



Diciembre 2006 -
Enero 2007

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Libros](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Gundalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Número Actual

Hacia la Ciberdemocracia a través del Periodismo Ciudadano.

La formación, el paso perdido por los medios tradicionales y la oportunidad de los nuevos medios

Por *Pau Llop*

Número 54

A comienzos del siglo XX, si tres jóvenes estaban de acuerdo con una idea fundaban un partido. Hoy, esos jóvenes con ideas en común crean un site o un blog.
Alain Rouquie_

Muchas personas se preguntan hoy en día qué impide una verdadera democracia directa, sustentada por un aparente poderío tecnológico que crece de manera exponencial.

Posicionándonos en un punto de vista tecnológicamente determinista, parece no haber más respuesta que el simple interés de los poderes políticos que actualmente gobiernan las democracias liberales en mantener el actual 'statu quo' representativo a una escala tan basta como son los cuatro años que existen entre periodos electorales en la mayoría de los estados democráticos occidentales. Una escala burda, en la que estos deterministas tecnológicos no pueden evitar ver gruesos píxeles en la imagen con muy poca resolución que para ellos es hoy el actual sistema democrático. Cuatro años en Internet son toda una eternidad y para estas personas se hace cada vez más difícil de comprender o comulgar con la democracia representativa tradicional.

El sistema 'analógico' evoluciona a un ritmo infinitamente más lento del que imprime la Red en su peculiar sistema digital, tan incipiente aún y tan constantemente sacudido por continuos cambios que, en algunos casos, devienen en auténticas revoluciones que no hacen si no hacer parecer al sistema 'analógico' aún mucho más anacrónico de lo que es a ojos de los cada vez más ciudadanos digitales.

Una de estas revoluciones, a mi juicio sin duda la que está llamada a trascender en todos los ámbitos y acabar transformando radicalmente la sociedad que todos nosotros hemos conocido hasta hoy, es la que está viviendo el periodismo y cuyo caballo de batalla más visible es la irrupción de las audiencias en la cadena de valor de la producción de contenidos periodísticos: el periodismo ciudadano.

Hablamos de revolución, y como por desgracia nos ha enseñado la historia sobradamente, en toda revuelta siempre se han cometido errores, algunos de los cuales las han frustrado antes de conseguir su fin. Pese a que Internet ya muestra alguna cicatriz, como la dejada por el fin de la burbuja tecnológica de principios de este siglo, sigue siendo un ente adolescente y en eferescencia y esto puede propiciar que se cometa el error más común que encontramos en cualquier revolución frustrada: querer llegar al objetivo lo antes posible obviando los pasos necesarios para ello. ¿Estará ocurriendo esto con la revolución periodística que se está viviendo en la Red?

Dos maneras de entender el fenómeno

Desde mi punto de vista, existen dos sitios diferentes desde los cuales se está intentando mirar el fenómeno del periodismo ciudadano: el de los 'nuevos medios' y el de los 'medios tradicionales'.

Con los primeros me referiré a aquellos que están naciendo al calor de la esta revolución (medios nativos) y que se caracterizan primordialmente por cambiar el concepto de 'audiencias' por el de 'usuarios', por ser más ágors que atalayas y por aprovechar las nuevas tecnologías para potenciar el derecho, en muchos estados de rango constitucional (como el caso de España), no sólo de recibir información veraz, sino de emitirla. Con los 'tradicionales' me referiré al resto, aunque no necesariamente sean medios analógicos.

Los tradicionales

Las funciones teóricas comúnmente aceptadas de los medios de comunicación han sido siempre informar, formar y entretener. No obstante, no es ningún secreto que los 'medios tradicionales' llevan tiempo sin atender su segunda misión. Además, durante los últimos años asistimos a un evidente proceso en el que - olvidada la formación de las audiencias-, las fronteras entre las otras dos funciones, la información y el entretenimiento, se difuminan, dando lugar al 'Infortaiment'.

Aunque pueda parecer un atentado contra los principios básicos y sagrados que, supuestamente, han permitido a los medios de comunicación de masas tradicionales posicionarse como garantes de las libertades y de control del poder en cualquier sociedad

avanzada y democrática, en realidad el 'olvido' de la tarea didáctica responde a una lógica racional. Los medios de comunicación tradicionales hace mucho tiempo que derivaron su papel 'garantista' de la sociedad ante el poder establecido hacia el interesado camino del ejercicio del famoso 'cuarto poder' que esa función les otorgaba 'de facto'.

Una de las consecuencias de esta estructura real mediática la vemos en la 'Espiral del silencio'², la conocida teoría formulada por Elisabeth Noelle-Neuman que asegura que un individuo es mucho menos propenso a expresar su opinión respecto a un tema (social, político, etc.) ante los demás si piensa que su postura es minoritaria, por miedo al rechazo y la exclusión por parte de la mayoría.

Los medios tradicionales tienen un gran poder en la percepción de la realidad del ciudadano y por tanto de toda la opinión pública. De esta manera, los medios tradicionales tienen poder para que la opinión pública respalde intereses privativos de los medios y sus dueños ante el poder político. Así pues, ante esta estructura, se hace comprensible que:

1- Los medios de comunicación tradicionales ejercen su poder para influir en otras esferas de poder, sea el judicial, el político o el económico.

2- Se valen para ello de la influencia en la 'percepción' de la 'opinión pública', 'ente' que, a efectos prácticos, representa la 'comisión permanente' de la soberanía popular, a la que se someten los poderes políticos (en tanto que ciudadanos) y económicos (en tanto que consumidores).

3- Para la supervivencia de esta estructura, es necesario que el canal sea unidireccional (prensa tradicional; radio y televisión actuales) y, en caso de que se abran nuevos canales bi- o multidireccionales, como el caso de Internet, el control sobre éstos reproduzca el modelo vertical analógico. Para que esto sea así, la formación de las audiencias nunca ha de ser encaminada a dotarlas de conocimientos suficientes para que adquieran la capacidad de ejercer un derecho constitucional, el de transmitir información veraz, que los medios tradicionales se arrogaron hace tiempo como privilegio ante la ingente inversión necesaria para establecerse como emisor de masas en el mundo analógico.

Se trata pues de un modelo injustificado actualmente: la posibilidad de transmitir información hacia un público potencialmente elevado es hoy asequible a cualquiera, pensaría uno de los deterministas tecnológicos a los que nos referíamos al principio del artículo.

No se requieren inversiones millonarias. Basta un simple software de código abierto y muy sencillo de usar para hacerlo. Quienes están aprovechando ahora esta brecha en el 'Statu quo' mediático tradicional son los bloggers. Pero, no nos engañemos, se trata de una minoría social, aunque es cierto que a veces desde el corazón de la blogosfera se pierde la perspectiva y se magnifica su influencia³.

Los bloggers activos y conscientes del papel importantísimo que están jugando en la revolución mediática son pocos, son 'early-adopters' sociales y en gran medida tecnológicos. Pueden representar un problema para la estructura mediática tradicional⁴, pero no su fin, máxime si consiguen aislar el fenómeno haciéndolo incluso, en algunos casos, parte de esa estructura⁵.

Lo importante es que el grueso de la audiencia siga siendo eso, audiencia.

De esta manera, vemos que grandes medios tradicionales están comenzando a adoptar estrategias encaminadas a, en teoría, asumir esta revolución de la que hablamos. Proliferan en todos ellos secciones de blogs, comentarios abiertos e incluso secciones enteras dedicadas a la participación de sus audiencias que en algunos casos llaman directamente 'sección de periodismo ciudadano' o, como en el caso reciente de Elpais.com⁶, 'Yo, periodista'.

En ellas alientan a la participación de sus audiencias, a que manden sus crónicas, fotos, vídeos, etc. Sin duda, al menos aparentemente, es un paso en la buena dirección, pero ¿no se han saltado algún otro? ¿No falta algo? ¿No están condenando la participación de sus audiencias a permanecer aisladas bajo secciones 'amateurs', sin capacidad para competir en el verdadero agenda setting de estos medios, ése que tiene un papel tan importante en la configuración de la opinión pública, ése que acaba determinando la existencia de la 'Espiral del silencio'?

Creo que con esto se pretende llegar al fin de la revolución, el verdadero periodismo ciudadano, saltándose algunos pasos. La rapidez es hoy un valor al alza y mucho más si hablamos de Internet y de un mercado con abultada competencia como el de los medios online. El periodismo ciudadano es ya casi cuestión de marketing para vender una cabecera como producto en el mercado mediático⁷. Falta ese paso del que hablábamos anteriormente, el que asegure realmente el triunfo de esta revolución, la de un periodismo ciudadano verdadero, con garantías de futuro y que vaya más allá de una simple interactividad inocente.

El papel de los nuevos medios

Frente a esta situación de contención del cambio o de gestión del mismo para conseguir la supervivencia de ese 'Statu Quo', aunque sea con otra forma o aspecto, los denominados 'nuevos medios' de los que hablaba anteriormente tienen una función muy importante, el de andar el camino que los medios tradicionales no creen necesario.

Han de ser éstos quienes realmente conviertan a las audiencias en usuarios. Y un usuario ha de saber 'usar'. Creo, pues, que los nuevos medios deben rescatar la función de la 'formación'. Una formación entendida como alfabetización digital del visitante que le permita convertirse en usuario.

Un nuevo medio debe llevar el periodismo ciudadano en sus genes, no debe ser un añadido o mejora, que es como lo anuncian hoy los medios tradicionales. Para ello, debe asegurar que sus visitantes son o acabarán siendo usuarios de las diferentes herramientas que les ofrezca el medio. Para ello, ¿qué mejor que formarlos? Enseñemos a nuestros lectores a usar una videocámara correctamente, a grabar vídeo con el teléfono móvil de una manera correcta. Enseñémosles a editar, comprimir y subir esos vídeos a estos nuevos medios; mostrémosles cómo hacer podcasts; cómo acceder a las fuentes más básicas de información; que, como ciudadanos libres, tienen derecho a interrogar a los poderes públicos sobre cuestiones que les afectan directamente.

Info-social networks

Al mismo tiempo que favorecemos la formación de las audiencias de los nuevos medios hasta convertirlas en usuarios, debemos repensar la propia estructura de los medios para alojar a estos ya ciberciudadanos que tienen los suficientes conocimientos como para hacerse valer en la red como tales.

La estructura del nuevo medio no tiene por qué ser una en concreto, pero debería parecerse más a una red social que a un medio como lo conocemos hoy en día. Una red social de noticias, una 'Info-social Network'. En mi opinión, esto no conlleva la desaparición del rol del periodista profesional ni el de la redacción, aunque lógicamente tanto uno como profesional y otra como ente que le agrupa, deberán cambiar significativamente para encontrar su lugar en esta nueva estructura. Las diferentes maneras de conseguirlo serían de por sí suficientemente interesantes para dedicar un artículo aparte.

Como dice uno de los más reconocidos expertos mundiales en nuevo periodismo, Dan Gillmor: "El periodismo ciudadano favorece el activismo social en otros ámbitos"¹⁰. Evidentemente, no sólo a través de un ejercicio responsable del periodismo ciudadano real se llegará a una ciberdemocracia más directa que la actual.

Desde luego, hace falta que el poder legislativo acompañe esta evolución social con medidas administrativas y legales que lo vayan posibilitando. Pero si recordamos el papel supuestamente 'garantista' de los medios tradicionales ante los ciudadanos y frente al poder establecido y conseguimos unos nuevos medios lo suficientemente fuertes debido a la conversión de sus audiencias en usuarios gracias a la formación, nos encontraremos con que serán los ciberciudadanos quienes, por fin, representarán ese papel que ahora juegan los medios tradicionales y serán los garantes de su propia soberanía ante el poder democrático establecido.

De esta manera, se resuelve el misterio que significa para las posturas tecnológicamente deterministas que veíamos justo al inicio del artículo el hecho de no entender que baste con la tecnología para conseguir una ciberdemocracia: no hay tecnología que valga sin verdaderos usuarios capaces de usarla, aunque sea 'la tecnología de la democracia'. Con todo esto, pues, podemos concluir que se habrá culminando, paso a paso, sin saltarse ninguno, pero con éxito, la revolución del periodismo ciudadano e iniciando de inmejorable manera la siguiente revolución, la que conduzca hacia una verdadera ciberdemocracia.

Notas:

¹ ROUQUE, ALAN. Entrevista concedida a TELAM. Nov.2006.

(<http://www.telam.com.ar/vernota.php?tipo=N&idpu=4246&id=11108&dir=1&ec=1>)

² Ver artículo relacionado en la Wikipedia sobre la 'Burbuja.com'. URL:

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Burbuja.com>)

³ LA ESPIRAL DEL SILENCIO: OPINIÓN PÚBLICA. Elisabeth Noelle-Neuman. Ed. Paidós.

⁴ LARA, TÍSCAR. "Falta de autocritica en la blogosfera". Tiscar. URL:

(<http://www.tiscar.com/2006/10/05/falta-de-autocritica-en-la-blogosfera/>)

⁵ Un buen ejemplo de activismo ciberciudadano a través de los blogs lo encontramos en las recientes elecciones legislativas estadounidenses, donde según el propio New York Times, los blogs lideraron la información sobre fallos en el recuento de votos.

URL: <http://www.nytimes.com/2006/11/08/us/politics/08blogs.html?ei=5088&en=7b91d083a24e2108&ex=1320642000&adxml=1&partner=esny&emc=ss&admix=1163101875-301020caVh1z6b78U76>

⁶ VARELA, JUAN. "Todos son medios (y funcionan como medios)". Periodistas21.com.

URL: (<http://periodistas21.blogspot.com/2006/10/todos-son-medios-y-funcionan-como.html>)

⁷ ALMEIDA, MANUEL. "Eipais.com: la blogosfera marca el rumbo de los medios".

Mangas Verdes. URL: (<http://mangasverdes.es/2006/11/18/eipaiscom-la-blogosfera-marca-el-numbo-de-los-medios/>)

⁸ VARELA, JUAN. "El fin de la era de la prensa". Véase el apartado "rebelión contra el periodismo", donde cita cómo editores tradicionales de todo el mundo debatieron acerca de cómo incluir el periodismo ciudadano en sus estructuras mediáticas. URL:

(<http://www.escolanet.net/wiki/index.php>)

El fin de la era de la prensa Rebelión C3 B3n contra el periodismo

⁹ ROSEN, JAY. "The People Formerly Known as the Audience". PressThink. URL:

(http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/jpl_frmr.html)

9 LLOP, PAU. "Sobre el periodismo ciudadano en La 2". E-contenidos. URL: (<http://www.paullop.es/2006/10/26/sobre-el-periodismo-ciudadano-en-la-2/>)

10 LLOP, PAU. "Dan Gillmor: El Periodismo Ciudadano favorece el activismo social en otros ámbitos". E-contenidos. URL: (<http://www.paullop.es/2006/10/19/dan-gillmor/>)

Pau Llop Franch

Periodista y escritor, España.