

Material Imprimible

Curso Periodismo digital

Módulo 1: El periodismo tradicional y el periodismo digital

Contenidos:

- Qué es el periodismo digital.
- La digitalización de los medios y su relación con la actividad periodística.
- Cómo eran las noticias web en sus comienzos.
- Las cuestiones básicas del periodismo y su relación con la Internet.
- Las diferencias entre el periodismo tradicional y periodismo digital.
- La tarea del periodista en la era de Internet.
- El “periodismo ciudadano”.

Periodismo digital

El **periodismo digital** es el proceso de investigación, producción, redacción y difusión de contenidos periodísticos a través de medios digitales. También puede ser llamado ciberperiodismo, periodismo web, periodismo en línea, webperiodismo, periodismo electrónico o periodismo multimedia.

Cabe aclarar que en periodismo existen diferentes géneros. Si bien la noticia se caracteriza por su inmediatez, hay muchas otras maneras de hacer periodismo que implican la investigación. Por ejemplo, la crónica, la entrevista, las notas de opinión y las notas de investigación propiamente dichas. En cuanto a los medios digitales, más allá de los sitios de los grandes medios periodísticos, también los productos periodísticos circulan y se difunden a través de las redes sociales.

De un tiempo a esta parte, la posibilidad de comunicarnos mediante la Internet ha crecido exponencialmente. El desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo hacia finales del siglo XX, trajo aparejada una nueva forma de contactarnos y de expresarnos. Los medios supieron captar el fenómeno para complementar sus ediciones tradicionales y se adaptaron a esta nueva forma de hacer y ejercer el periodismo. De hecho, en la actualidad se puede sintonizar radios online, ver canales de televisión y películas y leer diarios, entre otras acciones.

Características del periodismo digital

De un tiempo a esta parte, la posibilidad de comunicarnos mediante la Internet ha crecido exponencialmente. El desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo hacia finales del siglo XX, trajo aparejada una nueva forma de contactarnos y de expresarnos. Los medios supieron captar el fenómeno para complementar sus ediciones tradicionales y se adaptaron a esta nueva forma de hacer y ejercer el periodismo. De hecho, en la actualidad se puede sintonizar radios online, ver canales de televisión y películas y leer diarios, entre otras acciones.

El periodismo digital tiene la particularidad de brindar diversas formas de llevar a cabo el trabajo periodístico. Sus principales características son la multimedialidad,

la hipermedialidad y la interactividad. ¿Les parece si analizamos brevemente cada una de ellas?

Con la expresión hipermedialidad queremos significar la capacidad que tienen los medios y las páginas en general de establecer en sus contenidos la suficiente profundidad y riqueza narrativa acompañadas por una organización sistemática de los elementos multimediales. Los elementos multimediales son los textos, las imágenes, los videos, los sonidos y las animaciones.

Por otra parte, la interactividad permite que los medios y sus públicos construyan una relación más estrecha. De esta manera, los receptores tienen el poder de seleccionar los contenidos que prefieran y, además, tienen la posibilidad expresarse y comunicarse, lo que genera mayor participación y confianza. Los consumidores de medios en Internet tienen una participación activa, un diálogo continuo que se da casi de manera simultánea. Esta posibilidad es inédita para medios como la televisión y el diario. Veremos más adelante el concepto de “periodismo ciudadano”.

¿Continuamos con la conceptualización de las características más salientes del periodismo digital? Entonces podemos afirmar que la multimedialidad le proporciona al periodismo digital un lenguaje más amplio y que apela a los sentidos, ya que es capaz de integrar diversos elementos o códigos comunicativos, tales como textos, imágenes, videos, sonidos y animaciones. Se trata de un lenguaje con una plasticidad comunicativa imposible de alcanzar en medios tradicionales, como la radio, la televisión o el diario.

En la actualidad, el protagonista absoluto de Internet es el usuario, es decir, todas las personas que hacemos uso de las posibilidades que brinda la Internet. Somos nosotros quienes producimos y consumimos contenidos y quienes nos contactamos con otras personas para compartir información o para informarnos. De esta forma, podemos decir que somos los usuarios quienes opinamos, jerarquizamos, clasificamos y generamos audiencias gracias a los cientos de servicios que, en su conjunto, forman la llamada “web 2.0”. Más allá de los avances técnicos, la principal diferencia de esta Internet con respecto a la anterior es que

ahora cada persona es una parte fundamental dentro de la sociedad de la información.

¿Qué les parece si continuamos con los conceptos esenciales de la web 2.0? el concepto más importante es quizá la plataforma. La **plataforma** es la base sobre la cual se construye la relación entre, en este caso, el medio informativo y el usuario. Es la idea rectora de que el usuario pueda usar la web como si se tratara de un programa de *software* común, similares a los que se instalan en los ordenadores. De esta forma, ya no es necesario contar con una computadora propia para usar estos servicios.

Si bien hay infinidad de ejemplos, vamos a citar los más populares. Entre ellos podemos encontrar a Gmail, el servicio de correo electrónico de Google; Flickr, para alojar, editar y compartir con otros usuarios fotografías online y Bloglines, un agregador de feeds RSS para leer blogs y noticias cada vez que se actualicen.

Web 2.0

Un concepto esencial es el de **inteligencia colectiva**. En ella se basa la web 2.0, ya que los servicios adquieren cada vez más valor y utilidad en la medida en que más usuarios los utilizan. Para clarificar esta afirmación podemos mencionar lo que genera el link, ya que cuantos más links tenga un servicio, un blog, o incluso un perfil en Facebook o foto, se posicionará mejor en buscadores como Google y simultáneamente más usuarios captará.

De esta manera, el crecimiento será exponencial. Un ejemplo que podemos citar es el de YouTube, cuantas más personas usen su plataforma tecnológica para subir sus videos, más gente atraerá. Para ampliar un poco más sobre el concepto de inteligencia colectiva podemos afirmar que se opone a la idea de que el conocimiento legítimo no se construye de manera vertical, es decir, desde la universidad, desde la escuela o desde los expertos, sino que reconoce que nadie sabe todo y que cualquier persona sabe algo.

La inteligencia colectiva permite pasar de un modelo basado en la idea de “yo pienso”, hacia un colectivo “nosotros pensamos”. Este concepto implica la

construcción de una verdadera democracia, ya que crea un espacio virtual dentro de una comunidad específica y permite el análisis de problemas, el intercambio de conocimientos y la toma de decisión colectiva.

¿Vemos otro elemento de la web 2.0? Otro elemento entonces es la **participación**. En ese sentido, el usuario deja de ser sujeto pasivo, receptor de información como en los sitios estáticos antiguos y en los medios tradicionales para pasar a tomar un rol protagónico mediante su participación activa ya que aporta información, opinión y contenido que comparte con el resto de la comunidad.

De esta manera, un mismo usuario es receptor y emisor de contenidos de forma simultánea. Esta es una característica propia de la web 2.0 y una página de Internet será exitosa o no, de acuerdo con la participación de los usuarios. Cuantas más personas hablen y participen en el sitio, mejor posicionado estará este en los buscadores.

Otro elemento fundamental es la **velocidad**. Tal como decíamos antes, la participación es clave tanto para generar nuevos usuarios como para conservar los que ya tiene el sitio. Lo que se busca es que la interacción sea instantánea o con poco margen de diferencia. Es una intervención, una participación que le permite al usuario interactuar online con aplicaciones a gran velocidad.

Existen diversas nuevas tecnologías, como AJAX (Javascript asíncronico) y XML que brindan una mayor interactividad, ya que reducen el tamaño de la información intercambiada y no requieren instalar ningún elemento. Por ejemplo, estas tecnologías permiten arrastrar archivos de una carpeta a otra o girar y rotar con el mouse una toma panorámica de 360 grados.

Estos elementos no solo resultan ventajosos si se los compara con la antigua web que era estática sino también con los medios tal como los conocíamos, es decir, los tradicionales. Ahora, la experiencia del usuario es mucho más enriquecedora y las personas que manejan los sitios lo saben de sobra. En lo que respecta al periodismo digital propiamente dicho, el poder de la tecnología es el motor de la revolución porque, por primera vez en la historia, emisores y receptores, esto es periodistas y lectores, tienen acceso a las mismas herramientas de comunicación.

Hay más horizontalidad gracias a que las audiencias han tomado la palabra y el poder, o, al menos, una parte de él, ya que se hace y modifican de esta forma, la manera de ejercer el periodismo. Hace tiempo existían barreras económicas o de licencia que hacían imposible lo que ahora se presenta como algo posible, accesible, universal e inmediato.

Podemos afirmar, entonces, que el periodismo evoluciona al mismo tiempo que la tecnología lo hace, por eso, los diarios digitales que se encuentran en Internet han ido incluyendo más contenido audiovisual como imágenes, vídeos y audios, y por eso también el periodismo se va adaptando a la demanda y las necesidades del público.

Antes de finales del siglo XX, los periódicos únicamente podían editarse en papel, por lo que limitaba el uso de contenidos que pudieran ampliar la información de la noticia con fotografías. Con el desarrollo de Internet esta situación se ha modificado por lo que también se pueden encontrar otros medios además de imágenes. Además, existen diferentes dispositivos desde los cuales se puede acceder a los sitios web periodísticos, lo que genera otro acercamiento entre los emisores y los receptores.

¿Les parece si hacemos un breve recorrido por las primeras páginas web? Navegar por la primera página web de la historia es una experiencia que puede resultar decepcionante y hasta aburrida. No tenía ningún tipo de interactividad y nada que la hiciera atractiva. No había colores, ni fotos, ni videos. Tampoco había gráficos ni animaciones. Solo textos, hipertextos y un conjunto algo confuso de menús. Sin embargo, gracias a esa primera página web hoy podemos disfrutar de las ventajas de la Internet. Por supuesto que se trató de un desarrollo paulatino y que hubo muchos ajustes, tanto tecnológicos como de diseño, para lograr lo que hoy podemos usar y disfrutar.

En cuanto a la actividad periodística, en un primer momento no fue bien vista e incluso hubo mucha reticencia de los medios y de los periodistas. Los medios tradicionales se vieron amenazados ante el surgimiento de los medios digitales., tal como ocurrió en el siglo XIX y principios del siglo XX que se pensaba que la fotografía iba “matar” a la pintura, o que el teatro iba a dejar de existir por el

desarrollo del cine, y el cine, a su vez, iba a ser reemplazado por la televisión. La prueba resulta tan relativa como los casos anteriores.

Los medios tradicionales ciertamente están recibiendo una gran influencia por parte de los medios digitales, pero es improbable que se dé una desaparición de ellos por muchas razones que serán analizadas en las próximas clases.

El periodismo digital y los medios tradicionales

¿Les parece si comenzamos esta clase por analizar brevemente las razones por las que consideramos que los medios tradicionales están lejos de desaparecer? En la actualidad, podemos apreciar que ellos coexisten con los digitales. Incluso muchos medios tradicionales conservan su forma de hacer periodismo, pero suman su versión digital.

Si bien es claro que el receptor se modificó gracias al avance de Internet, hay otra buena porción del público que sigue fiel a sus costumbres y sigue manteniendo la misma relación con los medios como siempre. Por ejemplo, sigue existiendo el hábito de leer el diario en los bares o en el transporte público.

Por otra parte, a pesar de la gran expansión de Internet a nivel mundial, todavía sus usuarios constituyen una minoría si se los compara con el número de habitantes del planeta. Aunque los usuarios de Internet tengan la sensación de que toda la información que necesitan está en la web y que pueden mantener contacto con todas las personas que necesitan gracias al avance y desarrollo de los sitios, en la práctica esto no sucede siempre de esta manera.

Hay otro tipo de información que no circula por los medios digitales. Sin embargo, no podemos dejar de reconocer que es mucho más práctico y que hay muchas opciones que pueden relacionar una nota con otra mediante los hipervínculos, tema al que volveremos más adelante.

Esta posibilidad para algunos usuarios resulta un tanto confusa ya que los medios digitales dan esa sensación de un océano de información que, en ocasiones, no permite la focalización en un tema, lo que hace que muchos usuarios salten de un

enlace a otro para obtener una superficialidad en la información. En cambio, los medios tradicionales, al focalizar en un tema por vez y no tener esa particularidad de vincular temas, para muchos usuarios es ventajoso y, por eso, se siguen inclinando por los medios tradicionales.

Otra razón por la que los medios tradicionales y los digitales coexisten es porque en muchas ocasiones la información emitida por los medios virtuales no es completamente fiable dada la capacidad que tiene esta de ser producida por los mismos usuarios. Muchos de ellos no tienen la calificación profesional exigida en los medios tradicionales. Si un usuario busca un tema, puede encontrar incluso millones de artículos acerca del mismo entre los cuales se mezclan emisores profesionales con informaciones totalmente falsas. Volveremos también sobre este punto cuando analicemos las *fake news* y el periodismo ciudadano.

De esta manera, podemos concluir que es más probable que a lo largo del siglo XXI los medios tradicionales y los medios online se complementen y entre ambos puedan crear una red informativa que los usuarios puedan aprovechar a su favor. Además, es muy factible que se lleven a cabo nuevos sistemas éticos y un profesional de la información que se desenvolverá entre ambos mundos y que utilizará los recursos digitales con soltura. Uno de los factores que influirán en la permanencia o no de algunos medios tradicionales con respecto a los medios digitales son los modelos de negocio que se logren afianzar.

Según la opinión del vicedecano de investigación en la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Jorge, en Zaragoza, Víctor Manuel Pérez, hay al menos dos perspectivas del debate: “La primera de ella es, ¿cuál es el modelo de negocio que le permitiría a las empresas periodísticas convivir con el lector de la versión impresa y el de la versión digital? La segunda, ¿cómo se preparan los dueños, directivos, periodistas, profesores e investigadores para integrar los nuevos modelos de comunicación, humanos y mediáticos, en el proceso informativo?”. Son diversos los modelos de negocio que se plantean.

Ahora bien, podemos afirmar que la proliferación de periódicos digitales ha sido pujante en los cinco continentes, especialmente en Europa, América y, en menor medida, Asia. De hecho, casi todos los países del mundo tienen ediciones digitales

de los periódicos tradicionales más relevantes. Y le resto sucede con los demás medios, como la radio o la TV o incluso la capacidad de ver películas y series por medio de Internet.

En algunos casos, muchos de los periodistas que escriben en dichos diarios han pasado a engrosar el número de publicaciones con páginas web propias y blogs, que constituyen nuevas maneras de hacer periodismo. Del mismo modo la figura del periodista digital ha cobrado vida, como un nuevo modo de hacer periodismo desde una vertiente digital y con unas características propias que le consolidan como una nueva manera de quehacer informativo.

El grado de adaptación varía de unos países a otros. Los países más innovadores en lo que respecta tanto a contenidos como al uso de herramientas informáticas, suelen ser los Estados Unidos, Inglaterra y Francia. En los países de habla hispana, España, Chile y Argentina suelen ser los punteros. En la Argentina, por ejemplo, la primera publicación digital como diario fue en la ciudad de Rosario, en el año 1994, año en que nació el diario digital RosarioNet. En Asia los títulos japoneses priman sobre el resto, siendo superiores tanto en el diseño como en los contenidos que abordan. La situación en Australia suele ser pareja a la del resto de países anglosajones, con unas características definitorias propias.

Según el sociólogo y economista Manuel Castells, la economía a escala mundial que se desarrolló en las últimas décadas es una economía que tiene dos características fundamentales: es “informativa y global”. Y en este sentido afirma que es informativa en tanto el proceso de producción y distribución depende de la “capacidad para generar, procesar y aplicar con eficiencia la información basada en el conocimiento” y es global porque tanto la producción, el consumo, la circulación y sus componentes están organizados de manera global. Entonces llega a la conclusión de que es informativa y global porque tanto la producción como la competencia se realizan a través de una red de vínculos entre los diferentes agentes económicos.

En la actualidad estamos inmersos en la cultura de la virtualidad surgida del sistema multimedia. De esta forma, el tiempo virtual transforma el tiempo en su simultaneidad y en su atemporalidad. En palabras del propio Castells, cuando el

espectador elige un canal de comunicación se produce un “collage intemporal” sincrónico, en un horizonte temporal plano, sin principio, sin final. La historia pierde la secuencia cronológica, creándose una cultura “al mismo tiempo, de lo eterno y lo efímero”. De lo eterno porque llega de un lado a otro en la atemporalidad del hipertexto del multimedia; y de lo efímero porque cada secuencia específica depende de los impulsos o demandas del consumidor.

Por otra parte, y siguiendo las apreciaciones del autor mencionado, la era de la información también ha hecho posible la aparición de la “política informativa”, la cual abre la posibilidad de introducir nuevas reglas de juego que afectan de manera significativa la esencia tradicional de la política. Los medios de comunicación y sobre todo la Internet se convirtieron en el espacio privilegiado de las luchas del poder político, con base en la credibilidad que dichos medios han alcanzado, sobre todo en las sociedades más avanzadas.

Si bien la política de los medios no es toda la política, es innegable que toda política debe pasar por los medios. Lo que no sucede en los medios y en la web pareciera no existir. Por eso la vieja política se ha convertido en un espectáculo de horario central en la televisión y luego se replica en las redes o en los sitios web encargados de difundir la información. Lo trascendente son las personas y la imagen que tienen y no el partido. El conflicto público vale más que el acuerdo. Las malas noticias venden mucho más que las buenas y el escándalo prima sobre la verdad.

El periodista digital

¿Qué les parece si comenzamos con el análisis del trabajo del periodista digital? En general, lo que sucede es que el periodista digital tiene la misma formación que tiene el periodista que se especializaba en el periodismo tradicional y tiene, además, la misma función: informar. De esta manera, el periodista digital es aquel que utiliza conocimientos del periodismo tradicional y los combina con la tecnología para reportar, analizar o compartir información que circula casi a nivel mundial.

En este punto cabe aclarar que la tecnología no solo creó nuevos modos de difundir información, sino también modificó por completo el trabajo diario de un periodista. La disciplina del periodismo de recolectar, analizar, verificar las fuentes y presentar información sobre acontecimientos sufrió grandes cambios por la inmediatez con que las noticias son publicadas hoy en día.

Estas cuestiones serán abordadas más adelante pero sí podemos adelantar que la inmediatez que requiere el periodismo digital redunde en errores y en noticias falsas. No es poco habitual que se informen y viralicen muertes que no sucedieron. Si tomamos en cuenta el periodismo tradicional, podemos decir que cada persona desarrollaba un rol correspondiente a su trabajo. Por ejemplo, había quien redactaba artículos, un reportero que tomaba fotos o un editor que se encargaba de editar un paquete para un noticiero y presentarlo a una hora determinada. La audiencia recibía la información de los medios de comunicación en momentos específicos. En este proceso, los editores y reporteros seleccionaban las noticias de importancia. En cierta forma los periodistas eran los que determinaban la agenda del discurso en la sociedad y la tecnología utilizada entre los periodistas era básica.

Una primera diferencia que podemos advertir en cuanto a la redacción es que mientras en el periodismo tradicional nos regíamos por la pirámide invertida, nada de esto ocurre en el periodismo digital. Si bien es un tema que veremos más adelante, podemos adelantar que dada la inmediatez que requiere el periodismo digital y la capacidad de generar notas relacionadas gracias a los hipervínculos, la redacción de las noticias está más ligada con las palabras clave y con el objetivo de posicionarse bien los buscadores, es decir, teniendo en consideración el SEO y el SEM.

Por otra parte, en el periodismo tradicional suele suceder que cada persona lleva a cabo su trabajo, esto es, el redactor solo se encarga de escribir la nota, el reportero gráfico toma las fotos que cree convenientes para ilustrarla y así con todas las personas que intervienen en el proceso. Por esta razón, muchos periodistas se especializaban y se especializan aún hoy en una rama de la profesión. En cierta forma, la información era más especializada. Como contrapartida, en el periodismo

digital los periodistas y todas las personas que intervienen en el proceso tienen varios roles e incluso puede pasar que uno solo lleve a cabo todas las acciones.

Otra característica importante propia del periodismo digital y que lo diferencia del tradicional es que la información es presentada lo más pronto posible y está disponible las 24 horas del día. La audiencia recibe información de los medios de comunicación no solo constantemente sino también mediante varias plataformas. Ahora, los editores y reporteros no son los únicos que seleccionan las noticias de importancia, la audiencia es muchas veces la que decide de quién quieren hablar o qué tema es importante. Es decir que la agenda social la marcan los usuarios de los sitios web de noticias.

No podemos dejar de mencionar que la tecnología utilizada entre los periodistas es múltiple y requiere tiempo aprenderla. Este proceso de transición ha causado mucho descontento en las salas de redacción ya que muchos periodistas sienten que la tecnología ha aumentado su trabajo considerablemente.

Entonces cabe preguntarnos cómo un periodista tradicional puede adaptarse a esta nueva realidad. Para muchos, los cambios han sido difíciles. Sin embargo, lo que es necesario resaltar es que lo que en un momento fue considerado como una moda pasajera para algunos, es ahora un trabajo real y concreto. La era digital está aquí para quedarse y los periodistas tienen que adaptarse a ella.

A su vez, la misma naturaleza de Internet atrajo a muchos que no son periodistas a realizar trabajos que, en algún momento, eran propios de un periodista profesional. Pareciera que ahora todo el mundo puede ser reportero. Sin embargo, la formación es importante y se percibe. Más adelante también veremos cuestiones de redacción para llevar a cabo el trabajo periodístico con la rigurosidad que merece. La imparcialidad, la atribución, la precisión, relevancia y la información novedosa siguen siendo las reglas que rigen la profesión.

Es importante tener estos conocimientos básicos para llegar a practicar buen periodismo sin importar la tecnología y las plataformas que tengamos a disposición. En lugar de ser renuentes a los cambios es momento de aprender cómo utilizar las herramientas del periodismo digital para practicar buen periodismo lo que redundará en mayor nivel de usuarios que visiten nuestro blog o sitio web o, incluso, pueden

seguirnos a nosotros a través de las redes sociales por el trabajo que hacemos. Después de todo, Internet no solo permite informar de forma creativa y atrayente, sino que facilita presentar noticias a un número masivo de personas.

En relación con lo que veníamos diciendo, la era digital atrajo a un sinnúmero de escritores con diferentes niveles de conocimiento en el área de la redacción periodística. El resultado no fue el mejor, especialmente en los medios de habla hispana, en los que el personal que habitualmente no cumplía con funciones vinculadas con la redacción de texto se vio obligado a escribir diariamente. Como consecuencia de esta situación, es muy común leer titulares erróneos, mala ortografía, traducciones erróneas y una indiferencia hacia los detalles, precisión y la atribución de la información presentada, características propias del buen hacer periodístico.

No podemos dejar de recordar que los buenos periodistas son también buenos redactores. Aprende a escribir bien abre puertas, nos hace más confiables y genera más y mejores lectores. Muchos medios de comunicación están en busca de periodistas que puedan escribir artículos en su página web o simplemente editar contenido escrito por colaboradores y esas cuestiones no son compatibles con la tarea del periodista en la web. En general, predomina la inmediatez, con lo cual no resulta ventajoso contratar colaboradores que no sepan desarrollar su trabajo.

El periodismo digital y los blogs

Una de las plataformas más utilizadas dentro del periodismo digital, sin duda, son los blogs, que, de un tiempo a esta parte, se han convertido en una de las plataformas favoritas para difundir todo tipo de información. Los medios de comunicación tradicionales han empezado a utilizar esta plataforma sobre todo para complementar su cobertura de noticias y promover el talento de sus reporteros. Esta plataforma también se utiliza para publicar noticias de último momento.

Por lo general, un artículo de un blog tiende a ser más informal que un artículo publicado en un periódico, pero no por eso podemos relajarnos y no cumplir con las reglas de ortografía y con las características propias de la redacción periodística.

Un blog le da al periodista la opción de escribir artículos sobre temas que elija en base a su experiencia o a sus gustos y preferencias. Existen dos tipos básicos de blogs: los que crean contenido único y relevante para su audiencia y otros que traducen información o publican contenido de otros medios.

Debemos tener en cuenta que un blog puede ser considerado exitoso cuando crea y publica contenido que logra generar reacciones entre los lectores. Un diseño atractivo y la organización de la información son también cuestiones clave para que los usuarios regresen a leer el blog.

Bloguero efectivo

Un buen bloguero sabe enfocar los temas de sus artículos, respalda sus textos y opiniones acerca de un tema, consulta varias fuentes, tiene buena redacción y ortografía, sabe utilizar el lenguaje en el que escribe correctamente; integra contenido visual en su texto, su sitio tiene un diseño atractivo, interactúa con sus lectores y otros blogueros y muestra su pasión y entusiasmo por los temas de sus notas. Sobre estos temas prácticos volveremos más adelante.

Por otra parte, tampoco podemos dejar de reconocer que la tecnología y los medios de comunicación se desarrollan en conjunto y a pasos agigantados. A veces sucede que, sin haberse popularizado un fenómeno digital, se genera otro rápidamente, al punto de que no se sabe cómo ni cuándo comienza o termina algo, sino que se está en continuo crecimiento. Este es precisamente el caso de las redes sociales y su rol informativo y comunitario en la actualidad.

En nuestra cotidianeidad vemos cómo las herramientas del periodista se transforman y en lugar de tener a mano una libreta y un birome para anotaciones o incluso una grabadora, ahora son necesarias una computadora portátil, una tablet o un teléfono celular inteligente que nos permita sacar fotos y escribir desde el lugar de los hechos.

El periodismo digital y las redes sociales

Estas cuestiones se enriquecen con un nuevo escenario que llegó para quedarse y transformar la manera en que se comunican los mensajes. Ellas son las redes sociales, protagonistas de los encuentros más cercanos con nuestros lectores, ya que generan interactividad y respuesta casi instantánea. El propósito que persiguen todos los expertos en comunicación es informar, promover un contenido, entretener y educar. Las redes sociales generan conversación continua y la información que circula por ellas se viraliza de forma exponencial.

Gigantes de las redes sociales, como son el caso de Facebook y de Twitter, se convierten cada día en un lugar de intercambio de ideas, información y opiniones con tan solo un toque de pantalla a través de un teléfono inteligente o un clic mediante una computadora. La relación que se establece entre los periodistas y los usuarios en estos espacios en línea es más que importante, ya que constituye un binomio que en la actualidad debería ser obligatorio, siempre y cuando se tenga como meta los principios básicos de la profesión y la ética que la acompaña.

Si bien existen diferencias entre el periodismo tradicional y el periodismos web en cuanto a plataformas, inmediatez, relación entre lectores o usuarios con los periodistas, alcance general y modos de viralizar la información, también existen similitudes entre ambos que radican en ejercer de manera responsable y ética la actividad periodística.

Periodismo ciudadano

El **periodismo ciudadano** es un concepto que surgió gracias al impulso que en los últimos años están teniendo los blogs en Internet, las páginas personales en los que el autor da su visión de determinados asuntos sociales, culturales, políticos, económicos, deportivos, locales, entre otras cuestiones y las redes sociales. Se trata de una práctica cada vez más generalizada y que tiene cada vez más seguidores.

Además, muchos periódicos digitales, que son editados por profesionales que, en muchas ocasiones, también trabajan en las redacciones de los medios tradicionales, incentivan la participación ciudadana en sus ediciones por medio de cartas, blogs y páginas de comentarios. Sin embargo, los estudiosos en el tema no se ponen de acuerdo en cuanto a si el periodismo ciudadano es una realidad y una auténtica variedad del periodismo o no forma parte del periodismo tal y como lo conocíamos hasta entonces.

¿Les parece si nos remontamos a las ideas de Marshall McLuhan para entender la evolución y la llegada del periodista ciudadano? Si bien este autor falleció en 1981, pudo predecir de manera certera lo que hemos estado transitado hasta la fecha. En primer lugar, introdujo la “metáfora de la navegación” que describe este recorrido por océanos de información que el usuario no logra internalizar ni procesar del todo aquello que circula. Es decir que hay exceso de información y, de manera simultánea también asistimos al borramiento de las fronteras entre lo público y lo privado.

Por otra parte, para McLuhan la mayor inferencia del desarrollo de los medios de comunicación electrónicos fue la eliminación de las barreras geográficas. De esta manera, y como consecuencia de esta eliminación se sientan las bases del periodismo ciudadano. En palabras del autor citado: “El «campo simultáneo» de las estructuras eléctricas de información reconstruye las condiciones y la necesidad de diálogo y participación, más bien que la especialización y la iniciativa privada a todos los niveles de la experiencia social”.

Las nuevas tecnologías tuvieron la capacidad de extender nuestro sistema nervioso central y hasta abarcó a todo el planeta. De esta manera se abolieron el tiempo y el espacio. Una de las cuestiones más interesantes que plantea el autor es que estamos transitando la “Edad de la Ansiedad”, provocada por la implosión que empuja al compromiso y a la participación, muy independientemente de cualquier “punto de vista”. Por eso debemos considerar seriamente la participación del periodismo ciudadano, tanto desde la perspectiva de quienes lo ejercen como desde la perspectiva de quienes lo consumen.

Hoy, la audiencia masiva que se corresponde con el “público” del periodismo tradicional, puede ser usada como una fuerza creadora, capaz de participar. De hecho, para McLuhan, “la política ofrece respuestas de ayer a las preguntas de hoy”. En este espacio social, el cuerpo humano adquiere una nueva dimensión, es decir, la del cuerpo virtual. McLuhan manifiesta que los efectos de los medios son nuevos ambientes y estos –a su vez– son una reprogramación de la vida sensorial. Según su opinión, no puede haber ningún cambio tecnológico o físico en los medios de intercomunicación que no sea acompañado por un espectacular cambio social, ya que la nueva tecnología “sacude” a la sociedad.

Otra de las incidencias del periodismo ciudadano es que los medios digitales, en las manos de miles de millones de personas, modifican necesariamente las instituciones en general y la práctica profesional del periodismo en particular. Por lo tanto, se modifica también la propia naturaleza de la democracia. De esta forma, los ciudadanos no solo están cambiando el periodismo sino que también el periodismo define y redefine lo que significa ser un ciudadano. La democracia no solo es elegir a quienes ejercen el poder.

De hecho, el periodismo es considerado el cuarto poder. La democracia requiere asimismo que los ciudadanos estén bien informados sobre las actividades del Estado, que sean suficientemente libres para expresar y debatir sus opiniones y que hayan sido educados a fin de decidir por sí mismos, cuestiones que se manifiestan gracias al desarrollo del periodismo ciudadano.

Periodismo digital y participación ciudadana

Empecemos por mencionar que existen dos miradas diferentes y, podríamos decir, contrarias respecto de la participación ciudadana en relación con el periodismo digital. Por un lado, hay algunos expertos para quienes es una realidad propia del periodismo digital y una consecuencia lógica provocada por los avances tecnológicos y por la democratización de la información que permiten las redes sociales y los blogs en general y algunos sitios web.

Por el otro lado, hay quienes suponen que no se puede democratizar la función periodística ya que se trata de una disciplina profesional y la información no constituye una democracia sino que constituye poder.

Una de las funciones o de las implicancias que tiene el periodismo ciudadano es la de la organización política y social a través fundamentalmente de las redes sociales. Uno de los ejemplos de mayor eficacia es el de la convocatoria por medio de Internet a protestas ciudadanas. Así, solo para citar, podemos mencionar lo que ocurrió en España en el año 2004. La protesta del 13 de marzo de 2004 frente a las sedes del Partido Popular por ocultar información sobre los atentados del 11 de marzo, y que fueron la antesala de la derrota electoral de este partido en las elecciones nacionales celebradas al día siguiente. También de este modo se han convocado diversas protestas.

La gran diferencia entre los periodistas tradicionales y los periodistas ciudadanos es que los primeros tienen que aprender a cómo construir y definir las redes de informadores, gestionar comunidades de ciudadanos, reporteros y comentaristas, mediante la utilización de los medios sociales y tecnológicos para comprobar la veracidad de las historias.

En cambio, los periodistas ciudadanos necesitan, además, entender la importancia de la verificación, de la disponibilidad de múltiples perspectivas de la misma historia y de la capacidad para contar esa historia. El desafío no consiste solo en mantenerse al día con las tecnologías. El desafío, para los profesionales y los aficionados, consiste en entender la importancia de la búsqueda de la verdad a la hora de informar acerca de una noticia y el papel fundamental del periodismo en la democracia.

Uno de los autores más relevantes y pioneros dentro del periodismo ciudadano es el periodista y profesor universitario estadounidense Dan Gillmor. Ya en 2004 publicó su libro *We the media, Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. En su obra explica cómo se modificó la tarea periodística y afirma que “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”.

Twitter y el periodismo digital

Twitter es quizá la red social por donde más circula la información. Es una herramienta que no nace de o para el periodismo, pero supo adaptar sus características a él. Sus tres características principales la posicionan por encima de otras redes sociales. Esas características son la interactividad, que convierte la información en conocimiento colectivo; la hipertextualidad, que implica la construcción del conocimiento por diversos caminos de información contiguos; y la instantaneidad, como situación de versatilidad y recepción de la información de forma eficiente.

Podemos tener en cuenta la definición del español Mariano Cebrián, especialista en medios, profesor y periodista respecto de lo que es un “cibermedio”. Para el autor, entonces, “un Cibermedio es entendido como el proceso que va de un productor-emisor de contenidos y servicios informativos mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de la plataforma Internet y con la potencialidad del uso integrado de varios sistemas expresivos: escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia, hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiarse los papeles con el emisor”.

De esta manera, si nos remontamos a lo que era el periodismo tradicional, concebido como un proceso fabricado, de días enteros en las calles en busca de la noticia, en el que cada periodista tenía su rol y trabajaba de manera independiente y las noticias pertenecían a quienes las buscaban, no a quienes las esperaban. Sin embargo, hoy en día no es así. Twitter rompe ese esquema de tiempo y espacio que respetan o exigen las formas del periodismo tradicional.

Siguiendo con las palabras del autor, “El espacio para la prensa es un componente clave de la valoración y tratamiento de la información”, en donde en materia de

tiempo, la exposición de la información a la audiencia es mediada por una concepción periódica: diario, semanal, mensual.

Hay otros autores especialistas en Periodismo ciudadano, como Sara Plaza, quien afirma que “Twitter tiene a los periodistas en todo momento, si por periodistas se entiende a personas que están en el lugar de los hechos y pueden informar de lo que está sucediendo de forma instantánea. Ese es el término que actualmente se utiliza para referirse a los periodistas ciudadanos y donde Twitter se está convirtiendo en uno de los medios más importantes”.

Otros especialistas y profesionales de los medios respaldan esta opinión, ya que consideran que al democratizar la información en general y el trabajo periodístico en particular se ofrece a los consumidores un caudal informativo mucho mayor del que existía con los medios tradicionales.

Twitter, además, de ser una red social, es una fuente de información, una máquina de hacer periodismo. Vamos a ver más adelante cómo los medios tradicionales se pudieron adaptar a esta nueva realidad y sumaron a las nuevas tecnologías en su manera de hacer periodismo. Está claro que esta nueva forma de hacer periodismo trae aparejadas algunas desventajas para los consumidores de medios, como la hiperinformación y viralización muy veloz de noticias falsas. Volveremos, también, sobre estos puntos más adelante.

Para finalizar, citaremos las palabras del director de periodismo y noticias, Mark Luckie, “Twitter es un ecosistema de noticias”. Esta definición de la red social es clara y visibiliza la capacidad del periodista o del propio protagonista de la noticia de la que es parte, expresar hechos u opiniones que abren espacio a un debate.

Este debate se torna hacia contrastes partidarios u opuestos a fin de generar en el mundo informativo, una constante construcción del conocimiento y un proceso sustentable de recursos. Es así que se convierte en amparo del periodismo ciudadano, puesto que potencia su oferta de información en las intervenciones que tiene el propio ciudadano en el proceso informativo y no depende de las estructuras rígidas que caracterizaban al periodismo tradicional.