, un sitio en la red con más de 14.000 miembros trabajando como “corresponsales ciudadanos” en 110 países del mundo, que reciben remuneración económica por las historias que envían, centradas en los hechos que ocurren en sus comunidades, historias de la calle preferiblemente. Los medios que no tienen recursos para enviar a un periodista a cubrir lo que ocurre en una localidad en conflicto o tras un desastre natural, adquieren los derechos de publicación de estas historias, sus fotos y videos y de este modo tienen y ofrecen a sus lectores una visión cercana de la noticia. El 50 % de los ingresos de *Demotix* se cancelan a los colaboradores que ofrecen a diario gran cantidad de contenido informativo con valor humano, noticias que las audiencias valoran por serles cercanas. Su fundador, Turi Munthe la define como “una plataforma abierta y segura para que la gente de todas partes del mundo pueda contar las historias que no podrían contar de otro modo; un megáfono para la libertad de expresión”.

Periódicos tradicionales como el inglés *The Guardian*, no han dudado en entrar en sintonía con lo que ocurre en la Web 2.0. Recientemente ha destacado la relevancia informativa que el periodismo ciudadano ha protagonizado en acontecimientos como el accidente de aviación en el río Hudson, en Estados Unidos, cuyas primeras imágenes se difundieron a través de Twitter, o las protestas organizadas tras la victoria de Mahmud Ahmadinejad en Irán. El medio destaca cuan importante es la colaboración del público en un nuevo tipo de periodismo de investigación y han hecho la apuesta de apoyar, comprobar y difundir a sus lectores.

Y le ha rendido beneficios, en términos de retorno de la credibilidad a un medio tradicional: con la emisión de una serie de vídeos ciudadanos grabados en abril de 2009, en las protestas la Cumbre del G-20 en Londres, sirvieron para mostrar los abusos de la policía contra los manifestantes y Paul Lewis, su responsable, fue nombrado periodista del año por la cobertura de los hechos realizada para *The Guardian*. (Gonzalo, 2010)

La participación de los usuarios en los medios, la creación de medios ciudadanos, los blogs, los periodistas del siglo XXI, las nuevas herramientas participativas de la Web 2.0, la colaboración a nivel global, la geolocalización, *cloud computing*, *crowdsourcing*, la interconexión de sensores a la red y los dispositivos móviles con conexión permanente a la red marcan las nuevas tendencias en la comunicación. Podemos esperar, en este nuevo marco, una evolución positiva y más democrática de la comunicación y del periodismo. (Espiritusanto, 2009: 44)

Como vemos, el futuro para el periodismo se plantea en el presente marcado por variopintas posibilidades. En algunas se exploraran nichos novedosos en formatos menos perecederos que los diarios de papel, donde el periodismo especializado podría tener un segundo aire y dirigirse a audiencias específicas que son, cada vez más, grandes expertas del tema que consumen. En otras, surge la posibilidad de un auge del periodismo investigativo, con importantes efectos en la construcción de una ciudadanía madura que reconsidere y de justo valor el derecho a informar y ser informado. La reciprocidad pragmática entre reporteros y público, en una conversación continua y transparente, derivará en consecuencia de la cooperación,

participación y diálogo interactivo. Un mundo de alternativas cuyos efectos, sin embargo, son aun difíciles de predecir.

Conclusiones

Una nueva narración ha sido creada...

¿Para bien de todos?

Un artefacto llevado lo suficientemente lejos tiende a reincorporar al usuario.

Los hunos vivían sobre sus caballos día y noche.

La tecnología señala y enfatiza una función de los sentidos del hombre; al mismo tiempo, los otros sentidos se amortiguan o caen en un sesudo temporario.

El proceso recupera la propensión del hombre a adorar extensiones de sí mismo como una forma de divinidad.

Llevado hasta el extremo, el hombre se convierte así en “una criatura de su propia maquinaria”

Marshall MacLuhan

El devenir de las noticias, aseguró la gente del The Media Center at The American Press Institute (2005), será el de un producto móvil, inmediato, visual, interactivo, participativo y confiable, producido por una nueva generación de narradores encargada totalmente de alcanzarlo. Ya comenzamos a ver esta descripción, en el uso de la telefonía inteligente y el acceso desde ella a redes sociales como Facebook y Twitter. Sin embargo, algunas cuestiones poco claras angustian a este grupo multidisciplinario de investigadores del futuro del periodismo, reflejadas en cuatro preguntas globales que aún están sin resolver.

La primera: ¿en qué pararán los periódicos como empresas mediáticas, es decir, los editores y periodistas tendrán trabajo en los próximos años? Esta pregunta quizás debería apuntar a saber cómo se informará la sociedad conectada, cuáles serán los nuevos roles de los medios y cuál la historia que representarán. La segunda pregunta, no menos angustiante: ¿de qué modo harán dinero las empresas periodísticas o de qué manera mantendrán el control de los mercados y la publicidad y de este modo continuar con el negocio de informar? Es decir, el reto a resolver girará en torno a cuáles serán las alternativas a la venta por publicidad y qué modelos de negocios serán capaces de capitalizar el mundo de la información.

El tercer dilema, relacionado al anterior: ¿cuál ha de ser entonces el modelo de negocio ideal para las empresas periodísticas y si éste surgirá a partir de Internet? En otras palabras, cuáles serán los modos comerciales que desde la red, las tecnologías móviles y digitales, hará lo mejor posible en función de la sociedad de la información y si las empresas periodísticas tradicionales podrán rediseñar sus propios negocios. Finalmente, la cuarta pregunta: ¿de dónde provendrá el periodismo y si realmente podemos confiar en que el ejercicio de ese derecho lo ejerzan otros ciudadanos iguales a nosotros mismos? Más allá de la desconfianza, ¿cómo una generación de nuevos y talentosos narradores utilizará múltiples formas y medios para crear y compartir historias que serán relevantes para los ciudadanos del mundo?

A lo que se refieren estos futurólogos es que habrá disponibles más herramientas, dispositivos, creaciones, formas y contenidos para una sociedad que compartirá pero también competirá por obtener más influencia y atención. Están convencidos de que los consumidores se convertirán en los narradores más importantes de la era, cada uno confiando en el otro pues se harán independientes de las historias que ellos mismos crearan pues la duda la pondrán en las elaboradas por las marcas y las instituciones. También creen que continuará el consumo pasivo de noticias, pero nuevas formas de interacción se desarrollaran porque, incluso, los consumidores tradicionales buscarán modos de construcción de contenidos cada vez más significativos.

Las audiencias, en este hipotético escenario, encontrarán en el acto el producto que desee. Tendrá a mano, por ejemplo, un Internet visual accesible en muchos dispositivos, para revelar historias audiovisuales tan reales que el usuario creará estar en el sitio de los acontecimientos. Los anuncios publicitarios estarán relacionados a los deseos de cada consumidor y entregados en las horas que este desee a través de todas las formas de comunicación disponibles. Redes personales de noticias en las que redactores expertos, productores y encargados de contenidos desplegarán todas las herramientas multimedia para informar sobre los hechos que atañen a otras personas.

Otras visiones sobre el futuro ha alarmado en los últimos años, ópticas que desalentan más a un gremio legítimamente preocupado. En el último trimestre de 2006 circuló en Internet un video, realizado por Robin Sloan y Matt Thompson para el Museo de la Historia de los Medios (Florida, Estados Unidos) bajo el título *EPIC 2015*, en el que se relata perspicazmente, de forma casi divertida, cómo morirá definitivamente en el año 2015 el periodismo tal como lo conocemos para dar paso a una avasallante “Construcción de Información Personalizada en Evolución” (EPIC, según sus siglas en inglés). En este breve pero intenso material audiovisual, los autores acuñaron la palabra “Googlezon” para destacar una hipotética fusión de Google y Amazon, una alianza nada ingenua establecida para lograr el dominio de la navegación y sus posibilidades de negocios, provocando una guerra de medios y noticias y declarando así el fin de los periódicos de papel.

El fenómeno del *bloging* ha desacelerado el impacto alcanzado en la primera década del siglo XXI cediendo el terreno al *microbloging*, es decir, a la oferta de comentar, contar y relatar en tan solo 140 caracteres las realidades circundantes de millones de personas en el mundo entero. La proliferación de las redes sociales en Internet, por un lado, y la generación de dispositivos móviles inteligentes de última generación, por el otro, están asociados a esta nueva faceta del periodismo ciudadano. Twitter, por ejemplo, es considerado a principios de 2010 como una herramienta fundamental en el ejercicio del periodismo, provenga este de los profesionales tradicionales o de sus nuevos competidores, es decir, la audiencia.

Sean a través de *blogs* o de páginas personales en redes sociales, la presencia de nuevas posibilidades en la transmisión y posterior debate de los hechos noticiosos tiene un tono fascinante que atrapa a diario a millones de personas en todo el planeta azul y global. Desde los primeros días en las escuelas de Comunicación Social, muchos periodistas siempre soñaron con estar cerca y comprender a la gente, narrar sus historias y enseñar a todos lo cruel y divino de la existencia humana en las crónicas vividas de los personajes comunes y corrientes. Hoy son ellos los que nos cuentan sus historias y todos en la profesión asistimos fascinados a tal ejercicio de democrática participación, todos conversando y echando cuentas al tiempo que las noticias ocurren ante sus miradas participativas. Tal vez nos engañen (para ello debemos afinar nuestros sentidos y no olvidar nunca las enseñanzas de Kapuscinski), pero difícilmente podamos desactivar esta corriente ni determinar otros rumbos. Lo que resta, nuevamente, es entender, comprender.

Lo expresado en este trabajo merece y requiere ser seguido muy de cerca en los próximos años. Se necesitan nuevos enfoques teóricos y propuestas hermenéuticas en lo que se vislumbra como el mayor cambio de paradigmas vivido por el periodismo desde su nacimiento formal en 1609. Y sobre todo para el entendimiento de los movimientos significativos en los modelos de ciudadanía del tercer milenio, donde las realidades sociales, políticas y culturales de los países del mundo se tornan más complejas en la medida que los conflictos, las diferencias y desigualdades se pronuncian y elevan en intensidades inabarcables de acciones irracionales y locuras

masificadas. Basta con entender que toda la atención al fenómeno del periodismo ciudadano se inicia precisamente con el análisis, no exento de perplejidad, de la participación de las audiencias en la “meta” relatoría construida tras el atentado terrorista del 11 de septiembre de 2001 en la ciudad de New York de los Estados Unidos.

Como el lector pudo constatar, la tesis central que este trabajo de investigación plantea es la creencia cierta de que la reciente incorporación de las audiencias en la construcción de la noticia, y sus derivaciones periodísticas, es el resultado contundente de la capacidad formativa de ciudadanía que ha ofrecido el periodismo como práctica de comunicación y de narración del mundo y sus vicisitudes en toda la historia de la modernidad, con un fuerte énfasis en estos tiempos que muchos entendemos ya como postmodernos.

Pero también pudo advertir el lector que la duda y las incertidumbres que el análisis de los fenómenos recientes relacionados con el periodismo participativo, ciudadano o 3.0 -iguales acepciones para un mismo sujeto- se generan en el estudio de sus prácticas, al punto que se constituyeron en el hilo narrativo del resultado final de esta investigación que ahora se encuentra en sus manos para su lectura, reflexión y debate deseado. Una deliberación en la que urge la incorporación del pensamiento filosófico, sociológico, politólogo, historiográfico y esencialmente humanístico, si

queremos comprender el problema desde una perspectiva profunda y un enfoque que no deje por fuera elementos fundamentales de carácter originario en la posible elaboración de nuevos entendimientos y miradas inéditas que, por sorprendidas que sean, logren develar la trascendencia de los siguientes estudios dirigidos a calmar angustias o, muy probablemente, a profundizar los dilemas.

Es por ello que nos atrevemos a proponer la incorporación urgente de líneas de investigación dirigidas al estudio multidisciplinario de la relación periodismo – ciudadanía, como un aporte de interés de nuestra Universidad Central de Venezuela, a través del Instituto Nacional de Investigación de la Comunicación (ININCO), a la construcción mundial, no exenta de polémicas, de los nuevos marcos conceptuales, teóricos y hermenéuticos que sustenten posteriores análisis e interpretaciones de una fenomenología cada vez más compleja y determinante de los patrones inéditos y por venir de la comunicación dentro de la sociedad de la información y el conocimiento. Un nuevo cuerpo teórico que, además, es necesario incorporar en la formación inicial de los futuros periodistas a través de su debate y mutua elaboración en los contenidos curriculares en el nivel del pregrado universitario.

Queda sin resolver algunas de nuestras preocupaciones planteadas al inicio de esta investigación. ¿Es posible el establecimiento de una agenda noticiosa globalmente planteada por el público y el periodismo ciudadano difundido por Internet su modo ideal de transmisión? ¿Se pueden ejercer las mismas prácticas

comunicativas que propone el periodismo participativo fuera de la red? Las evidencias registradas hasta este momento no apuntan a nada claro en estos dos sentidos, sin embargo laten en la esfera de la comprensión de los fenómenos, quizás como siguiente paso en la transformación y evolución de los nuevos esquemas existenciales del periodismo y la ciudadanía como prácticas que ya no resultan fácil entenderlas por separado.

Por nuestra parte, sirvió esta investigación para el reencuentro con el compromiso vital de creer en el periodismo como práctica fundamental, oficio pasional que no abandona a quien lo prueba y lo amarra por siempre a sus verdades, como lo hace un amante celoso y posesivo. Por ello, este trabajo se asemeja en su esencia a un reportaje interpretativo, aunque estuvo siempre mediado por las exigencias formales del texto académico como rigor necesario de la información científica. La razón es una y es simple: la mejor manera de escribir sobre la noticia es desde el periodismo mismo.

Referencias documentales

Abreu Sojo, Carlos. (2003). *El periodismo en Internet*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.

Abril, Gonzalo. (2005). *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Albarrán de Alba, Gerardo (2008). “Los blogs no amenazan al periodismo”. En revista *Diálogo de la Comunicación*, N° 76, enero-junio. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Albertos, José Luis (2001). “El mensaje periodístico en la prensa digital”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 7, pp 19-32. Madrid: Universidad Complutense.

Almiron Roig, Núria (2006). “Los valores del periodismo en la convergencia digital: civil journalism y quinto poder”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Tenerife: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social.

Alonso F., Juan Francisco. (2001). *Tinta digital*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela.

Álvarez, Julio Timoteo (2004). “Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental”. En *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Editorial Ariel.

Andrade, Claudia. (1996). *El mundo al alcance de nuestras manos. De la pantalla masiva a la pantalla interactiva. Desarrollo y aplicabilidad de un sistema de información interactiva, influencia y trascendencia de las redes globales de información: Internet*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Tutor: Pedro Grijalva Ortega.

Armañanzas, Emy. (1996). *El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Editorial Ariel.

Barbería, José Luis (2010). “Elogio del periodista”. En diario *El País*, edición del 18 de marzo. [En Red]. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/opinion/Elogio/periodista/elpepuopi/20100318elpepio_pi_13/Tes. Consultado el 20 de marzo de 2010.

Barrera, Carlos (Coord.). (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Editorial Ariel.

Benítez, María Benita. (2004). *La ciudadanía en la teoría política contemporánea: modelos propuestos y su debate*. Tesis doctoral presentada para optar al grado de Doctor en Ciencias Políticas en la Universidad Complutense de Madrid.

Bisbal, Marcelino y Aguirre, Jesús María. (2008). *Entre Comunicación y Periodismo. Imágenes, parábolas, producción de realidades y algo más*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Boczkowski, Pablo. (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL.

Bowman, Shayne y Willis, Chris. (2003). *Nosotros, el medio*, California: The Media Center at The American Press Institute.

Briggs, Asa y Burke, Meter. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Bogotá: Santillana Ediciones Generales.

Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Texas: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

Brocks Méndez, Karina. (2002). *Elaboración de una propuesta de sitio Web para la Cátedra de Información Internacional de la Escuela de Comunicación Social UCAB*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

Cabrera, María Ángeles (2004). “Periodismo digital y nuevas tecnologías”. En *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Editorial Ariel.

Campillo, Margarita. (2003). “Ante una nueva sociedad, una nueva ciudadanía, una nueva respuesta”. En *Pedagogía Social. Revista interuniversitaria*. N° 10, diciembre, pp. 223-232.

Carrasco Polaino, Rafael. (2006). “El ciudadano-periodista y la crisis de los medios impresos”, ponencia presentada en el III Congreso Online del Observatorio de Ciber Sociedad, [en Red] extraído de

<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=464&llengua=es>

Castell, Manuel. (2006). *Innovación, Libertad y Poder en la Era de la Información* [En red]. Extraído el 23 de febrero de 2006 de http://www.wikilearning.com/libertad_sociedad_y_tecnologia-wkccp-3431-5.htm
_____ (2003). *La galaxia Internet*. Barcelona: Random House Mondadori.

Cely, Adriana. (2004). “*Cibergrafía*. Propuesta teórico-metodológica para el estudio de los medios de comunicación social cibernéticos”. Ponencia presentada en el I Congreso de Periodismo Digital, Maracay.

Colina, Carlos. (2003). *Mediaciones digitales y globalización. Reflexiones, lecturas y aportes*. Caracas: CEPFHE – Universidad Central de Venezuela.

_____ (2005) *Hipertexto, Publicaciones Abiertas e Ideologías* [En red].
Extraído el 17 de noviembre de 2005 de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/ccolina.html>

Cruccianelli, Sandra (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. Texas: Centro Knigth para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

Chacón M., Mariela S. (1992). *Las redes informáticas y el periodismo*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela.

Da Cruz, José. (2006). “Periodismo ciudadano: ruido y nueces”. En *Carta Global Latinoamericana. Estudios en globalización, desarrollo y sociedad civil en América Latina*, N° 6, marzo.

Dader, José Luis (2007). “Del periodista pasible, la obviedad informativa y otras confusiones en el Estanco de Noticias”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 13, pp 31-53. Madrid: Universidad Complutense.

Dans, Enrique (2009). “Microblogging, medios y redes sociales”. En *Cuadernos de comunicación Evoca, 1. La revolución de la prensa digital*. Madrid: Evoca Comunicación e Imagen.

De Aguinaga, Enrique. (2001). “Hacia una teoría del periodismo”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 7, pp 241-255. Madrid: Universidad Complutense.

Delgado Ll., Evila C. (1989). *Periodismo on line interactivo: un nuevo universo electrónico*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (coords). (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Editorial Ariel.

Espírituosanto, Óscar (2009). “Participación y periodismo ciudadano”. En *Cuadernos de comunicación Evoca, 1. La revolución de la prensa digital*. Madrid: Evoca Comunicación e Imagen.

Estalella Fernández, Adolfo. (2005). “Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa. Etnografía simétrica de un weblog colectivo dedicado a la producción de noticias mediante filtrado”, en *Athenea Digital*, primavera, número 007, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Esteban, José Emilio. (2007). “Política de reconocimiento y tipos de ciudadanía”. En *Logos. Anales del Seminario de Metafísica*, Vol 40 (2007), pp 259-280. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Estévez, Jaime. (2002). *Periodismo en la Red*. Madrid: Anaya Multimedia.

Ferguson, Robert. (2007). *Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Flores Vivar, Jesús Miguel (2008). “Los blogs en la reinención del periodismo y los medios”. En revista *Diálogo de la Comunicación*, N° 76, enero-junio. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

_____ y Arruti, Alberto. (2001). *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones en el mundo infodigital*. Madrid: Ediciones 2010 y Limusa Noriega Editores.

Fogel, Jean-Francois y Patiño, Bruno. (2008). *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Madrid: Punto de Lectura.

Garcés Corra, Raúl (2007). “La construcción simbólica de la opinión pública”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 13, pp 55-81. Madrid: Universidad Complutense.

García, Pedro y Montoya, Alonso. (2006). “¿Final de la Blogosfera? Evolución de los Blogs”, ponencia presentada en el III Congreso Online del Observatorio de Ciber Sociedad, [en Red] extraído de <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=225&llengua=es>

García de Madariaga, José María (2006). “Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes”. En revista *Zer*, N° 21, pp 205-219. Bilbao: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco.

Gil Calvo, Enrique; Ortiz, Javier y Revuelta, Manuel. (2002). *Repensar la prensa*, Barcelona: Editorial Debate, S.A.

Gil, Calvo (2002). “Exorcistas de escándalos”. En *Repensar la prensa*, Barcelona: Editorial Debate, S.A.

Godó, Javier (2010). “El compromiso de la prensa”. En diario *La Vanguardia*, edición del 8 de marzo de 2010. [En Red] Disponible en <http://www.lavanguardia.es/ciudadanos/noticias/20100307/53897312593/el-compromiso-de-la-prensa-nicolas-sarkozy-estados-unidos-alemania-brasil-china-india-tve-tv3.html>. Consultado 15 de marzo de 2010.

Gonzalo, Paola (2008). “Dan Gillmor contempla el futuro con la emergencia de nuevas voces, el llamado Periodismo Ciudadano”. En *Periodismociudadano.com*. [En Red]. Disponible en <http://www.periodismociudadano.com/2008/03/28/dan-gillmor-contempla-el-futuro-con-la-emergencia-de-nuevas-vozes-el-llampado-periodismo-ciudadano/>. Consultado el 3 de abril de 2010.

_____ (2010) “Periodismo crowdsourcing o periodismo ciudadano”. En *Periodismociudadano.com*. [En Red]. Disponible en <http://www.periodismociudadano.com/2010/03/30/periodismo-crowdsourcing-o-periodismo-ciudadano/>. Consultado el 5 de abril de 2010.

Guillamet, Jaume (2004). “De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del siglo XIX”. En *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Editorial Ariel.

Hernández Díaz, Gustavo. (2001). “La audiencia en los medios de comunicación” en revista *Comunicación* N° 113. Caracas: Centro Gumilla.

Herrera Díaz, María de los Ángeles. (2002). *Ucabista: diseño de un portal interactivo para estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

Horrach, Juan Antonio (2009). “Sobre el concepto de ciudadanía: historia y modelos”. En revista *Factótum*, N° 6, pp. 1-22. Salamanca: Facultad de Filosofía de la Universidad de Salamanca.

Klein, Dario (2001). “El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática”. En Sala de Prensa, año III, Vol I y II. [En Red]. Disponible en www.saladeprensa.org.

Landow, George. (1997). *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós.

Lamuedra, María y Lara, Tíscar (2008). “El ciudadano en la información periodística de la BBC”. En revista *Comunicar*, N° 31, v. XVI. Huelva: Universidad de Huelva.

Landow, George. (1995). *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.

López, Xosé (2007). “Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. N° 13, pp 111-121. Madrid: Universidad Complutense.

_____ (2002). “Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información”. En revista *Ámbitos*, N° 7-8. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Kapuscinski, Ryszard. (2004), *Los cinco sentidos del periodista*, Cartagena de Indias: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y Fondo de Cultura Económica.

Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. (2004). *Los elementos del periodismo*, Buenos Aires: Ediciones El País.

Maciá Barber, Carlos (2007). “No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 13, pp 123-144. Madrid: Universidad Complutense.

MacLuhan, Marshall y Powers, B.R. (2005). *La aldea global*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Marcano, Rubén. (2004). *Los medios: camino al precipicio. Internet rompe los moldes de la Comunicación*. Caracas: OPSU – CNU – Ministerio de Educación Superior.

Martín Serrano, Manuel. (1992). “Los cambios acontecidos en las funciones de la comunicación y en el valor de la información”. En *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, N° 57, enero-marzo. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Martínez, Zinnia (2006), “Periodismo y Blogs en Venezuela: Ciudadanos con voz y voto” en *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Centro de Investigación de la Comunicación.

Marshal, T.H. y Bottomore, T. (1998). *Ciudadanía y clase social*. Madrid: Alianza Editorial.

Martínez Solana, Yolanda (2007). “Luces y sombras del periodismo ciudadano: actitud frente a un fenómeno imparable”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 13, pp 145-155. Madrid: Universidad Complutense.

Masburger, Robert B. (1992) *Periodismo electrónico*. Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española IORTV.

Moreno, Gorka (2007). “La ciudadanía como meta de la tríada republicana”. En revista *Argumentos*, enero-abril, año/vol. 20, N° 053. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.

Moreno M., Ileana R. (2003). *Análisis estructural y morfológico de los géneros periodísticos en la prensa digital venezolana: El Nacional y El Universal*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Tutor: Rubén García Navarro.

Noguera Vivo, José Manuel (2008). “La percepción mediática de los blogs: del miedo al intrusismo de los medios”. En revista *Diálogo de la Comunicación*, N° 76, enero-junio. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Núñez, Ingrid. (2006). “La ciudadanía y su desempeño en los sistemas políticos democráticos”. En *Cuestiones Políticas*. N° 37, julio-diciembre, pp 36-54. EPDP-Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas - LUZ.

Núñez Noda, Fernando (2009). *Comunicación digital y Web*. Caracas: Libros de El Nacional.

Núñez Ladevéze, Luis (2002). “Encuentro entre teoría y práctica del periodismo desde un enfoque interdisciplinario”. En revista *Anàlisi, Cuadernos de Comunicación y Cultura* N° 28, pp 79-96. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000), *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

Palomo, Bella (2008). “Periodistas iberoamericanos con voz en la blogosfera”. En revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 76, enero-junio. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Pantoja R., Eliana M. (1996). *Cuando los periódicos se convierten en bits. Tutor: Lenín Molina Peñaloza*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela.

Paquete de Oliveira, José Manuel; Barreiros, José Jorge y Leitao Cardoso, Gustavo (2002). “Internet como instrumento para la participación ciudadana” en *La Ventana Global*, Madrid: Santillana Ediciones Generales, S.L.

Pastor, Lluís (2007). “La metamediación: el primer paso para una gestión de las audiencias”. En revista *Trípodos*, N° 20, pp 142-155. Barcelona: Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull.

Peralta, Daniel. (2003). *Panóptico digital. Creación de un periódico digital para la comunidad académica de la Escuela de Comunicación Social de la UCV*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Tutor: Rubén García Navarro.

Pérez Ariza, Carlos (2006). “La libertad de expresión en el paradigma de las nuevas tecnologías y la sociedad de la información”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Tenerife: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social.

Piscitelli, Alejandro. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Real Rodríguez, Elena; Agudiez Calvo, Pinar y Príncipe Hermoso, Sergio (2007). “Periodismo ciudadano *versus* periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?”. En revista *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, N° 13, pp 189-212. Madrid: Universidad Complutense.

Rengel López, Irene. (2005). “La utilización periodística y integración del formato *blog* en diarios digitales europeos tradicionales. Los casos del ‘El Mundo.es’ y ‘Guardian Unlimited’”, en *Athenea Digital*, otoño, número 008, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Restrepo, Javier Darío (2010). “Ética y negocio: pareja dispareja”. Documento en Red. Disponible en www.upc.edu.pe/.../Etica-y-negocio-una-pareja-dispareja-Restrepo.pdf. Consultado 3 de abril de 2010.

Rey, Germán (2007). *La fuga del mundo. Escritos sobre periodismo*. Bogotá: Random House Mondadori.

Rincón, Omar (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Rojano A., Midalys M. (2002). *Guía de redacción de noticias para diarios digitales, dirigida a estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

_____ (coord.) (2006), *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*, Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Centro de Investigación de la Comunicación.

Rojas, Octavio; Alonso, Julio; Antúnez, José Luis; Orihuela, José Luis y Varela, Juan. (2005). *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: Esic Editorial.

S/A (2005). *Synapse, The future of News*, California: The Media Center at The American Press Institute.

Salaverría, Ramón (2007). “Los diarios frente al reto digital”. En revista *Chasqui*, N° 97, pp.4-9. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Salazar, María Eugenia. (1998). *Figuras profesionales emergentes en la Comunicación Social: sensación de primer mundo en dos períodos on line venezolano*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

Sánchez A., José Javier (2004). “Evolución de la prensa en los principales países occidentales”. En *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Editorial Ariel.

Salvat Martinrey, Guiomar y Paniagua Santamaría, Pedro (2007). “¿Es esto periodismo, ciudadano? En revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, N° 13, pp 227-246. Madrid: Universidad Complutense.

Smith, Anthony. (1983). *Godbye Gutemberg: la revolución del periodismo electrónico*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Smith, Mike. (2006). *El círculo mágico: del impreso, a la Web, al impreso* [En red].
Extraído de <http://www.horadecierre.net/Espanol/archives/art32.htm>

Terán Riera, María Alejandra. (2000). *En el medio interactivo: desarrollo de un medio electrónico interactivo de comunicación para la industria publicitaria y de la producción audiovisual venezolana*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.

Trejo Delarbre, Raúl (2006). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Torres, Gabriela. (2000). *Morfología de los géneros periodísticos en la Web*. Tesis de Grado presentada para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela.

_____ (2000). “Lento proceso de una metamorfosis. Periodismo *On-line* en América Latina”, en revista *Comunicación* N° 112. Caracas: Centro Gumilla.

Torres, Jesús Emey (2004). “El rigor: garantía para los periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos”. En revista *Palabra-Clave*, N° 11. Bogotá: Universidad de La Sabana.

Varela, Juan (2005). *El periodismo como arte democrático*, [en Red], extraído de http://periodistas21.eapuntos.com/index.pjp/El_periodismo_como_arte_democr%Elti_co. Consultado 18 de noviembre de 2005.

_____ (2010). “Convertir los medios en medios públicos”. En blog *Periodista 21*. [En Red]. Disponible en <http://periodistas21.blogspot.com/>. Consultado el 4 de abril de 2010.

Vázquez Montalbán, Manuel (2008). *Informe sobre la información*. Barcelona: Random House Mondadori.

Vidal Beneyto, José (2002). *La ventana global*, Madrid: Santillana Ediciones Generales, S.L.

Wiñazki, Miguel (2004). *La noticia deseada. Leyendas y fantasmas de la opinión pública*. Buenos Aires: Editorial Marea.

Witt, Leonard y Seoane Pérez, Francisco (2005). “Periodismo del futuro”. En *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, septiembre, N° 091, pp 28-35. Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

Word, William A. (1969). *Periodismo electrónico*. México: Letras

Zeller, Carlos (2001). “Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática”. En revista *Anàlisi, Cuadernos de Comunicación y Cultura*, N° 26. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.