

### III CONGRESO INTERNACIONAL AE-IC TARRAGONA 2012 “COMUNICACIÓN Y RIESGO”

#### SECCIÓN: TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

##### Título: Nuevas formas de Comunicación en la Red, el valor del criterio periodístico

Autores: Inés Méndez Majuelos, José Luis Rojas.... Concha Pérez Curiel<sup>1</sup>.

##### **Abstract:**

En la red están surgiendo nuevas formas de intercambio de información. En todas ellas el término periodismo juega un papel importante sin que se cuestione si realmente lo denominado es lo que en la actualidad o hasta la fecha se ha entendido como tal y si cumple con los estándares profesionales mínimos que se exigen a los textos periodísticos.

*Grosso modo*, se están entendiendo como nuevas formas periodísticas en red aquellas en las que se produce una participación ciudadana activa en el proceso de elaboración y publicación de la información en la red, ya sea a través de las herramientas de participación que han incorporado los medios de comunicación tradicionales, ya sea a través de medios alternativos.

Esta comunicación pretende presentar los objetivos de algunos de los trabajos del Grupo de Investigación *Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad* entre los cuales destaca aquella orientada a averiguar cuáles son los parámetros que determinan que un trabajo periodístico pueda considerarse de calidad o en qué grado lo es y por qué. De forma paralela es preciso establecer la relación entre calidad del trabajo periodístico y el perfil de la profesión: si tal calidad debe estar o no ligada a la figura del profesional. Nuestro trabajo se centra, por tanto, en el estudio del Periodismo Ciudadano como forma de intervención directa de la opinión pública en la construcción de la actualidad, las causas que lo provocan y sus inevitables consecuencias.

**Palabras claves:** Calidad, Periodismo, Ciudadanía, Redes

#### **1.- Periodismo Ciudadano. El concepto**

Son muchos los autores que han investigado sobre una modalidad entre polémica, novedosa y necesaria como el Periodismo Ciudadano. En la abstracción de todo concepto hay

---

<sup>1</sup> Los autores/as de esta comunicación es miembro del Grupo de investigación Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad (PAIDI, SEJ-001) adscrito al Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

que descubrir la utilidad que para la investigación tiene conocer como punto de partida algunas definiciones.

a.- “Es el acto ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de conectar, 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”. (Bowman y Willis, 2003, p.9).

c.- El periodismo ciudadano es aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de los públicos deliberantes y promover la participación ciudadana” (Meso, 2005, p. 9).

d.- Periodismo Ciudadano o 3.0 es aquel en el que el lector deja de ser un sujeto pasivo que se conforma con recibir las noticias que los medios convencionales han seleccionado, jerarquizado y elaborado para él y pasa a convertirse en mayor o menor medida en co-protagonista activo del proceso informativo” (Armentia, 2009, p. 19).

e.- Periodismo Ciudadano es la labor que como testigo, cronista, analista o comentarista ejerce de forma no remunerada un ciudadano no titulado en Ciencias de la Comunicación o alguien que, al menos no es asalariado ni colaborador fijo y remunerado en un medio (Sampedro, 2009, p. 31).

f.- El Periodismo Ciudadano es el empleo de la innovaciones en la industria de la electrónica y de la telecomunicación, más de una masa crítica suficiente de usuarios que, en pocos años se ha constituido como colectivo supranacional (López, 2009, p. 53)

Estas, entre otras definiciones establecen que el Periodismo ciudadano es, por tanto, información que suministran los ciudadanos al mundo del periodismo. Es fuente. Es contribución.

## **2.- Del pseudoacontecimiento a la transparencia. Exigencia ciudadana**

*“El Periodismo debe cambiar. Tanto el escrito como el televisivo y el radiofónico. Será el periodismo digital el que nos obligue a modificar nuestras estrategias, nuestras rutinas, nuestras fuentes de suministro de noticias y nuestros escenarios”.* (2000, p. 5 y ss). Es una reflexión con la que Manuel López abre el prólogo dedicado al Manual de Producción Periodística del profesor Manfredi Mayoral, que puede representar el sentir de individuos y grupos sociales muy diversos. Investigadores, periodistas y audiencias son algunas de las voces que exigen un nuevo modelo de periodismo al que puedan acceder aquellas fuentes que no cuentan con el privilegio mediático

aun manteniendo una relación directa con los hechos, un periodismo capaz de presentar los hechos desde una perspectiva científica y crítica y primordialmente un periodismo integrador de las audiencias. Las alternativas periodísticas que se ofrecen hoy a los ciudadanos están determinadas por la uniformidad y autoridad de grupos de presión, fuentes en su mayoría de carácter institucional y gubernamental que en el mejor de los casos pactan con los medios el espacio informativo y de opinión diarios y en el peor de ellos, imponen y configuran la actualidad como superestructuras de poder.

Organizar la producción periodística a partir de estrategias democráticas, abiertas, plurales y permeables contribuye a crear e incrementar el nivel de participación de determinadas fuentes (personas, asociaciones y entidades invisibles para las estructuras mediáticas), de periodistas (trabajadores a sueldo con criterios impuestos de selección informativa) y públicos (niveles altos, medios y populares de audiencias que demandan un periodismo contextualizador, crítico y adaptado a sus necesidades). Romper con los moldes y rutinas que ya son historia no es un ejercicio fácil aunque las nuevas tecnologías e Internet constituyen motores de dinamización de un proyecto abierto a los nuevos actores de la información. La Red hace posible cada día que un mayor número de ciudadanos cuente con una vía de expansión, de comunicación y de intervención sin fronteras contra la que sin duda las propias superestructuras no están dispuestas a claudicar. Conseguir el control de la Red es un objetivo primario para evitar que la actualidad pueda ser contada desde el prisma de la veracidad, desde una perspectiva plural y democrática.

Difícil tarea democratizadora la de los periodistas que desde el primer momento están sometidos a un proceso de selección y jerarquización de acontecimientos (contenidos), sujetos y grupos de sujetos (fuentes), espacios (áreas, secciones o bloques) y tiempo (actualidad) en el que se pone en cuestión el modo de intervención del profesional condicionado desde esferas superiores. Félix Ortega y María Luisa Humanes resumen una práctica profesional desde una perspectiva sociológica:

*(...) el periodista otorga importancia y resalta ciertos aspectos frente a otros. Dada la heterogénea y multiforme variedad de elementos que constituyen la vida social, es necesario continuamente tomar decisiones acerca de cuáles se van a seleccionar para su conversión en noticias. Si el punto de partida es excesivamente simplificador, la selección se convierte en una reducción que no puede ser más que caricaturización y banalización de la sociedad. (...)*  
*La impronta que el uso de las fuentes deja en el periodismo tiene consecuencias decisivas en*

*la reconstrucción social que proporciona a sus públicos. Porque, en muchos casos, el periodista no trata con materiales brutos, con el múltiple y libre flujo de la dinámica social, sino que lo hace con ciertos portavoces privilegiados de la misma. (2000, pp. 64-65).*

Muchos son los profesionales de la información que se escudan en justificaciones como la falta de tiempo, la escasez de recursos, la situación laboral y económica e incluso el horario al que se ven sometidos para explicar “*las rutinas*” como fórmula habitual de acceso a las fuentes y de gestión de la información. El periodista se acomoda en la búsqueda de unos filtros de información concretos y conoce los hechos no por lo que son sino por cómo se los transmiten. Exceptuando las situaciones en las que se producen acontecimientos fortuitos, no provocados o programados, la información procede de unos sectores específicos preparados para elaborar, diseñar, maquillar o inventar la historia informativa que refuerza sus líneas de acción. La atención del periodista se concentra de forma relevante en este tipo de instancias institucionales que en definitiva son las principales estrellas de la producción periodística. Estas estrategias rompen cualquier molde de un profesional que contrasta las declaraciones, investiga los hechos y se posiciona ante ellos con una actitud analítica y crítica.

La dependencia de las fuentes informativas no es sólo una imposición de las estructuras de poder sino que acaba convirtiéndose en una estrategia cómoda para los periodistas e interesada para los interlocutores habituales del medio, propulsores de un metadiscurso hecho a su medida. En este sentido, Humanes y Ortega manifiestan:

*(...) Esta dependencia de las fuentes provoca tanto una desafección de la realidad por parte de los periodistas (los hechos se sustituyen por declaraciones de las fuentes), cuanto una visión sesgada construida exclusivamente a partir de unos pocos focos de atención, aquellos que al periodista le proporcionan lo que “tiene que saber”. (Ib:65).*

Panorama no muy alentador para las audiencias que en muchos casos no desarrollan una conciencia crítica y de reacción ante la dinámica de producción periodística sobre todo si desde los estamentos institucionales se desarrollan estrategias de desinformación, se potencia la filtración, se lanzan globos sonda e incluso se avanza en lo que se ha dado en llamar la nueva ciencia de la “rumorología”. El *quién* del acontecer mediático se concentra pues en unas fuentes específicas, representadas en muchos ámbitos por figuras como el portavoz del gobierno o los gabinetes de prensa, llamados también los nuevos gatekeeper de la comunicación. Ocupan el mayor porcentaje del espacio en prensa, radio y televisión y por supuesto la edición digital por el

momento proyectada como copyright de la tradicional. El protagonismo de las fuentes institucionales cuenta con el beneplácito de los propios poderes mediáticos tan debatidos desde las esferas científicas y sociológicas, que estudian la Periodística. El profesor Héctor Borrat pone en entredicho el debatido “poder de los medios” al mismo tiempo que justifica determinadas estrategias de producción, tratamiento e interpretación de los contenidos dado que el Periodismo asiste a un proceso de redefinición conceptual con paradigmas alternativos a los ya descritos:

Demasiadas veces se habla del “poder de los medios desde una concepción esencialista y unidireccional, cuando el enfoque sería muy otro si lo consideramos como una categoría relacional donde un mismo actor puede en un caso ejercer el poder y en otro estar sujeto a él. O se subraya la “influencia” de los medios sin tomar en cuenta la de otros actores sobre ellos y sin marcar las relaciones entre “influencia” y “poder”. O se niega la “objetividad”, como si el periodismo no tuviera que empezar, siempre, por la recolección y selección de datos empíricamente logrados, verificados y verificables. O se impugna la distinción entre “información y opinión” pretendiendo que “todo es opinión”, con lo cual se confunde el concepto de “opinión” con el de “interpretación”. O se dan por superadas las exigencias de los “géneros periodísticos por considerarlas anticuadas”, olvidándose de que ellas no forman un cuerpo dogmático inmutable sino que cambian, como los propios géneros, a lo largo del tiempo y según los también cambiantes contextos. (2002, p. 73).

Borrat resume una realidad ante la que deben sucumbir los medios de comunicación, presionados de una parte por los flujos informativos del poder y de otra por el ojo crítico de quienes los consideran unos detractores de la deontología periodística. Posiciones maniqueas que engrandecen o hundén las distintas visiones de los actores del proceso tienden a coincidir en la necesidad de nuevos paradigmas de cambio comunicacional, que reviertan a su vez en un nuevo modelo social, definido por la solidaridad con la ciudadanía, modelo que aunque no erradique el efecto invasor de las fuentes, será capaz de equilibrarlo con dosis de análisis, contextualización, explicación e interpretación de los contenidos que pueblan a diario el espacio mediático.

Rebelarse contra lo establecido no requiere empezar de cero; es más, se trata de un proyecto que se enriquece a partir de las diferentes tesis que defienden una especialización del Periodismo como vía de democratización del ente informativo. Periodismo de explicación, interpretación, servicios o investigación han ido configurando la idiosincrasia del Periodismo

Especializado como modalidad de tratamiento temático que establece la política del Qué frente al Quién. Hablar de especialización es hablar de contenidos, es dar a conocer la información bajo un criterio fundamentalmente temático, es tratar los hechos no como sucesos independientes e inconexos sino en relación con otros antecedentes, es descubrir al lector la actualidad mediante el uso de códigos explicativos, interpretativos y lingüísticos que ayuden a divulgarla, es crear una vía de formación crítica de los receptores y hacerlos capaces de distinguir entre una información veraz y una información falaz. La dinámica del Periodismo Especializado se puede considerar como llave para incorporar a los lectores en el discurso (al igual que ocurre en otros ámbitos como el cine o la literatura). El Quién ha presidido y preside la información diaria pero hoy la respuesta de los públicos ante su actitud es otra. La política de control en la producción informativa constituye uno de los foros de discusión más candentes para los investigadores y por supuesto, no pasa desapercibida para un público cada vez más incrédulo y reticente ante las fuentes.

Paul Manning (2001) pone a prueba la credibilidad de las fuentes y señala una paradoja: “sospechamos que los poderosos tienen una gran capacidad para implantar las agendas y controlar la oferta de información en el dominio público y, ello no obstante, nos encontramos con relatos informativos que evidencian la incapacidad de las organizaciones empresariales y los gobiernos para evitar la publicación de informaciones que dañan sus intereses”(…).

Ante unos lectores dispuestos a desenmascarar la actualidad a través de su conocimiento, el Periodismo debe comenzar una nueva etapa en la que la especialización y la tematización se constituyan como técnicas habituales del tratamiento informativo y así huir de lo que M<sup>a</sup> del Pilar Diezhandino define como

*(...)“un periodismo en el que más que comprobar hechos, se contrastan opiniones; más que contextualizar, se agudiza el ingenio para ofrecer la versión más novedosa del mismo hecho; más que poner de manifiesto actitudes y tendencias sociales, se escudriñan con minuciosidad desproporcionada las declaraciones y acciones individuales de los “notables”. Se da a la “imagen” y el carisma personal más importancia que al tema de fondo, sea de índole política o social. Se incrementan los espacios de “cotilleo” o páginas rosas” en la prensa general. El rumor se consolida como fuente” (1994, p. 27).*

Las escuelas de la recepción<sup>2</sup> han puesto en marcha todos los recursos para que el ente mediático se inunde del carácter especializado que permita conocer conflictos, necesidades y avances sociales y actuar desde cualquier sector para erradicarlos o fomentarlos. En este sentido se utiliza la dualidad especialización-democratización, siempre condicionada por la inevitable dictadura de las fuentes.

#### **4.- Ciudadanos y medios, background cero**

El background o la búsqueda de antecedentes y causas de los acontecimientos es una exigencia que cualquier profesional del ámbito mediático debe plantearse al construir su información diaria. Comprobar la presencia/ausencia y el tratamiento de las fuentes como generador informativo en los medios y verificar la primacía de la institucionalidad frente a la casi invisibilidad de las fuentes ciudadanas ha sido objeto de estudio de la investigación desarrollada por Concha Pérez Curiel sobre el estudio de las fuentes especializadas en el ámbito de periódicos como El Mundo y El País. Como afirma la autora:

(...)“En ambos periódicos es determinante el papel de la institucionalidad (a través de los propios responsables políticos y económicos o de sus portavoces y gabinetes de prensa) que inventa el pseudoacontecimiento para crear un modelo interesado de actualidad”. (Pérez Curiel, C., 2005, p. 609)

Si además el estudio revela que un 90% del espacio del periódico se reserva a información procedente de fuentes gubernamentales institucionales, sería importante analizar en qué medida se ha producido un cambio en la actitud de los periodistas en cuanto a la selección de fuentes, en cuanto a la presencia y colaboración de las fuentes ciudadanas y en cuanto al tratamiento de la información en orden a mejorar los niveles de calidad periodística.

Los actores del proceso de comunicación social representan unos perfiles bien definidos dentro del contexto en el que se desenvuelven las instituciones, organizaciones, empresas, asociaciones, grupos y colectivos así como los propios mass media. Aparecen como figuras

---

<sup>2</sup> La homogeneidad y el discurso único son rasgos intrínsecos de la información publicada por los medios. Es difícil que en el plano de la recepción, los consumidores de noticias no se sientan engañados y a menudo sospechen de la actitud intervencionista de fuentes y periodistas en el proceso de construcción social. Lejos de los objetivos éticos y deontológicos que propugnaba la Comisión Hutchking para frenar el ritmo que las estructuras de poder imponían al sistema informativo, el Periodismo que hasta ahora han mostrado los medios comulga con la comodidad de la mesa de redacción frente al seguimiento directo de la noticia, con la rutina frente a la novedad, con la confianza en las instituciones por encima de otras versiones alternativas, con la uniformidad de un público-marioneta que acepte un acontecer social que no existe, sólo es el que inventan los abastecedores de información... Es la política de la recepción una alternativa de respuesta ante comportamientos estancos y el Periodismo Especializado su medio de conseguirlo.

estereotipadas y tópicas que de antemano conocen quién debe informar, qué acontecimientos y temas son los protagonistas del día, de qué modo aplicar las estrategias de acceso recíproco a la información y a quiénes dirigir su mensaje. El discurso se vuelve homogéneo, uniforme, controlado y superficial. Los actantes o receptores pasivos de la comunicación institucional y mediática en su mayoría, ni siquiera se cuestionan la imagen persuasiva con que los poderes diseñan los acontecimientos que ocurren a nivel local, nacional o mundial. Sólo aquellos sectores más críticos detectan la falta de explicación y análisis de los hechos, la falta de relación de datos antecedentes que permitan contextualizarlos, el uso de un lenguaje que conduce más a la desinformación que a lo contrario...Sin embargo, estos grupos reaccionarios-un porcentaje mínimo por cierto dentro del grupo audiencias-no escapan a la influencia de las fuentes y de los medios que construyen un discurso para informar pero desinformando, para la acción-reacción pero con control, para las audiencias pero sin ellas. La jerarquía y la presión de las fuentes institucionales y de los grupos mediáticos se impone ante cualquier intento de intervención por parte de otros colectivos interesados en ofrecer la otra cara de la noticia o aquellos sucesos que nunca contarán con el tiempo del periodista ni con un espacio en las páginas del periódico o en las emisiones de la radio y la televisión porque interrumpen "el normal funcionamiento del proceso de construcción social".

Expertos e investigadores de muy diversos ámbitos han dedicado gran parte de su trayectoria científica a estudiar el proceso de producción informativa desde el preciso momento en que surge el acontecimiento hasta que es dado a conocer a los "*consumidores de las noticias*". La superficialidad en el tratamiento de la información por parte de los periodistas, la selección de los hechos desde la perspectiva de cierto tipo de fuentes que pactan o imponen previamente cuál debe ser la línea del discurso o la crítica ante la actitud rutinaria de los profesionales de la información que se sustenta en la comodidad del periodista de mesa de acceder sólo a filtros institucionales, como primera y única fuente, sin datos y enfoques ofrecidos, son objeciones que han recibido justificaciones centradas en la economía espacio-temporal de los medios o en la inmediatez o productividad que los caracteriza. Se trata de argumentos que no han seccionado la inquietud de los investigadores para poner en cuestión la veracidad de los hechos informados y el proceso diario de construcción de la actualidad. Mar de Fontcuberta, haciendo referencia a la historia del Periodismo y a las interpretaciones que se han barajado sobre la naturaleza, el desarrollo y la producción de las noticias explica:



*(...) Dado su papel predominante, los medios no tardaron en recibir críticas al considerar que ofrecían una realidad parcial o deformada que no se limitaba a ser un mero reflejo de lo que ocurría. Fueron acusados de falsear la realidad y de ofrecer interpretaciones erróneas. La posibilidad o imposibilidad periodística se convirtió en un tema de debate, tan apasionado como difícil, en el que unos defendían conceptos como verdad, rigor informativo, puntos de vista e imparcialidad, y otros lanzaban acusaciones de intencionalidad o manipulación tendenciosa de los hechos. Por último, los medios fueron considerados constructores y no meros espejos, de una sociedad que los acataba como únicos referentes. Ello significaba aceptar que las noticias no existían al margen de los medios, sino que eran estos quienes decidían qué hechos eran noticia o no, y por lo tanto, quienes administraban el material informativo del que iba a nutrirse la opinión pública” (1993, pp. 15-16).*

Entre las reflexiones sobre la necesidad de una información de calidad en una sociedad cada vez más compleja y en plena crisis de credibilidad de las instituciones, también de la prensa, destaca el trabajo realizado conjuntamente por Bill Kovach, presidente del *Committee of Concerned Journalists* y Tom Rosenstiel, director del Proyecto para la mejora de la calidad del Periodismo, tras dos años de debates y estudios al más alto nivel de periodistas e intelectuales. Su conclusión fue que es preciso que el periodismo cumpla con una serie de elementos con el propósito de proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Elementos que parecen evidentes pero sufren serios solapamientos en los momentos actuales: la obligación de veracidad, de disciplina de verificación, control del poder, foro para la crítica y el debate, noticias exhaustivas y equilibradas...

Valores *sine qua non* para un Periodismo de Calidad que requiere más un público actor que simplemente receptor. El público se está convirtiendo en el editor de información; es él el que define cómo quiere ver la información; y está constituyendo comunidades en este proceso. La **web 2.0** refuerza la idea del usuario como creador y no sólo como consumidor de medios. Las empresas de medios no deben tener miedo de esta capacidad del público para publicar. Éste fue el caso con la web 1.0, pero pronto se hizo evidente que el hecho de que cualquiera pueda crear contenido no significa que el contenido así creado tenga valor alguno. No obstante, la intervención ciudadana a través de múltiples vías sobre todo de las que se abren en la red, ha suscitado polémica y debate en torno a la consideración de la aportación ciudadana como trabajo periodístico.

Al igual que existen referentes de esta corriente del Periodismo Ciudadano también conocida como Periodismo Participativo, Cívico o Comunitario, entre los que destaca Dan Gillmor<sup>3</sup>, existen voces contrarias al empleo del término periodismo para referirse a una práctica ciudadana no profesional. Para los detractores de este tipo de términos, el periodismo es una disciplina seria y profesional que no tiene nada que ver con la proliferación de las informaciones y comentarios generados por usuarios de la red, por lo que no debería asociarse a ello empleando la palabra periodismo. Según el profesor José Luis Orihuela:

*(...) el mal llamado periodismo ciudadano es sencillamente la proyección al espacio público de contenidos producidos por particulares. Indudablemente es un fenómeno característico de nuestro tiempo y que tiene gran impacto sobre el periodismo, pero prefiero llamarlo “medios sociales”. El periodismo es una profesión a la que respeto demasiado como para asimilarla a este tipo de prácticas. Ahora la gente corriente tiene voz pública sin el filtro editorial de los grandes medios. Eso es maravilloso, pero no es ni será nunca periodismo (Orihuela, 2004).*

Nuria Almirón es otra autora no partidaria del uso de una terminología tan extendida como periodismo ciudadano o cívico para referirse al activismo de muchos usuarios de Internet porque “se tiende a confundir con el periodismo profesional” y comenta:

*“Las nuevas fórmulas pseudoperiodísticas que han surgido en Internet no pueden ni pretenden sustituir al periodismo tradicional, ni pueden cumplir su función, de modo que llamarlas periodismo cívico genera confusión. El término periodismo cívico debería quedar restringido a la interacción entre periodistas y ciudadanos. Las fórmulas antes citadas son meros actos de expresión de una ciudadanía que incrementa su participación en la esfera pública” (Almirón, 2006, pp. 9-31)*

En esta línea, el profesor Varela, que ha evolucionado hacia un pensamiento menos permisivo con el concepto de periodismo ciudadano<sup>4</sup> afirma que la información que aporta alguien que no se dedica profesionalmente a la información se puede calificar como fuente, testimonio o testigo. Jamás como periodismo. Y añade un matiz interesante vinculado a la calidad, ítem de referencia en nuestro proyecto investigador:

---

<sup>3</sup> Director de Knight Center for Digital Media Entrepreneurship en la Universidad de Arizona y de Center for Citizen, de la Universidad de Harvard. Su libro “We the media: Grassroots Journalism by the People, for the People, se ha erigido como una obra de referencia mundial en esta materia.

<sup>4</sup> En el año 2005 este autor introduce el término periodismo 3.0 en España a través del artículo “El asalto de los medios sociales” donde ofrece argumentos a través de los cuales queda patente que este autor no tiene reparos en utilizar la palabra periodista para referirse a los ciudadanos que participan de forma activa en el ecosistema mediático.

*“El periodismo ciudadano aporta gran cantidad de información gracias a la omnipresencia de los instrumentos digitales (...) pero la investigación es un elemento clave de la información periodística de calidad, que sólo es realizada con continuidad por algunos periodistas no profesionales” (Varela, 2005,b)*

Es una evidencia que los ciudadanos están tomando un papel, cada día más activo en las cuestiones sociales y han decidido contar la historia desde su perspectiva. Son sin duda, un soporte de referencia para las instituciones, para los medios que obligados o comprometidos tienen que hacerlos parte de su día a día. Miles de seguidores los apoyan en la red y buscan una alternativa diferente ante situaciones de interés público. Pero, por encima de todo la información necesita de avales que garanticen su calidad, su veracidad, su contraste, su transparencia... elementos clave ligados a un proceso documental, de acceso a fuentes, de contextualización, de explicación, de análisis, de interpretación o de juicio crítico ante los acontecimientos. Y es ahí donde el profesional de la información pone el punto de inflexión para declararse como experto en el tratamiento especializado de los contenidos periodísticos en orden a unos niveles de calidad que también deben ser exigencia de los ciudadanos.

#### **5.- Nuevas formas de participación ciudadana y la emergencia de un nuevo modelo: el periodismo híbrido**

Efectivamente, la globalización de la información como fenómeno propulsado por la eclosión de los nuevos medios digitales ha supuesto un cambio de los criterios y del poder en la toma de decisiones que atañen al periodismo. Así, mientras la función tradicional de controlar y seleccionar las noticias sigue correspondiendo a los profesionales de la información en los medios más tradicionales, en los nuevos canales surgidos en la red como los blogs, las redes sociales e incluso en determinados medios digitales, la mediación es menor porque aquí los ciudadanos se han convertido en coprotagonistas de los procesos informativos.

Tal como asevera el analista de medios estadounidense Ken Doctor:

*(...) Mientras el dominio y el control de las noticias por parte de los medios tradicionales realmente se mantienen fuertes en los diarios y en los medios audiovisuales, a todos nosotros se nos han abierto otras puertas para acceder a la selección de los contenidos. Entre ellas, se encuentran los blogs, los podcasts, las actualizaciones de Twitter, los mensajes de Facebook y LinkedIn, la radio por satélite, los canales especializados de televisión por cable, y las parodias de noticias que suelen ser noticias en sí mismas. (...) Así, los usuarios nos*

*convertirnos, por un lado, en agentes libres con capacidad para elegir nuestras propias noticias y, por otro, en editores unos de otros. Cumplimos las mismas funciones que antes solían desempeñar a diario editores y presentadores de noticias” (2010, p. 15).*

De esta forma, se establece una nueva relación, mucho más directa, entre los medios de comunicación y los ciudadanos, quienes ahora también son fuentes de información. Los usuarios que se conectan a internet e interactúan constantemente con los medios digitales, porque estos son los más bidireccionales y los que más información personalizada contienen, tienen la oportunidad de informar a los miembros de la redacción en tiempo real sobre noticias y transmitir preocupaciones y experiencias relacionadas con acontecimientos que adquieran una especial relevancia y un interés común.

Son muchas las ediciones digitales de medios tradicionales las que contienen ya espacios de participación directa donde los nuevos reporteros o corresponsales ciudadanos pueden redactar su propias piezas informativas y subir fotografías y vídeos desde cualquier parte del mundo, y verlo todo publicado siempre y cuando se ajusten a unos mínimos criterios de calidad. Entre las iniciativas de este tipo puestas en marcha en los últimos años sobresalen las de las principales cadenas de televisión estadounidenses como ‘iReport’ de CNN, ‘uReport’ de Fox o ‘FirstPerson’ de MSNBC; o, por poner ejemplos más cercanos, las secciones de medios españoles como ‘Lectores corresponsales’ de La Vanguardia, ‘Yo, Periodista’ de El País y ‘Enlace’ de El Correo.

Además de diseñar estas secciones ‘a la carta’ para los usuarios, los nuevos medios también han apoyado y promovido una nueva modalidad periodística conocida como ‘crowdsourcing’, que consiste en la recolección por parte de periodistas profesionales de material informativo aportado por un gran número de ciudadanos, a los que previamente se les ha pedido ayuda y colaboración, con el fin de ampliar los datos y profundizar en los detalles de una noticia importante o para realizar una investigación. Cada vez son más las empresas periodísticas que utilizan esta técnica porque les proporciona una gran cantidad de información no buscada, en muy poco tiempo y desde diferentes puntos de vista; en definitiva, resulta ser una solución rentable, rápida y plural.

A este respecto, Dan Gillmor subraya la relevancia de esta forma de utilización de las fuentes ciudadanas como una de las principales vías que han encontrado los medios digitales para lograr grandes resultados en sus pesquisas:

*(...) En línea podemos realizar nuestra investigación periodística tomando nuevas y sorprendentes direcciones, particularmente invitando a otros a ser parte del proceso de descubrimiento de la información. Así, podemos decirle a la gente en qué estamos trabajando y pedirles ayuda. El 'Crowdsourcing', que en el periodismo toma la forma de solicitar la colaboración del público, ha reforzado la labor de investigación de los periodistas en muchos sentidos, pero tan solo se trata de una de los numerosos maneras que tenemos de mejorar nuestra labor como informadores públicos" (2010, p. 65).*

Por su parte, Robert Niles (2007) considera que esta modalidad se diferencia del periodismo tradicional en que la información obtenida no es recopilada de forma manual por uno o varios reporteros, sino a través de algún dispositivo automático como los que incorporan los sitios web: "El verdadero crowdsourcing implica una serie de aplicaciones en línea que hagan posible en tiempo real la recolección, el análisis y la publicación de informaciones que cuentan con contribuciones de los lectores".

En este sentido, una de las primeras experiencias de éxito fue la efectuada en 2009 por el diario británico The Guardian, que pidió la colaboración de sus conciudadanos para iniciar una investigación sobre los abusivos gastos de los parlamentarios del Reino Unido. La iniciativa, en la que tomaron parte casi 20.000 lectores en línea bajo la supervisión de un nutrido grupo de trabajo integrado por periodistas tradicionales, mostró el poder de los "periodistas ciudadanos" arrojando unos resultados extraordinarios y sentó las bases para ejercicios de 'crowdsourcing' posteriores (Gonzalo, 2009).

No obstante, llegados a este punto, cabe preguntarse hasta qué punto esta modalidad es realmente periodismo, dado que en el proceso de selección de los contenidos y su posterior verificación no siempre intervienen los profesionales, que son los encargados vocacionales de velar por el derecho de las personas de obtener una información veraz, plural y de interés general a través de la aplicación de unos estándares éticos, deontológicos y lingüísticos que otorguen criterio, calidad y credibilidad a los mensajes que vierten los medios de comunicación a la sociedad. Por ello, quizá sea más acertado discernir entre medios participativos (los que priorizan los espacios de participación directa de los ciudadanos en la creación de noticias, opinión y análisis como blogs, wikis o Twitter), medios profesionales o periodísticos (aquellos en los que, pese a ceder sitio a la audiencia, siguen organizando y distribuyendo las informaciones según los procedimientos tradicionales) y medios híbridos o 'pro-am' (profesional-amateur), que aúnan

contenidos elaborados por redactores cualificados, aportaciones ciudadanas e informaciones agregadas o generadas por otras fuentes.

Lo cierto es que en el nuevo escenario mediático digital la creación profesional coexiste de una forma cada vez más natural con las aportaciones periodísticas de carácter amateur, hasta tal punto que no siempre resulta sencillo diferenciar la una de la otra. Se trata de un nuevo tipo de trabajador con conocimientos y buen manejo de las nuevas tecnologías que trabaja en los medios desarrollando actividades de aficionado pero según los estándares profesionales establecidos. De esta forma, internet ofrece a este tipo de aficionados, que aún siguen siendo una minoría, una ruta alternativa hacia una profesionalización temprana (Flichy: 2011).

En opinión de Doctor, el periodismo pro-am es *“un modelo emergente que funciona como una pirámide en cuya cúspide se encuentra un nuevo tipo de editores, que son los que se encargan de valorar, clasificar y categorizar los contenidos”*. Este nuevo perfil profesional, dedicado básicamente a la gestión de la información, tiene un peso específico mucho mayor que los meros redactores en las plantillas de los nuevos medios (2011, p. 121).

Entretanto, en la base de esa pirámide coexisten recolectores de noticias de diversos rangos, ya que además de los miembros de una redacción se suman periodistas independientes, profesores y estudiantes universitarios y público en general. Según Downie y Schudson (2009), entre todos ellos *“existe cada vez una mayor cooperación y una buena disposición para compartir recursos e informar junto a antiguos competidores”* y es esta sintonía lo que *“incrementa el valor y el impacto de las noticias que producen al mismo tiempo que crea nuevas identidades a las que dirigir la información mientras se mantienen otras más antiguas y conocidas”*. Esta misma sintonía entre periodistas y ciudadanos es la que subraya el director de The Guardian, Alan Rusbridger (2009), como la base de un nuevo modelo de periódicos que llama *“mutuos”* (*‘mutualized newspapers’*), donde los lectores ya forman parte del trabajo periodístico al aportar ideas, advertir de errores y ayudar en investigaciones que, sin su colaboración, serían muy difíciles de acometer para un medio de comunicación.

Independientemente de la denominación que escojamos, estamos hablando de un nuevo enfoque de la actividad periodística que incorpora la participación de la ciudadanía para ofrecer valor añadido a sus informaciones y que ofrece su máximo potencial de desarrollo en las nuevas plataformas de contenidos online surgidas en torno a los medios informativos con presencia en internet, especialmente en la cobertura de los asuntos locales. Hay que tener en cuenta que es

en este ámbito, y no en el regional ni en el nacional, donde los ciudadanos pueden informar de una manera más directa y efectiva sobre hechos que no siempre son conocidos por los periodistas.

Esta posibilidad de lograr una mayor diferenciación del producto a través de la colaboración entre profesionales y ciudadanos aficionados ha sido aprovechado en los últimos años por algunos medios de comunicación en Estados Unidos y otras empresas independientes para lanzar servicios hiperlocales de noticias. Mediante esta fórmula mixta, medios tradicionales y nuevos sitios noticiosos han expandido su marca en la red para buscar nuevos anunciantes, han aumentado de forma significativa el tráfico de visitas a sus sitios web y han reforzado los vínculos con su comunidad más cercana (barrio, pueblo o ciudad), que se siente más identificada y comprometida con lo que ocurre a su alrededor (Bradshaw, 2009).

Además del fenómeno informativo ultralocal, el periodismo 'pro-am' también se ha desarrollado últimamente en el seno de las nuevas organizaciones de noticias independientes de mayor alcance, regional o nacional, las cuales cuentan con la aportación del público para la elaboración propia de informaciones en profundidad. Entre ellas, sobresale el sitio ProPublica<sup>5</sup>, empresa sin ánimo de lucro dedicada al periodismo de investigación, que cuenta en su plantilla con una treintena de editores y periodistas, y dispone de una red de ciudadanos voluntarios a los que habitualmente solicita testimonios y experiencias sobre determinados asuntos de interés público, como el gasto del Gobierno, la crisis económica, el consumo energético o el sistema sanitario.

Los sitios informativos de carácter hiperlocal y las nuevas plataformas de noticias online se han convertido en la última manifestación de un nuevo modelo de periodismo híbrido, más participativo, que tiene la capacidad de producir noticias sobre la comunidad a la que se dirige con un nivel de detalle superior a de los medios tradicionales, con los que se asocia y complementa para ofrecer informaciones ajustadas a unos estándares profesionales que reporten calidad y credibilidad.

---

<sup>5</sup> ProPublica se convirtió en 2010 en el primer medio exclusivamente digital en ganar el Premio Pulitzer. Esta organización de noticias con sede en Nueva York colabora con más de medio centenar de medios de comunicación de todo Estados Unidos, a los que cede sus reportajes de investigación de forma gratuita para su publicación o emisión y con los que ocasionalmente trabaja en la confección de informaciones de gran impacto. Entre esos medios, se encuentran The New York Times, The Chicago Tribune, USA Today, CNN, ABC World News, Los Angeles Times o The Huffington Post.

Cada vez son más los medios de referencia que se adhieren a esta tendencia, ya conocida como 'periodismo pro-am', y que han decidido abrir nuevos canales de participación social con los que enriquecerse y diferenciarse, no limitándose a la mera agregación con contenidos procedentes de otros medios (Niles, 2010), sino complementando reportajes, análisis e informaciones de contexto de elaboración propia con aportaciones de ciudadanos, bloggers, periodistas freelance, expertos e incluso alumnos y profesores universitarios. Uno de los ejemplos más destacados de esta nueva forma híbrida de hacer noticias se encuentra en la plataforma 'Public Insight Network' y, dentro de ella, los buzones de participación social dispuestos y gestionados por The Miami Herald (Rojas Torrijos, 2011).

#### **6.- Estudio de participación ciudadana en los medios digitales y medición de la calidad del trabajo periodístico.**

Una vez catalogadas cuáles son las nuevas y diversas formas de intercambio de información que están surgiendo en la red y recopilada toda la bibliografía necesaria, el presente estudio el trabajo del Grupo de Investigación de Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad (SEP-001) se ha centra en el análisis del grado de presencia y colaboración de los ciudadanos en los procesos actuales de selección y producción de noticias en los medios de comunicación digitales, así como en la medición de los parámetros que habrán de determinar si un trabajo periodístico es de calidad y en qué medida.

Por tanto, buscamos profundizar tanto en la incidencia del denominado periodismo ciudadano o participativo en la construcción de una realidad y la forja de una opinión pública determinadas, como en la repercusión que ocasiona este nuevo modelo de producción informativa en la calidad de la labor periodística, entendido este concepto como la suma de una serie de atributos de lo noticiable, tales como la veracidad, la actualidad, el interés público, la verificación, el contraste de fuentes, el pluralismo y el rigor. Paralelamente, se establece la relación entre calidad del trabajo periodístico y el perfil de la profesión: si tal calidad debe estar o no ligada a la figura del profesional.

A partir de una metodología de evaluación de textos periodísticos, se tienen en cuenta dos etapas: el proceso de selección de la noticia (gatekeeping) y el proceso de creación de la misma (newsmaking), basándose en la aplicación de fichas de análisis al trabajo periodístico en la fase de selección del acontecimiento y posteriormente en su proceso y jerarquización. Rastreando los indicadores de las dos etapas de concepción del texto periodístico se descubren



cuáles son las variables en las que radica su calidad. En el caso del proceso de selección se analizan indicadores de tres niveles: a) selectividad de la noticia (tipo de información, origen, interés público, proximidad geográfica) b) de acceso (tipos y número de fuentes) y c) de equidad (presencia de protagonista-antagonista, temática). La segunda fase que incluye esta metodología es el proceso de creación, donde se estudiarán tres tipos de indicadores: de estilo (acciones relacionadas con el dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia), de contenido (contextualización de la noticia) y de énfasis (punto de vista adoptado por el narrador para exponer los hechos).

## **7.- Conclusiones**

Es una evidencia que los ciudadanos han sobrepasado su sensación de impotencia y de enajenación, han apostado por implicarse en las cuestiones sociales, han decidido contar la historia desde otra perspectiva, se han erigido como “los intrusos del poder”.

La **web 2.0** refuerza la idea del usuario como creador y no sólo como consumidor de medios. Aquellas personas que antes eran clientes de información se convierten paulatinamente en editores, y muchas de las aplicaciones asociadas con la web 2.0 pretenden ayudarles a organizar y publicar sus contenidos. La mala noticia es que este fenómeno podría considerarse como un menoscabo del papel tradicional de las empresas de medios. La buena es que está potenciando la demanda de una nueva forma de información compartida y centrada en la comunidad. Las empresas de medios no deben tener miedo de esta capacidad del público para publicar. Este fue el caso con la web 1.0, pero pronto se hizo evidente que el hecho de que cualquiera pueda crear contenido no significa que el contenido así creado tenga valor alguno. No obstante, la intervención ciudadana a través de múltiples vías sobre todo de las que se abren en la red, ha suscitado polémica y debate en torno a la consideración de la aportación ciudadana como trabajo periodístico.

La cada vez mayor presencia, pero sobre todo el impacto, que estas aportaciones ciudadanas están provocando no solo en los contenidos y formatos periodísticos sino incluso en el desarrollo de la vida democrática debe ser tomada en cuenta a la hora de presentar una fotografía del estado de la comunicación de un país.

El objetivo de los trabajos e investigaciones desarrolladas por el Grupo de Investigación *Análisis de Medios* a través del análisis de la calidad periodística es el de determinar qué textos pueden considerarse de calidad y cuáles y, además, diagnosticar los males de la calidad

periodística en la actualidad, partiendo de los propios textos y con la opción de modificar y mejorar las rutinas periodísticas, y con ello la formación de la conciencia crítica de la sociedad.

## 8.- Bibliografía

Almirón, Nuria (2007): "Pluralismo en Internet. El caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso". *Ámbitos* 15, pp. 9-31.

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

Bradshaw, Paul (2009). "Opportunities for "ultra-local" media services" [en línea], *Online Journalism Blog*, 5 de mayo <http://onlinejournalismblog.com/2009/05/05/letter-to-govt-pt5-opportunities-for-ultra-local-media-services/#more-2642>

De Pablos Coello, José Manuel y Mateos Martín, Concha (2004): "Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en Prensa y TV. Patologías y tabla de medición para recuperar la calidad en la prensa", *Ámbitos*, 11-12, pp. 341-365.

Díaz Noci, Javier y Meso Ayerdi, Koldo (1999): *Periodismo en Internet. Modelos de prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Diezhandino, María del Pilar: (1994): *Periodismo de Servicio*. Barcelona: Bosch.

Doctor, Ken (2010). *Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape the News You Get*. Nueva York: St. Martins Press

Downie, Len y Schudson, Michael (2009). "The Reconstruction of American Journalism" [en línea], *Columbia Journalism Review*, 19 de octubre, [http://www.cjr.org/reconstruction/the\\_reconstruction\\_of\\_american.php?page=all](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all)

Flichy, Patrice (2011). "Peut-on parler de journalisme amateur?" [en línea], *La Revue-Médias*, 29 <http://www.revue-medias.com/peut-on-parler-de-journalisme,745.html>

Flores Vivar, Jesús (ed.) (2008): *Blogalaxia y periodismo en la red. Estudios análisis y reflexiones*, Madrid: Fragua.

- (2008b) "Los blogs en la reinención del periodismo y los medios". *Diálogos para la Comunicación*, Madrid.

Fontcuberta, Mar: (1999): "Pauta y calidad informativa". *Cuadernos de Información*, 13, pp. 61-69.

- (1993) *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.

Gans, Herbert J (1980): *Deciding what's news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Random House.

- (2006) "News media, news policy and democracy: research for the future". *Journal of Communication*, 33.

Gillmor, Dan (2010). *Mediactive*. San Francisco: Creative Commons.

Gonzalo, Paula (2009). "The Guardian mezcla crowdsourcing y periodismo ciudadano para investigar a los parlamentarios británicos" [en línea], *Periodismo ciudadano*

<http://www.periodismociudadano.com/2009/06/23/the-guardian-mezcla-el-crowdsourcing-y-el-periodismo-ciudadano-para-investigar-el-escandalo-de-los-parlamentarios-britanicos/>

Manfredi Mayoral, Juan Luis (2000): *Manual de Producción Periodística*. Sevilla: Editorial Mad.

Meso Ayerdi, Koldo (2005). "Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística" [en línea], *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 90.

<http://chasqui.comunica.org/90/meso90.htm>

Niles, Robert (2010). "Creation or aggregation: What is the real added value of today's journalism?" [en línea], *The Online Journalism Review*

<http://www.ojr.org/ojr/people/robert/201003/1827/>

- (2007) "A journalist's guide to crowdsourcing" [en línea], *The Online Journalism Review*

< [www.ojr.org/ojr/stories/070731niles/](http://www.ojr.org/ojr/stories/070731niles/) >

Orihuela José Luis.: (2004): "Periodismoparticipativo". *Ecuaderno.com*

(<http://www.ecuaderno.com/2004/10/21/periodismoparticipativo/>)

- (2005) "Los medios de la gente". *Razón y Palabra*, 46.

- (2006) *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Ortega, F. y Humanes, M.L (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.

Pérez Curiel, C. (2011): *Las fuentes en el Periodismo Especializado. Análisis de las fuentes de información en las secciones de El País y El Mundo*. LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co.

Rojas Torrijos, José Luis (2011). "Los buzones de participación ciudadana en los medios digitales: entre la agregación y la elaboración tradicional de noticias. El caso particular de The Miami Herald". *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y web 2.0.*, Bilbao, 9-11 de noviembre

Rudsbridger, Alan (2009). "First Read: The Mutualized Future is Bright" [en línea], *Columbia Journalism Review*, 19 de octubre,

[http://www.cjr.org/reconstruction/the\\_mutualized\\_future\\_is\\_bright.php](http://www.cjr.org/reconstruction/the_mutualized_future_is_bright.php)

Seijas, Leopoldo (2011). "Internet y el periodista digital en el nuevo contexto informativo". *XII Congreso de Periodismo Digital*, Huesca, 10-11 de marzo

Willis, Chris y Bowman, Shayne (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*. Reston: The Media Center-American Press Institute