

que una persona decida no utilizarlas. La forma en la que se va gestando la vida social se articula cada vez más en el cruce de las tecnologías y formas de vida anteriores, y estas nuevas tecnologías y las relaciones emergentes que se posibilitan. Se trataría del análisis donde las prácticas sociales de todos los días se gestan entre coordenadas espacio temporales diversas. En unas ocasiones se transforma substancialmente estas prácticas, en ocasiones, se revierte hacia prácticas anteriores. Pero de cualquier forma, se producen subjetividades (formas de pensar y vivir la realidad cotidiana) donde lo político es relevante en tanto implica actualización en el día a día de una agencia del sujeto que- de forma tensa y contradictoria - está siempre puesta en entredicho.

Heidi J. Figueroa Sarriera es psicóloga social, Catedrática del Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales, Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico.



4. Redes y enredaderas en Internet

¿El mejor o el peor de los tiempos para el periodismo?

Carmen Peñafiel Sáiz

“Vivimos en la era de los espejos e Internet es el gran espejo del mundo”

Joan Fontcuberta

1. Cambio de paradigma social generado por Internet y las nuevas tecnologías. La web 2.0 ha democratizado el acceso al conocimiento y a la información y como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías se favorece un nuevo periodismo: el periodismo de tercera generación, el periodismo 3.0, el periodismo participativo, el periodismo comunitario, el periodismo cívico, el periodismo social o el periodismo ciudadano. Todas estas acepciones son válidas para denominar el nuevo periodismo que ha nacido con los medios digitales y que trata de socializar la información de forma abierta en un ecosistema de medios emergentes.

Cualquier persona simplemente con un móvil es capaz de ser emisor y receptor de la información más actual. Cada vez es más importante la información generada por los propios ciudadanos y su distribución global por Internet. Hay quienes hablan ya de este fenómeno como el ‘quinto poder’, que vigila a periodistas y grandes medios y que genera criterio social.

El periodismo ciudadano se está convirtiendo en una herramienta informativa de gran valor en momentos y situaciones de crisis, atentados, desastres naturales, guerras, conflictos sociales, etc. Hay numerosos antecedentes históricos en el mundo, en los diez últimos años, en los que la gente ha participado escribiendo la información y en los que los medios tradicionales han solicitado la colaboración de las personas para el envío de fotos y vídeos. Han sido momentos cruciales para darse cuenta de la situación preeminente del periodismo participativo, de la importancia de Internet y de las redes sociales en la generación y distribución de las noticias, tal y como sucedió en el atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York, la guerra de Irak, el atentado del 11-M en Madrid, el del Metro de Londres, las protestas en el norte de África, Libia, Yemen, el tsunami de Japón, el terremoto de Lorca (Murcia), o recientemente el que se desarrolla en España y que hemos etiquetado ‘15-M’.

El 15 de mayo de 2011, cientos de personas de todas las edades (adolescentes de la ESO y Bachiller, estudiantes universitarios, parados, pensionistas) improvisaron un campamento en Puerta del Sol en Madrid y, posteriormente, se ha ido reproduciendo en otros puntos de España y extendiéndose también a capitales europeas, frente a las Embajadas españolas de Berlín, París, Londres, etc., incluso en otros países del resto del mundo (EE UU, Australia, Latinoamérica). Ha sido un movimiento pacifista de protesta contra la crisis y por una democracia real una semana antes de celebrarse elecciones municipales y autonómicas en España, y aún está por ver hasta cuándo durará y qué consecuencias y cambios traerá consigo. Ha sido como el estallido de un brote de frustración, que alguna pancarta de la concentración de Madrid resumía con el lema: *“nuestros sueños no caben en vuestras urnas”*.

Los protagonistas del 15-M han ido narrando y subiendo numerosas fotos a Twitter, Facebook o a los foros creados desde diferentes puntos y ciudades, improvisando una cobertura ciudadana impresionante. Basta ver las fotos reunidas en Topsy o galerías de tuiteros o seguir el canal de vídeo SolTV. Estas personas han informado minuto a minuto de la asistencia, de los lemas e incidentes. Han sido fuente de información y, al mismo tiempo, generadores de información, han sido emisores y receptores. Estas protestas han respondido a una ‘organización

desorganizada' en forma de red, sin un centro claro y acelerada por las redes sociales, lo que el sociólogo Manuel Castells denomina *wikirevoluciones*.

Ya nos hemos acostumbrado a que cuando ocurre algo por sorpresa, sea en Japón, Kansas, Libia o en el centro de Madrid, siempre habrá un testigo o cientos de testigos que lo 'tuiteen' mucho antes de que salga en los *mass-media* tradicionales y, además, muchas más personas lo van a seguir a través de las redes sociales antes que por los medios convencionales.

Algunos de estos ejemplos los encontramos en Soltv, una productora formada por sólo dos personas que colocaron en el Torreón de Sol una webcam a través de la que se podía visualizar en directo, las 24 horas del día, el movimiento protagonizado por jóvenes, principalmente, para retransmitir al mundo lo que pasaba en Sol. Las imágenes de Soltv llegaron a contabilizar, al comienzo de la protesta y en un sólo día, más de 50.000 visitas, según informó Europa Press. Igualmente, se han realizado continuas intervenciones ciudadanas en radio y, por otro lado, las movilizaciones no han tenido un único *hashtag* que les sirviera de bandera, sino varios, que iban cambiando cada pocas horas, retransmitiéndose en directo por pequeños medios como *Periodismo Humano* y agencias digitales como *Ágora News* que estuvieron emitiendo en directo desde el centro de Madrid horas y horas de vídeo durante las acampadas la semana que siguió al 15 de mayo.

Por otro lado, también podemos decir en defensa de los medios convencionales –en este caso de la televisión–, que siguen ocurriendo circunstancias excepcionales en que una noticia de alcance llega antes a la audiencia en directo que a través de las nuevas tecnologías. Ha sido el caso del terremoto de Lorca (Murcia), ya que debido a unas circunstancias excepcionales, el terremoto más importante y devastador ocurrió una hora y media después de uno de menor intensidad, lo que permitió situar una unidad móvil de televisión del programa *España Directo* de RTVE en Lorca. Durante la emisión del citado programa y grabando en riguroso directo tuvo lugar el derrumbamiento de la torre de una iglesia del pueblo a no más de 5 metros del comentarista mientras estaba informando del primer terremoto.

Con el acelerón de las tecnologías, el paradigma social está cambiando como también el periodismo y la información, una información cada vez más descentralizada de los *mass-media*.

Los ciudadanos con mini-videocámaras, smartphones y otros aparatos de última generación agilizan la transmisión de noticias, sea al diario en papel, sea la pantalla de un ordenador, o sean contenidos personalizados a un teléfono móvil. Agilidad, versatilidad, rapidez y minimización de costes son las claves de un nuevo modelo de hacer periodismo. En el periodismo participativo se trabaja la información en distintos soportes: foros, weblogs, chat, redes P2P, contenidos producidos por los usuarios, publicaciones colaborativas, listas de

mails. Se crean comunidades en línea que intercambian información y que presentan nuevas formas de construcción de las noticias, donde el sistema de comunicación es más horizontal (de la audiencia hacia los medios), al revés de lo que sucede en los medios tradicionales donde la información se genera de manera vertical (de los medios hacia los usuarios) .

En muchos sectores de la sociedad estos medios todavía crean desconfianza y falta de credibilidad, pero lo cierto es que el periodismo 3.0 gana cada vez más adeptos y en muchos casos están demostrando saber hacer bien las cosas.

2. La participación ciudadana en los medios de comunicación. Gracias a Internet la audiencia ha recuperado todavía más su participación activa y los medios están dando paso a la participación ciudadana en sus *websites* con experiencias de periodismo ciudadano. Tal y como señala el profesor Armentia: “*nos encontramos en un interesante momento de transición entre el tradicional paradigma comunicativo que establecía una clara distinción entre emisores y receptores y otro nuevo en el que cualquiera puede asumir el papel de receptor, y donde la diferencia estará no en la asunción de un rol u otro, sino en la calidad y el interés de los contenidos que puedan ofertarse*” (Armentia, 2009)/1.

El periodismo ciudadano emerge como una tendencia fuerte y el conocimiento de lo real en tiempo real es una demanda cada vez mayor por parte de la audiencia más exigente que adquiere un papel activo en la edición y consumo de información (Peñañiel y Palazio, 2009)/2. Así hemos vivido la tragedia de Japón motivada por el seísmo, el tsunami y la crisis nuclear desatada en la Central nipona de Fukushima, el 11 de marzo de 2011. Han sido temas informativos retransmitidos en directo las 24 horas del día con informaciones, audios e imágenes también de personas no profesionales de la información. Ciudadanos japoneses con móviles de tercera generación nos han ofrecido servicios de voz, radio, fotos, vídeos, datos, etc. Estas posibilidades tecnológicas están cambiando las estrategias empresariales y el modo de enviar y recibir informaciones en tiempo real. Una práctica que ya están desempeñando los periodistas en movilidad desde hace tiempo, pues con los teléfonos avanzados pueden grabar y editar las informaciones audiovisuales al momento.

El nuevo periodismo es la manifestación informativa de la política 3.0, definida por la globalización, la estructura de redes e Internet. Lo que está claro es que desde que alcanzó el éxito la plataforma de Blogger, las *granjas de blogs*

1/ Armentia, J. I. (2009) “La evolución del periodismo participativo en Internet” contribución en *Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Estudios de Periodística XIV, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, págs. 19-31.

2/ Peñañiel, C. y Palazio, G. (2009) “El periodismo digital móvil en la época de la multiplicidad de emisores” contribución en *Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Estudios de Periodística XIV, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, págs. 271-281.

periodísticas iban a multiplicarse rápidamente. Se trataba de hacer predicciones sobre el periodismo basado en el usuario común con capacidad de entrar en la Red desde cualquier lugar. Aún así, la mayoría de los medios de comunicación no lo veían y tuvo que venir la Web 2.0 para empezar a reaccionar, en el marco de un sector tecnológico que avanza con gran rapidez y atribuye cada vez más importancia a Internet entendida como una plataforma ubicua de fácil uso para el ciudadano (Peñafiel y Palazzo, 2009).

Los profesionales del periodismo deben integrar las innovaciones de los medios sociales como una forma de recobrar la confianza con el público y promover su participación en la democracia construyendo un entorno de comunicación colaborativa.

Desde los grandes medios, se brinda también esa posibilidad de acercar la información, producirla y compartirla con el ciudadano y la ciudadana. Así, surgió la red Eskup, creada por el equipo de *elpais.com* para dialogar, compartir y aprender de forma colaborativa. Es una conversación periodística en muchas direcciones sobre los temas que interesan y donde lo que importa es el mensaje. Además, es el lugar en el que se encuentra a expertos hablando de sus temas, donde se puede preguntar o responder, callar o leer, informarte o informar. Eskup es un medio de comunicación vivo y abierto.

Otros servicios y canales de participación que ofrecen algunos medios tradicionales son los espacios donde los usuarios pueden crearse y mantener de manera gratuita su página personal en formato blog y donde se permite al internauta tener un lugar donde escribir, colgar sus fotos, vídeos o audios y compartirlos con otros internautas. A través de sus diarios online puede compartir la información y los contenidos de sus bitácoras con otros internautas, así como debatir e intercambiar opiniones sobre sus temas preferidos. La única recomendación es que se debe escribir con educación y respeto y no usurpar la identidad de otras personas. Las noticias se verifican y se piden datos complementarios por parte de los profesionales del medio para comprobar las historias de los usuarios y para considerar si son interesantes para ser emitidas.

Otro ejemplo de Yo/Tú, periodista es “Zu Kazetari” plataforma creada por el equipo de *eitb24.com*, una herramienta de periodismo ciudadano puesta a disposición de la gente con el fin de enviar noticias, vídeos, audios, fotos y textos que muestren un hecho informativo o un hecho de denuncia para llegar a todas partes y captar la noticia. Actualidad, sucesos, temas locales, internacionales...incluso algunos temas pueden salir en los grandes medios del Grupo EiTb como en los informativos de la Radio o la Televisión, siempre que cumplan los requisitos de calidad informativa y de calidad técnica. En la redacción de estas informaciones, el protagonista es una persona no profesional de la información. Lontzo Sainz, periodista de EiTb, indicaba en una Conferencia en Salamanca que “*con propuestas de los medios o en ausencia de ellas, da la impresión de que el periodismo 3.0 o ciudadano acabará por*

abrirse camino. El modo en que los desarrollos tecnológicos están afectando a nuestra forma de vida es espectacular. No hay más que ver la rápida penetración de elementos como los blogs o bitácoras, que hasta hace escasamente un par de años poseían tan sólo unos pocos y ahora constituyen un elemento más del mapa comunicacional” (Sainz, 2009)/3.

Estas iniciativas están apareciendo en todos los macromedios y en el caso de la radio ya tenía mucho más recorrido con los teléfonos de participación ciudadana y prácticas similares.

Otro caso curioso de periodismo ciudadano es el de la participación ciudadana en la difusión de fenómenos meteorológicos excepcionales, aportando fotos o vídeos a los programas de información meteorológica de la televisión (ej. ‘El tiempo’ de tve1), aportando una información gráfica a pie de calle que sirve de ayuda al presentador para explicar un determinado fenómeno de ese mismo día. Es un caso claro de maridaje entre el periodismo convencional y ciudadano, en el que el periodismo ciudadano ayuda al periodismo convencional a dar una información más completa y de mayor calidad a la audiencia.

Por otro lado, están los medios que se han creado única y exclusivamente como periodismo participativo y colaborativo. Es el caso de *bottup.com*. Bottup está *on-line* desde el 30 de enero de 2007, cuando se convirtió en el primer proyecto de periodismo ciudadano en castellano y se definen como “*una red social sin ánimo de lucro donde los ciudadanos publican sus propias noticias y donde los periodistas trabajan para ellos. Cualquier ciudadano puede registrarse gratuitamente y obtener su ‘Carnet de Prensa’ (perfil) en esta red social dedicada a la información de actualidad desde una perspectiva diferente a la de los medios de comunicación tradicionales. El objetivo de Bottup es ofrecer una plataforma para que la ciudadanía pueda decidir y transmitir lo que realmente le interesa, y que pueda hacerlo de una manera digna y profesional. Para lograrlo, los periodistas de la Redacción Bottup trabajan directamente para ella*” (www.bottup.com).

Bottup es una plataforma, una herramienta social gratuita en la que participan y colaboran periodistas y usuarios. Por un lado, está la audiencia pasiva que entra para consumir información y comentarla; periodistas ciudadanos que se registran para obtener su Carnet de Prensa y comienzan a participar activamente en la plataforma, generando su propia información; están también los periodistas colaboradores, que son aquellos periodistas profesionales que se identifican con los objetivos y fundamentos básicos de Bottup y colaboran con la redacción en el servicio a los periodistas ciudadanos; y, también, están los periodistas de la plantilla de Bottup que son periodistas profesionales.

3/ Sainz, L. (2009) “Ciudadan@s ahora, periodistas mañana”, contribución en *Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Estudios de Periodística XIV, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, págs. 19-31.

3. Iniciativas de empoderamiento en países emergentes. El uso de Internet sirve de soporte para la comunicación ciudadana y a pesar de que todavía sólo un 25% de la población mundial tiene acceso a la red mundial de ordenadores, ya se consolidan diversas iniciativas de empoderamiento social a partir del uso de los nuevos medios y se crean diferentes horizontes para el periodismo ciudadano.

Los moldes de la red mundial se están construyendo en colaboración colectiva. Esta convivencia ciudadana además contribuye para que se descubran o se formulen distintos tipos de lenguaje escrito, oral o audiovisual, con alcance local o global.

El desarrollo del periodismo ciudadano en países emergentes se ha convertido en una eficaz herramienta de comunicación para comunidades con escasos recursos económicos. Así, la radio, se ha transformado en un gran aliado de la telefonía móvil y la comunicación permitiendo a estas comunidades prescindir del coste que supone pagar una conexión a Internet, tener un ordenador personal, o simplemente, tener acceso a ambos. Algunos de estos ejemplos de radio y telefonía móvil se focalizan en *Freedom Fone*, que dispone de una base de datos de mensajes de voz donde los usuarios tienen acceso a noticias e información de interés público a través de teléfonos fijos, celulares o voiceIP. El concepto es parecido al sistema '*Telephone Tree*', utilizado por muchas empresas, donde los usuarios llaman a determinados números para obtener una información específica; *Voices of Youth* es una propuesta que ha puesto en marcha un canal de mensajes de texto gratuitos que permite a los jóvenes en Nepal interactuar a través de la difusión de estos mensajes en un programa semanal de radio. Los locutores de radio escogen una pregunta todas las semanas que los oyentes pueden responder mediante SMS; *CGnet Swara*, es un servicio telefónico de información y difusión de noticias en las selvas de Chattisgarh, India. Su creador Shubhranshu Choudhary, periodista y miembro del *Knight International Journalism*, ha utilizado la tecnología como una plataforma para hacer noticias de fácil acceso. Swara es una plataforma de periodismo ciudadano que usa la tecnología Voice XML para conectar un sitio web a las líneas telefónicas haciendo llegar las noticias a través de los teléfonos móviles; *Radio Zamaneh*, con sede en Amsterdam, es una emisora de radio en idioma farsi (lengua persa hablada en Irán). La mayoría de contribuyentes de *Radio Zamaneh* fueron y siguen siendo, los bloggers, de ahí que hayan basado su política de medios de comunicación en el periodismo ciudadano; *Dabba Radio*, de Bombay ha creado un programa radiofónico que realizan los vecinos de Dharavi, uno de los mayores poblados marginales de Asia, y cuyo objetivo es contar sus historias cotidianas al resto de la India.

Los smartphones y los avances tecnológicos permiten enviar mensajes de voz a los teléfonos móviles más simples haciendo que el sistema convencional de licencias radiofónicas se quede obsoleto.

Con todas estas experiencias, lo que está claro es que el periodismo ciudadano quiere favorecer el debate público y mostrar un pluralismo de voces y emisores proporcionando al ciudadano la información. En este sentido, está cambiando también el rol de periodista. *“El nuevo periodista ya no es quien decide lo que el público debería saber, sino quien ayuda a las audiencias a generar sentido de la información. Esto no significa simplemente añadir interpretación o análisis a la información. La primera tarea del nuevo periodista/generador de sentido, sería la de verificar la información para que sea fidedigna y ordenarla de tal forma que la gente pueda hacer uso de ella eficazmente”*⁴.

Muchos profesionales del periodismo se niegan a aceptar el término de ‘periodismo ciudadano’ ya que el periodismo es una disciplina profesional y académica. Para otras personas, este tipo de periodismo supone un gran salto de la sociedad al mundo de la información y se ve como una democratización del poder de los *mass-media* en el ecosistema informativo.

4. Claroscuros del periodismo on-line. La tecnología y los medios digitales están provocando que cada día al despertar y antes de llegar al trabajo nos encontremos con cantidades ingentes de información procedentes de medios convencionales o de medios colaborativos: nos levantamos y desayunamos con el canal de televisión *24 Horas*; encendemos el ordenador para leer las portadas de los periódicos de los cinco continentes; seguimos conectados por mail todo el día con nuestros teléfonos inteligentes; compartimos noticias, cursos, amistad, debates en las redes sociales, en los blogs, en los chats; escuchamos podcast en el momento que deseamos; entramos en las plataformas de YouTube o *vimeo.com* para ver los vídeos de las comunidades de usuarios, consultamos *bottup.com*, etc. etc. etc. La información nos llega de todas direcciones de forma instantánea, incluso en movilidad. Recibimos tanta información que no somos capaces de gestionar correctamente y esta sobreabundancia entra dentro de lo que Alfons Cornellá⁵ ha denominado como ‘Infonomía’, un neologismo que mezcla la información y la intoxicación, que empeora la capacidad analítica, aumenta la ansiedad y conduce a decisiones erróneas. Sólo unos datos para darnos cuenta de la gran cantidad de información que generamos: en España se envían 563 millones de correos al día y cada persona recibe una media de 23 mails al día, eso sin contar lo que se genera a través de las redes sociales como Facebook y Twitter.

Según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), el 37% de los españoles se conecta entre 10 y 30 horas semanales. El 9% lo hace más de sesenta horas semanales. *“Esta sobreabundancia hace*

⁴/ Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003) *Los elementos del Periodismo*. Madrid: Santillana, pág. 24.

⁵/ Alfons Cornella es físico y el fundador de la Consultora sobre Nuevas Tendencias *Infonomía*.

que pocos elementos de entre todo ese mar informativo resalten y queden fijados a nuestra memoria, que hoy se encuentra medio perdida al no poder atar datos con situaciones y lugares concretos. Muchas cosas pasan desapercibidas, miradas sin ser vistas”, dice Roberto Balaguer, psicólogo especialista en Internet. A lo que añade el periodista Sergio Fanjul en su artículo “Atentos a todo ...y a nada” que “cada vez pasamos más tiempo en este mundo de los unos y ceros y menos en el de la carne y los huesos” (*El País*, 12/5/2011).

En esta misma línea se mueve Max Otte -quien sostiene en su libro *El crash de la información-* que en la era de la llamada Sociedad de la Información, la gente está menos informada que nunca “estamos abandonando los estándares básicos de la información en un batiburrillo de prisas, sensacionalismo e influencia de lobbies”, según él sufrimos el ‘virus de la desinformación’. Mantiene que tenemos una sociedad atontada. Los medios han caído en un círculo vicioso “Como era necesario reducir los costes, se contraen las redacciones...; la gente, obligada a trabajar más rápido por la presión de los costes, descuida la precisión y pasa por alto los fallos lo que al final supone menos rigor y una mayor equiparación con los contenidos de la Red. En definitiva, los editores, que pretenden comprar los productos de sus redactores a precios de ganga, reciben precisamente aquello por lo que han pagado: un periodismo barato que se apoya en recursos como Wikipedia o los lectores reporteros”. Otte es pesimista en cuanto a Internet: “La red digital mundial que despertó tantas esperanzas de libertad es hoy un medio que origina un alto nivel de ruido y que ha conquistado un lugar preeminente en cuanto al tiempo que le dedican los consumidores de los medios; pero tampoco ofrece en general una información más libre, más independiente y más fiable. Al contrario, mientras se priva a la gente de información sustancial, la tecnología permite a empresas y gobiernos un acceso sin precedentes a los datos de los ciudadanos⁶.”

Al margen de estas consideraciones, lo que es evidente es que las tecnologías han permitido la hiperconectividad y la instantaneidad y ya no sólo como usuarios pasivos sino que la tecnología nos brinda grandes posibilidades para ser usuarios activos, creativos y emprendedores. Así, con la aparición de las herramientas de la web 2.0, los internautas han alcanzado un verdadero protagonismo en la generación y distribución de contenidos de todo tipo y ha comenzado a surgir el periodismo ciudadano, periodismo digital interactivo o periodismo 3.0 donde el grado de participación alcanza diferentes niveles, desde el más básico que resulta de enviar mensajes de respuesta o valoración de una noticia, hasta una participación más alta donde se pueden escribir las noticias, hacer programas de radio (*podcast*) o los *wikinews*, donde se puede escribir de forma colaborativa sobre un tema o modificar los relatos informativos.

⁶/ Gil-García, A. G. “La información sucumbe ante la crisis”. *Público*, 4/06/2010, pág. 52.

El senador John Kerry se preguntaba: ¿serán los periodistas ciudadanos, los blogueros y otros capaces de producir periodismo de alta calidad? La respuesta, según Kerry, es que no. Él dice que los que poseen más conocimiento profesional, los que escriben con más gracia o elegancia, los que dedican más entusiasmo a su trabajo, los rigurosos, los que arriesgan más, los que salen a la calle a informarse: ellos, como en cualquier otras ramas de la vida, triunfarán⁷. Al final, lo que perdura, es la calidad.

Para unos los productos *on-line* tienen mucha opinión e informaciones planas, rebotadas de unas a otras, de mucho entusiasmo y poca investigación y no son capaces de mantener el periodismo profesional a los niveles que ha llegado la prensa escrita, porque no generan el mismo volumen de recursos económicos, ni cumplen el papel de mediador exclusivo entre el mercado y el cliente que cumplían los diarios. Para otros, sin embargo, los medios *on-line* están provocando grandes cambios que ayudan a mejorar, a democratizar y a socializar la información.

Sobre la tan recurrente rivalidad entre el periodismo ciudadano y el tradicional, Oscar Espíritusanto, fundador de *PeriodismoCiudadano.com*, señala que *“El periodismo ciudadano, es una evolución positiva de la comunicación que permite a periodistas ciudadanos y tradicionales colaborar para generar mejores piezas informativas. El discurso de que el periodismo ciudadano terminará con el periodismo tradicional es una afirmación que se ha difundido especialmente desde la industria informativa, nunca desde la audiencia o desde los que defienden la participación activa de los usuarios en los medios. No podemos ‘criminalizar’ o desacreditar a la audiencia porque desee generar piezas informativas. Más bien al contrario, se debería, desde la profesión periodística, alfabetizar en la participación a la audiencia y poner en sus manos las herramientas necesarias para que colaborando y compartiendo información se generara mejor periodismo”* (www.periodismociudadano.com).

Internet ha sido muy importante para que el periodista sea consciente de su importancia. *“Cualquiera puede hacer una foto con un móvil o escribir un blog. Ahí el periodista puede ser reemplazado, pero no cuando explica y analiza lo que sucede. Lo que pasa es que la gran tentación del periodista ha sido dirigirse sólo a los sentidos de la gente, a que vea y oiga, y pocas veces anima a pensar y es el papel en el que es irremplazable. El periodismo que sobrevivirá será el que haga pensar a la gente”*⁸.

Indudablemente la clave está en la calidad. Los medios de comunicación son un bien de interés social vital en una sociedad moderna que proporciona información y entretenimiento y esa es una función muy importante. Como también es importante tener medios de comunicación de calidad.

⁷ *El País*, 10/05/2009.

⁸ Javier Darío Restrepo, periodista colombiano, defiende la importancia de la ética profesional frente al auge de las nuevas tecnologías. Entrevista en *Público*, 27/07/2010, realizada por Antonio G. Gil-García, pág. 42.

5. La pérdida de centralidad de los mass-media: El caso Wikileaks. En el nuevo ecosistema informativo, nos encontramos con otras iniciativas más ambiciosas y que ponen en jaque a gobiernos, empresas y a múltiples intereses políticos y económicos. Son los medios que nacen como vigilantes del poder y de los grandes medios de comunicación, como es el caso de *Wikileaks*, que tantos ‘ríos de tinta’ ha hecho correr.

La filtración a la red por *Wikileaks* de documentos secretos del Pentágono sobre Afganistán es un ejemplo de distribución de información sin el control de los Estados ni los medios de comunicación tradicionales.

Más de 75.000 documentos secretos del Pentágono redactados por operarios militares proporcionan detalles sobre el papel de los servicios de inteligencia paquistaníes, las muertes de civiles a lo largo del conflicto, aspectos de la estrategia de contrainsurgencia del ejército estadounidense, entre varios más. *Wikileaks* se ha convertido en una novel organización entre una agencia de inteligencia privada, un ejército de hackers y expertos informáticos, y un nuevo tipo de canal de difusión de la información.

El sitio se define a sí mismo como un servicio público internacional diseñado para proteger a delatores, periodistas y activistas.

Julian Assange, fundador de la web *Wikileaks* señala que “*damos buena información sin intereses empresariales ni políticos*”. Cuenta con más de 800 colaboradores, carece de oficina y trabajadores asalariados, tiene la misión de defender con total transparencia la libertad de información. Su única motivación es el servicio público y ser conscientes de ofrecer informaciones interesantes e historias relevantes que influyan en las personas/⁹.

Asange, que está en el ojo del huracán informativo, es el adalid del periodismo combativo, dice abanderar la información libre. Se ha convertido en la plataforma de filtración de contenidos secretos más impactante en la historia del periodismo levantando papeles en distintos lugares del planeta: Las ejecuciones extrajudiciales en Kenia de 500 jóvenes opositores al régimen de Mwai Kibaki; el escándalo del banco islandés The New Khaupting; el vídeo que reflejaba la matanza de 12 civiles en Bagdad cuando un helicóptero Apache dispara a un fotógrafo de Reuters (pensando que lleva un arma) y a todos los que estaban por allí en ese momento, incluidos dos niños; la información sobre la empresa multinacional Trafigura que había pagado a una empresa local de Costa de Marfil para que se deshiciera de 40.000 toneladas de gasolina de baja calidad y que ha sido acusada por un Tribunal neerlandés del trágico vertido; la guerra sucia en Irak y la información de ‘los papeles de Afganistán’, son los temas que más ampollas han levantado en la sociedad.

Con todo ello, ha hecho pensar sobre el periodismo convencional y el periodismo de investigación que cada vez está más ausente en los medios de comu-

⁹/ Navarro, F. Entrevista a Julian Assange. *EL País*, 29/07/2010.

nicación, según él porque el periodismo está generalmente subvencionado por intereses especiales.

Ahora con Internet, lo interesante es poner la información en manos de la opinión pública, de la sociedad, si pasa o no por los filtros de los medios de comunicación ha dejado de ser la clave.

El complejo ecosistema informativo que emerge de Internet, las redes sociales y las posibilidades virtualmente ilimitadas de difundir información son una muestra clara de la pérdida de centralidad de los mass-media.

6. Conclusiones. Por ahora, no exponemos unas conclusiones determinantes sino más bien una serie de cuestiones ‘escritas en el aire’, ya que estamos en un momento crucial adjetivado por el acelerón de las tecnologías que han traído importantes cambios en el ejercicio del periodismo, tales como rapidez, agilización, versatilidad y minimización de costes; cambios de rol de los profesionales ante una participación ciudadana cada vez mayor tanto en la elaboración como en la distribución de la información de una manera global por Internet. Esta situación está produciendo un nuevo modelo de hacer periodismo.

Hay quienes opinan que vivimos en el mejor de los tiempos para el periodismo y también en el peor. Nunca ha habido una mejor época para hacer periodismo escrito, y nunca ha habido una peor para ganarse la vida ejerciéndolo; hay más mercado que nunca, pero menos ingresos. La crisis económica y la revolución de Internet ponen a prueba la industria periodística.

Ante esta realidad social y periodística que palpamos cada día nos hacemos la siguiente pregunta: ¿El sistema *on-line*, será capaz de mejorar el modelo del siglo pasado? Para los defensores del periodismo 3.0 los medios *on-line* están provocando grandes cambios que ayudan a mejorar, a democratizar y a socializar la información, sin embargo, para los detractores, los medios digitales creados por los periodistas ciudadanos tienen mucha opinión e informaciones planas sin lograr un periodismo de calidad comparable al profesional y con el que se padece el ‘virus de la desinformación’ motivado por el batiburrillo de prisas y sensacionalismo.

Por otro lado, debido al poder de las redes, surge un nuevo tipo de organización capaz de reclamar nuevos espacios e imponer sus exigencias. El mayor atractivo de las redes –anonimato, viralidad, interconexión- también es su mayor debilidad. Siempre se han utilizado y se podrán utilizar en cualquier sentido y para cualquier propósito.

Lo que está claro es que la red mundial se está construyendo de forma social en colaboración colectiva y gratuita en la que participan y colaboran periodistas y usuarios.

Y terminamos con una frase de Nicolás Berggruen, que nos puede hacer pensar y que dice: ... *“las ideas cambian el mundo mucho más de lo que lo hace el dinero”* ...

Es una frase muy connotativa, precisamente, porque viene de Nicolás Berggruen, consejero delegado de Liberty Acquisition Holdings, con intereses en varios sectores y países. El responsable de Liberty tiene ahora su objetivo en los medios de comunicación y en España, con un acuerdo para invertir hasta 900 millones de dólares en PRISA/10.

10/ *El País*, 20/06/2010, pág. 24.

Carmen Peñafiel es profesora titular de la UPV/EHU y doctora en Periodismo



5. Redes y enredaderas en Internet

La indolencia tecnopolítica de las ciencias sociales

Igor Sádaba y Ángel Gordo

Hasta fechas muy recientes la tecnología se contemplaba como un hecho neutro, extraño, autónomo. Apenas se había reparado en ella como un elemento intrínsecamente social hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX. A pesar de reconocer y registrar las interacciones que podían tener un invento o una innovación en los ámbitos colectivos, siempre aparecía como un fenómeno externo, secundario. Coincidiendo con algunas aportaciones teóricas en los estudios sociales de la ciencia y la tecnología y el reconocimiento ciudadano del papel que la tecnociencia ha ido adquiriendo en nuestras vidas, se ha recuperado, en apenas dos o tres décadas, un discurso sobre la tecnología que reivindica su naturaleza política y su vínculo íntimo con la organización social en muy diversas escalas.

En ese sentido, consideramos que todavía, y especialmente en nuestras ciencias sociales, faltan trabajos y colectivos que se dediquen a perfilar desde dentro de los márgenes críticos (y su necesaria inquietud por la transformación social radical) esos nexos fuertes entre el campo de lo técnico y el universo político.