

Mempo Giardinelli
Roberto Savio
Pierre Kalfon

Democratizar las Comunicaciones

Juan Pablo Arancibia, Valeria Betancourt,
Beatriz Bissio, Carlos Castilho, Divina Frau-Meigs,
Gustavo Gómez, Gustavo González,
Mónica Herrera, Gabriel Kaplún,
María Cristina Mata, Alejandro Morales,
Miguel Navarrete, Walter Neira,
Gabriela Ortúzar, Fernando Reyes Matta,
Fernando Torres, Patricio Tupper

Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile

Embajada de Francia en Chile

INDICE

I. Presentación y palabras de apertura	
Presentación	11
“Rescatar el informe MacBride, un imperativo ético”	
<i>Faride Zerán</i>	13
Un homenaje a Hubert Beuve-Mary	
<i>Jean-Claude Reith</i>	17
II. Conferencias inaugurales	
Las derrotas y las esperanzas	
<i>Roberto Savio</i>	21
El derecho a la información 25 años después: libertad de expresión, propiedad de los medios, transparencia y moral	
<i>Mempo Giardinelli</i>	35
III. El informe MacBride de ayer a hoy	
Vigencia del informe MacBride	
<i>Patricio Tupper</i>	49
Informe MacBride y nuevos colonialismos	
<i>Fernando Reyes Matta</i>	59
“Hay razones para la esperanza”	
<i>Walter Neira</i>	65
IV. Periodismo e informe MacBride	
Dictaduras y comunicación	
<i>Pierre Kalfon</i>	73
Comunicación, Periodismo y Tercer Mundo	
<i>Beatriz Bissio</i>	79
V. Sociedad de la información	
MacBride, diversidad cultural y sociedad de la información	
<i>Divina Frau-Meigs</i>	91
Sociedad civil y sociedad de la información	
<i>Valeria Betancourt</i>	105
Sociedad de la información ¿democratización o commodities?	
<i>Gabriel Kaplún</i>	117
VI. Internet y democratización del conocimiento	
La democratización del conocimiento: acceso abierto a la información académica en las universidades	
<i>Gabriela Ortúzar</i>	133
Crisis en la prensa y brecha digital	
<i>Carlos Castillo</i>	139
Periodismo participativo e interacción en la red	
<i>Alejandro Morales</i>	149

VII. Comunicación política y democracia

De la comunicación política a las aporías de la democracia <i>Juan Pablo Arancibia</i>	159
---	-----

VIII. Comunicación popular

La búsqueda de alternativas 25 años después <i>María Cristina Mata</i>	185
Entre amenazas y posibilidades <i>Gustavo Gómez</i>	195
La experiencia de aldea comunicaciones <i>Miguel Navarrete</i>	203

IX. Comunicaciones y formación universitaria

Nuevos paradigmas y formación de comunicadores <i>Mónica Herrera</i>	213
Enseñanza, Informe MacBride y sociedad civil <i>Gustavo González</i>	221
Contra el complejo del "periodistismo" <i>Fernando Torres</i>	229

Los autores	235
-------------------	-----

Agradecimientos	249
-----------------------	-----

serán los encargados de los reportajes investigativos, de la organización de bancos de datos especializados, de la contextualización de informaciones y de los análisis en profundidad.

Referencias:

- Datos generales sobre la exclusión digital en Brasil: <http://www.nic.br/indicadores/usuarios/index.htm> investigación de septiembre 2005 (visitado el 20 de diciembre 2005).
- Internet Stats <http://www.internetworldstats.com/list3.htm> (visitado el 20 de diciembre 2005)
- GILLMORE, Dan. We The Media, O'Reilly, San Francisco, 2005: <http://wethemedia.oreilly.com/> (visitado el 20 de diciembre 2005)
- Sistemas de Reputación (Reputation systems - Facilitating trust in Internet transactions) - <http://www.si.umich.edu/~presnick/papers/cacm00/reputations.pdf>
- Manifiesto for the Reputation Society: http://www.firstmonday.org/issues/issue9_7/masum/

PERIODISMO PARTICIPATIVO E INTERACCIÓN EN LA RED

Por Alejandro Morales

Es frecuente que al consultar a un grupo de personas de diversas edades cuándo conocieron internet, la gran mayoría responda que se conectaron por primera vez después del 2000 y que muy pocos declaren haber conocido la red antes de 1995. Tal situación contrasta con el próspero panorama que ya en ese último año anticipaba el académico Nicholas Negroponte, director del MediaLab del Massachusetts Institute of Technology (MIT), quien en su famoso libro "Ser digital" analizó el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de comunicación social y predijo que en la década siguiente existirían diarios escritos por la propia ciudadanía. Él decía que la gente está dispuesta a pagar cien veces más por noticias que son de interés exclusivo de los receptores, que por un periódico que contenga informaciones generales. Incluso, postulaba que podía ser más interesante para él un diario que cuente lo que pasa en su barrio antes que una noticia de relevancia mundial.

Esto es muy trascendente si se piensa en las definiciones más clásicas del periodismo, ya que el concepto de noticia y lo que es importante para la ciudadanía queda en entredicho. Por eso, cuando Negroponte lanzó esta idea provocó bastantes réplicas por parte de los defensores del periodismo tradicional.

Eso ocurrió hace diez años, y hoy vemos cómo ha evolucionado el internauta y su forma de relacionarse con la red, tal como decía el autor estadounidense. En una década no solamente han cambiado los medios de comunicación electrónicos sino que también las expectativas y el rol que quieren tener los usuarios en éstos. En este cambio ha influido principalmente un mayor acceso a la red, de manera directa o indirecta, por parte de los usuarios. Aún cuando internet no está disponible para todos todavía, se ha verificado un fuerte crecimiento de la conectividad en todo el mundo.

Otra característica de este proceso es que con las nuevas tecnologías se hace cada vez más fácil publicar y ya no es necesario saber lenguaje HTML (*HyperText Markup Language*) para colocar un mensaje en internet. Antes, había acceso a la red, pero otra cosa era hacer una página web, lo cual requería de una habilidad mayor. Como esto ahora no es una limitante, hay mayor factibilidad de que los ciudadanos puedan

colocar sus mensajes en línea. Sucede, entonces, el fenómeno de que el usuario pasa de ser un espectador receptivo a ser un internauta propositivo y opinante.

Los usuarios ante los medios electrónicos

En la evolución respecto del papel que la gente ha desempeñado frente a los medios electrónicos se distinguen claramente tres etapas:

- Primera: Los usuarios solamente leen. Lo mismo que hacen ante los diarios impresos. No hay novedad, sólo cambia el soporte: del papel a la web.

- Segunda: Los usuarios "experimentan" los medios electrónicos. Pueden opinar, comprar y descargar archivos, además de escuchar sonidos, ver imágenes y leer. En suma, conjugar varios verbos a la vez.

- Tercera: Los usuarios crean y mantienen sus propios medios. Esto viene de la mano con mejores tecnologías y una facilidad de publicación mucho más expedita.

Una sistematización de este proceso la hizo el American Press Institute, a través de los autores Shayne Bowman y Chris Willis, que el año 2003 publicaron un informe llamado "Nosotros, el medio"¹, el cual reseña cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias e información en internet. Es el sustento académico de este fenómeno de la participación de las audiencias.

Este movimiento postula que los lectores saben más que los propios autores. Lo que genera, de partida, un entredicho. Supuestamente los periodistas son capacitados para saber más que los lectores. Sin embargo, dicha corriente reconoce que las audiencias saben más, lo cual no es una amenaza sino una oportunidad. Podemos estar frente a un producto híbrido que a lo mejor es menos docto que la prensa tradicional en una visión más academicista, pero está a medio camino entre la conversación para producir conocimiento y los medios más tradicionales.

Las tecnologías que han posibilitado esto, para nombrarlas brevemente, son el correo electrónico, los weblogs, los foros y los sitios web. En ellos se consolida el principio del llamado periodismo participativo o periodismo ciudadano, que es el acto de un ciudadano o de un grupo de ciudadanos de jugar un papel activo en procesar, coleccionar, reportar, analizar y diseminar la información. O sea, estar en todas las partes de la cadena.

¹ BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chirs. Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. The Media Center at The American Press Institute. Estados Unidos. 2003 En línea: <http://www.hypergene.net/wemedia> (Consultado: 23/11/2005)

Esta intención permite suministrar una información independiente, confiable, exacta, de un amplio rango y relevante para lo que la democracia requiere. El modelo brevemente postula un concepto de noticias de abajo hacia arriba. Ya no solamente el modelo clásico en el cual hay una cadena emisor-receptor, donde están los medios por un lado y la audiencia por otro. Aquí la comunidad genera la información que es procesada por editores, reporteros, editoriales y que vuelve a la comunidad. Hay un nuevo modelo de distribución de esta información.

En esto ha habido varios grados, desde el advenimiento de las nuevas tecnologías hasta los escenarios más radicales en ese sentido.

Las primeras aproximaciones de las audiencias en este tránsito hasta modelar los medios de comunicación surgen con el fenómeno de la jerarquización por *rating* de las noticias publicadas en los sitios web de los medios electrónicos. Así, mientras más clics hacen los usuarios en los titulares, los editores van modificando la ubicación y relevancia de estas informaciones en las portadas.

Están también los foros de discusión, que han tenido más de una vuelta. Cuando se lanzaron tuvieron un *boom*, luego un retroceso, y ahora pasamos a un segundo estadio donde los foros están de regreso, diversificándose en sus temáticas y con internautas que dominan de mejor manera sus códigos y protocolos de funcionamiento.

Otro fenómeno es el de los periodistas-ciudadanos, como expresión de la publicación colaborativa de medios que se construyen con la ayuda de la gente, además de la irrupción de los *weblogs*.

Los puntos más avanzados de este proceso serían la suscripción de noticias con tecnología RSS o *Really Simple Syndication*, que consiste en transmitir sólo las informaciones que los usuarios quieren leer y que les llegan directamente a su lector o agregador (*feeds reader*), un programa que permite descargarse las noticias que los usuarios seleccionan. O sea, ellos mismos arman su propia parrilla programática con los contenidos que desean.

Lo mismo pasa con la transmisión de archivos multimedia, a través del *podcast* o difusión de programas de radio "caseros" en línea; y con las propuestas del modelo de propiedad intelectual flexible denominado *Creative Commons* -complementario al tradicional *copyright*-, en que ya los usuarios no solamente crean los medios sino que además los publican, los ponen de acceso libre en internet y permiten generar a partir de esa creación de conocimientos nuevas obras, sin mediar derechos de autor estrictos y restrictivos.

En primer punto que señalábamos, el de la jerarquización por *rating*, lo podemos ver actualmente en *Google News*. Ahí, es un robot y no un periodista el que arma una pauta de noticias sobre la base de 700 medios de información en español. Esto instala todo un tema de debate acerca de dónde está el rol de los periodistas en esta cadena.

El tema de los foros de discusión ha tenido dos vueltas, como decíamos. Pongo el caso de Emol (*El Mercurio Online*), porque hace algún tiempo atrás los foros de Emol eran libres y sin control alguno, sin embargo los editores de dicho medio advirtieron que era tan bajo el vocabulario de la gente que escribía, que decayó el nivel de las conversaciones.

Sin embargo, ahora hay una mayor conciencia. Los ciudadanos están haciéndose más responsables de sus expresiones. Los foros fueron censurados un tiempo, pero ahora volvieron a ser libres y por parte de los usuarios hay un respeto y cuidado en lo que escriben, aunque los demás puedan estar o no estar de acuerdo con sus opiniones.

Los periodistas ciudadanos

En cuanto al fenómeno de los periodistas ciudadanos, hay un medio electrónico chileno -Las Últimas Noticias- que intentó que la misma gente escribiera sus noticias. Por ejemplo, Alexis González, un ciudadano común que no es periodista, estaba un día en su casa y vio que había un trabajador limpiavidrios en el edificio de enfrente trabajando sin medidas de seguridad. Le sacó unas fotos con una cámara digital y las mandó junto a unas breves líneas al diario en forma de colaboración.

Eso forma parte de un sitio experimental de periodistas ciudadanos en medios electrónicos, en los cuales ellos mismos redactan la información y pasan por un proceso de selección, de filtro de redacción por parte de periodistas del medio. Esto ha tenido un relativo éxito porque la gente quiere cobrar por la información. O sea, los ciudadanos saben que los medios cuentan con recursos y quieren ser remunerados al igual que los periodistas.

En cambio, está el caso del Diario de la Sociedad Civil² de Chile, que lo edita un académico de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, y permite que comunidades articuladas en redes -en "anillos", como les llaman- pueden publicar noticias relativas a sus comunidades

² *Diario de la Sociedad Civil*. En línea: <http://www.sociedadcivil.cl> (consultado: 23/11/2005)

de manera gratuita. Este diario no se hace con periodistas sino con las colaboraciones que mandan los usuarios de grupos sociales específicos.

Tenemos el caso de *Ohmy News*³, que es un diario coreano, el segundo en importancia en ese país, que se desarrolla exclusivamente con colaboraciones de todo el mundo. También hay un diario chileno de similares características llamado *El Morrocotudo*, que está haciendo esto mismo en Arica. Hace un tiempo ingresé en su sitio a buscar información acerca del conflicto que había en Arica por las tensiones entre Chile y Perú. Había una foto de una playa tranquila, que le decía al resto de Chile: "Mira, aquí no está pasando nada. No estamos ni siquiera preocupados".

Y por último, el principal referente: los blogs. Los candidatos para las elecciones presidenciales chilenas de diciembre de 2005 escribían en una de estas bitácoras personales en línea. Y ese es un tema interesante a seguir, porque lo importante es que también los políticos están instalando las nuevas tecnologías y están haciendo participar a través de ellas a la ciudadanía en sus programas.

Cada día hay 80.000 nuevos blogs. O sea, casi uno por segundo. A finales del año 2005 sumaban ya más de 31 millones y estaban saturando internet. De hecho, 90% de esos blogs fueron creados en el curso de ese año y la "blogósfera", que es como se le llama a la comunidad, aumentó en 30 veces su tamaño entre 2002 y 2005⁴.

Es un fenómeno muy incipiente que los medios no están recogiendo como noticia y que produce un nuevo fenómeno en cuanto a la participación ciudadana. El auge que han tenido los blogs, respaldado con cifras de Technorati, que es mejor buscador de blogs en el mundo, permite sustentar la tesis de que éstos se articulan sobre temas frente a los cuales la ciudadanía reacciona. El público se sigue informando por los medios tradicionales, pero reacciona frente a sus versiones y *postea* sus propios informes u opiniones en los blogs.

Así vemos como en Estados Unidos frente al huracán Katrina, o en el Reino Unido tras los atentados con bombas en Londres, hubo un crecimiento considerable de la cantidad de *post* que han hecho los ciudadanos. Desde las elecciones presidenciales estadounidenses del año 1994 hasta las elecciones del 28 de septiembre de 2005, ha habido un incremento exponencial en cuanto a la cantidad de comentarios que hace

³ *OhmyNews International*. En línea: <http://english.ohmynews.com> (consultado: 24/11/2005)

⁴ Datos según el buscador de blogs Technorati. En línea: <http://www.technorati.com> (consultado: 21/11/2005)

la gente en internet, y eso va directamente relacionado con hechos noticiosos. Por ejemplo, hubo un gran incremento de los *posteos* el día que se reveló quién era "Garganta Profunda", el famoso informante del caso Watergate.

No obstante, a veces estas nuevas tecnologías también entran en tensión con el ejercicio periodístico. Vamos a mencionar dos casos en los cuales ha habido controversia en los blogs. El primero, un caso de orden mundial, el famoso blog de Kevin Sites⁵, el periodista que cubría la guerra en Irak y que fue despedido de su medio, CNN, por contar que en su blog las informaciones que la cadena estadounidense censuraba. De hecho, esta situación finalmente no le trajo mayores problemas, ya que se convirtió en un icono mundial sobre el tema y actualmente asesora la compañía Yahoo! respecto de los blogs.

En Chile, el periodista Víctor Hugo Durán de El Mercurio fue despedido por tener un blog denominado "Mundo saludable" donde denunció las presiones recibidas en el diario a raíz de un artículo suyo contra las tabacaleras. Sabemos que en Chile la industria del tabaco es muy poderosa y fue despedido de su fuente laboral. También el periodista y conductor de noticieros en televisión Mauricio Hoffmann, decidió cerrar su blog por presiones.

Las implicancias éticas y prácticas

Estos y otros ejemplos obligan a reflexionar respecto del fenómeno de los blogs en el periodismo y sus implicaciones éticas y prácticas.

Primero, ¿dónde está el rol ético profesional de los periodistas frente a un blog y cuál es la calidad de la información de los blogs? Otro tema es el de la independencia frente a la fuente laboral en este caso dual, de un mismo periodista que tiene un blog, pero a la vez trabaja en un medio escrito tradicional, lo cual genera algunas veces conflicto de interés. ¿A quién ser fiel? ¿A la audiencia del blog o a la audiencia del medio? ¿Quién es el propietario de la información en el medio tradicional y quién es el propietario de la información en el blog?

Está igualmente el asunto de la complementariedad con los medios tradicionales. Algunos medios tradicionales asumen los blogs como parte activa y de una manera positiva los incorporan a sus medios, a veces apropiándose del fenómeno y su audiencia. En cambio, otros medios sencillamente no los han tomado en cuenta y no son relevantes para ellos.

La interactividad y la retroalimentación son otros aspectos fundamentales en los medios electrónicos, ya que permiten tener un

⁵ Kevin Sites Blog. En línea: <http://www.kevinsites.net> (consultado: 07/11/2005)

feedback directo con las audiencias. Hay una demanda que se genera para los *blogueros* de tener su blog permanentemente activo, porque la comunidad le demanda un rito de actualización permanente. Por último, cabe considerar cuán importante es oír la voz de la ciudadanía a través de estos blogs.

Algunas ideas frente a esto: el fenómeno del periodismo participativo llegó para quedarse. Ya está establecido y de alguna manera ese espacio que no encontró nunca la ciudadanía en los medios tradicionales se abrió gracias a las nuevas tecnologías.

Si bien ahora cualquier persona puede escribir, creo que el concepto de noticia sigue siendo propiedad de los periodistas. Este es un tema que se discute: ¿quién debe manejar la pauta? Creo que los periodistas no deben renunciar a su rol y la ciudadanía debe seguir siendo informada por los periodistas.

Otro tema es que nosotros, como periodistas, sepamos reconocer en las audiencias qué nos quieren decir y reconocer a un *bloguero* o a alguien que escribe una opinión como un actor tan válido como puede ser un subsecretario de un ministerio y sepamos dar cabida a sus puntos de vista. Pero, pese a esto, considero que la pauta seguirá siendo propiedad de los profesionales de la prensa, porque a pesar de que la tecnología facilita la difusión de información, sigue primando el contenido.

En cuanto a la capacidad para generar fidelidad y visitas constantes en los blogs, la veracidad y constancia sigue siendo clave para mantenerlos activos.

Finalizo con una frase de John December, un teórico de internet que hace diez años también hablaba de estos temas: "Internet, más que una red de computadoras, es una red de personas". Y eso es lo que se está viendo por fin detrás de la red con el fenómeno de la participación activa de la ciudadanía.