

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Cambios en el periodismo, cambios en la audiencia.

Danghelly G. Zúñiga R.

Cita:

Danghelly G. Zúñiga R. (2009). *Cambios en el periodismo, cambios en la audiencia. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/227>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Cambios en el periodismo, cambios en la audiencia

Danghelly G. Zúñiga R.

Departamento de Comunicación social y periodismo – Universidad Central.

dzunigaz@ucentral.edu.co

La tecnología permite hoy a los ciudadanos participar más activamente en los medios de comunicación. Para examinar la transformación del ciudadano en periodista, veremos si los ciudadanos que participan por distintas vías en dos diarios digitales de Colombia (*El Tiempo* y *El Espectador*) definen y dan forma a las noticias o si los periodistas son los únicos árbitros de lo que es de interés periodístico, ciudadano y democrático.

Las ventajas que brinda la red para el periodismo son evidentes: la velocidad, la eficiencia de la entrega, la selectividad personal, la disponibilidad en demanda, la posibilidad de tener casi un costo-libre, la posibilidad para almacenar el contenido adicional y aceptar a usuarios adicionales (Steiger, 2006) además de la interactividad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la asincronidad (Bardoel, 2002).

Para analizar la relación usuario-periodista partimos del hecho de que las noticias se han transformado debido a la concentración de los medios informativos en grandes empresas. Para Cohen (2002) esta concentración es el primer plano de la transformación en la práctica del periodismo en línea. Cohen identifica tres aspectos que son relevantes para el periodismo digital y que a su vez permiten identificar las posibles formas de fractura de la muralla que establecen los grandes conglomerados.

El primer aspecto es la multivoz. Distintas voces o nuevos discursos se comienzan a presentar y no se encuentran bajo el dominio de la política editorial que sí dirige el trabajo del periodista quien tiene, en principio, un compromiso con el periodismo y la democracia.

El segundo es la autoridad. Hoy la característica central de los lectores en la red es que sean también productores, es decir individuos, grupos y organizaciones que analizan situaciones y ponen a circular su visión del mundo. Son ciudadanos activos presentando nueva información que puede transformar la agenda de los medios.

El tercer aspecto es el control. Las organizaciones de noticias intentan motivar a los lectores para que se conviertan en coautores de la presentación de sus propias noticias; pero la organización consolidada de noticias no les da el poder de editar o acceder a la pantalla principal para modificarla. (Cohen 2002).

Este tercer aspecto nos lleva a reflexionar sobre el nivel de control de la experiencia entre el medio informativo en línea y el usuario. Se pueden formular varias preguntas aquí: ¿Son los periodistas los encargados de escoger la información?, ¿Aún guían los gustos e intereses del lector? Estas preguntas son complejas y no es fácil responderlas considerando las cualidades de los medios informativos en línea.

Los usuarios en la red

Colombia no es ajena a la tendencia mundial en la cual más ciudadanos obtienen noticias de Internet (Craig 2005). Según la medición de la primera ola del 2009 en *Estudio General de Medios (EGM)*, *eltiempo.com* tuvo, en promedio, 1.229.600 lectores diarios, convirtiéndose en el primer diario digital en visitas, seguido por *elespectador.com*. Esto se confirma con la ubicación de los dos sitios web de los dos diarios en el listado de Alexa, *eltiempo.com* se encuentra en la posición 2.205 y *elespectador.com* en la 8.116.

La participación de los usuarios en los sitios web de información suscita expectativas por el mismo desarrollo tecnológico y las posibilidades que abre la red. No podemos denominar a esta participación como un nuevo tipo de periodismo, pero sí podemos considerarla como uno de los espacios en donde las dinámicas de intercambio entre periodistas y usuarios podría fortalecerse.

Los usuarios interesados en presentar información directamente tienden a recorrer dos caminos: el primero es la participación en grupos de noticias en los que las dinámicas de intercambio se dan como resultado de un proceso interactivo, internacional, interesado e intertextual, características que son el resultado de una forma de discurso a través de la cual los participantes se engranan en una construcción social e interpersonal (Richardson, 2001).

Los grupos de noticias son pequeños, menos anónimos, se constituyen alrededor de un interés específico y los escritores se identifican a sí mismos. Esto hace que el grupo de noticias tenga interacción dialógica, unas personas hacen preguntas y otras contestan. Por esta razón estos grupos son un nuevo medio de intercambio de información sobre temas de riesgo, es decir, temas que una población específica considera neurálgicos.

El segundo es la participación en los espacios que los medios de información digitales abren para que publiquen sus propios contenidos.

Se evidencia así la transformación de la forma en la cual se relacionan los usuarios con la información: integración de comunidades y participación en ellas e incremento de la personalización de los medios. Los usuarios tienen así tres tipos de acceso (Bardoel, 2002: 1). a las redes, infraestructura y servicios; 2. al contenido y 3. a las plataformas, en las cuales pueden expresarse por sí mismos.

Todos los usuarios reales y potenciales de un sitio pueden ser potenciales productores de contenido, pues ya no existe la frontera entre productores y consumidores. Burns presenta el término “*produser*” para catalogar a los usuarios de Websites de noticias que se comprometen con cada sitio en el intercambio de noticias, consumiendo y produciendo al mismo tiempo (Burns 2005: 23).

A partir de cuatro ejemplos podemos ver esta transformación en el papel del usuario en la producción de información en un modelo colaborativo, en el cual puede desempeñar diferentes papeles a la hora de presentar la información, ya que puede ser documentalista, recolector, editor o comentarista (Burns 2005: 28). Los cuatro casos son:

- a. Sitio web de noticias tecnológicas *Slashdot*¹: Los resúmenes de la información son presentados por los usuarios, quienes también pueden comentar. Todo el contenido proviene de ellos.
- b. *IndyMedia*²: la promesa de democratizar los media (Allan 2006: 125) se cumple con la forma de publicación que propone en la cual se puede poner en su página la información que corresponda a la política general de *IndyMedia*, que consiste, como lo dicen en su sitio web en “presentar la información sobre los movimientos sociales populares y los análisis de la realidad nacional e internacional”. En Colombia en la política editorial se hace explícito que serán retiradas todas las informaciones que se consideren partes de guerra, propaganda militar y comercial, las que sean calumnias, acusen a personas sin pruebas, comporten amenazas o ataques, las que sean firmadas por un autor falso (se permite un seudónimo pero no atribuirse artículos de otros autores), las que se tornen repetidas, o sean simplemente mensajes personales.
- c. *OhmyNews*³: En este sitio de noticias participativo hay una variación pues para publicar hay que registrarse, estar de acuerdo con la política del sitio e incluir una copia de la identificación.
- d. *Wikinews*⁴: Con la propuesta colaborativa el usuario puede modelar por completo la información. Este sitio logra la mayor relación entre el usuario y la información que debe ser construida desde un punto de vista neutral, aunque el usuario allí la puede ampliar, modificar o corregir por completo. Se presentan artículos de dos tipos: el resultado de un ejercicio de documentación que los usuarios realizan a partir de fuentes en la red o artículos producto de la investigación con fuentes directas. Se promueve así, de forma más audaz, que los usuarios evalúen qué tipo de información quieren porque lo que producen es reflejo de ello.

¹ <http://slashdot.org/>

² <http://www.indymedia.org/>

³ <http://english.ohmynews.com/>

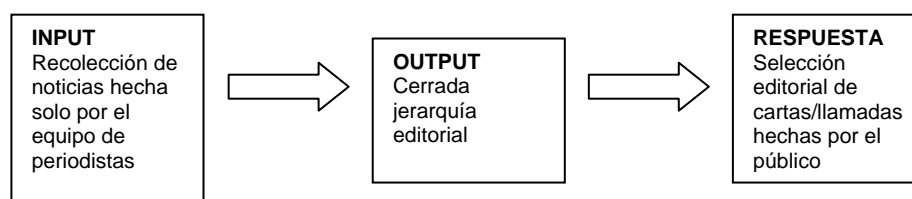
⁴ <http://es.wikinews.org/wiki/Portada>

Transformación del papel de los periodistas

Sin duda la transformación del papel del lector ha planteado, a su vez, un giro en el papel tradicional que jugaban los periodistas como recolectores y productores de la información. Desde el ascenso de los medios de información digitales este tema ha sido uno de los grandes debates ya que implica la necesidad de reevaluar la tradicional definición de periodismo, Burns (2005) y Hall (2001).

El periodista en un medio digital o análogo, se halla en un nuevo entorno mediático en donde se han transformado las nociones de *gatekeeping* y de *agenda-setting*. En este medio el periodista se encuentra además con la actividad de los *weblogs* y las fuentes de información “partisanas” y se fortalece la idea de que los periodistas deben repensarse a sí mismos y a su papel en la sociedad (Singer 2006).

Burns (2005: 12) en su trabajo 2005 *Collaborative Online News Production* presenta el tradicional



proceso noticioso así:

Pero hoy el reciente desarrollo tecnológico conduce a una gradual separación de noticias e información de su sitio de primera emisión.

Stevens (2006), dentro de los consejos que suministra a las organizaciones de noticias, propone que se incluya el contenido que proveen los ciudadanos y los estimule a seguir el desarrollo de los acontecimientos vinculándolos por medio del uso de *blogs* y *wikis*. El papel del periodista se transforma, pues ahora es el encargado de organizar la información y las noticias bajo la forma de bases de datos investigables, además de presentar información profunda usando la multimedia.

La relación entre periodistas-usuarios en los dos diarios electrónicos colombianos

Tanto en *eltiempo.com* como en *elespectador.com*, la relación entre periodistas y usuarios se da de forma tangencial. Los correos de los editores están disponibles al público en *elespectador.com*, mientras que en *eltiempo.com* se sugiere enviar cualquier comunicación a un correo editorial general, sin un destinatario directo. Esto marca la relación productor de información (periodista) y el consumidor de la información (usuario).

La relación principal se da entre el usuario y el periódico digital. Los usuarios participan en el medio digital con las herramientas disponibles para escribir comentarios sobre los artículos, calificarlos, comentarlos, recomendarlos, contestar sondeos, participar en foros y encuestas. La publicación de información en forma de comentarios, vídeo y audio debe pasar por un grupo que verifica el contenido y permite que se mantenga en el sitio web.

El periódico obtiene más información del usuario porque contabiliza las notas que son leídas para identificar lo más leído, lo más votado y lo más opinado. Esta estrategia podría significar que el medio toma en cuenta principalmente estas acciones para identificar las preocupaciones de una sociedad.

En *eltiempo.com* y en *elespectador.com* se hace una clara diferenciación entre el papel que cumple el usuario y el periodista con respecto a la información. En ambos sitios web encontramos espacios en los cuales los usuarios pueden “montar” sus propios contenidos, aunque no de manera completamente libre, pues hay un grupo de personas dedicadas a revisar los contenidos que envían los usuarios para permitirles ser publicados en el medio.

La segunda forma típica de relación entre el usuario y el periodista y el medio siguen siendo los blogs, los comentarios, los foros y las encuestas. A pesar de que esto implica una mayor y mejor posibilidad de relación entre el periodista y el usuario no hay posibilidad todavía de que este realice una propuesta sobre los contenidos del periódico digital. El periodista y el medio siguen, en estos dos casos, manteniendo el control sobre la experiencia del usuario y sobre lo que se informa.

En ambos diarios digitales se permite la multivoz de forma regulada pues la política editorial, si bien no es completamente restrictiva, determina los contenidos de los usuarios que son publicados.

La autoridad sobre la información que se produce sigue siendo una tarea del periodista, quien se compromete a garantizar que las fuentes, la información y el seguimiento cumple con los requerimientos de una información evaluada.

Para finalizar, en los diarios digitales *eltiempo.com* y *elespectador.com* se permite la multivoz de forma regulada, la política editorial, si bien no es completamente restrictiva, es la que determina los contenidos de los usuarios que son publicados.

La autoridad sobre la información que se produce sigue siendo una tarea del periodista, quien se compromete a garantizar que las fuentes, la información y el seguimiento cumple con los requerimientos de una información evaluada.

Por lo tanto, el control de la experiencia de información de los usuarios de estos dos diarios, sigue estando en manos de los medios. No se ha llegado aún al estado en el que los usuarios son coautores de la información principal.

A manera de conclusión: periodismo y democracia

Es indudable que desde el siglo XIX la relación entre prensa y democracia es problemática. Y lo es mucho más en las dos últimas décadas debido a la extraordinaria expansión de Internet.

Adentrarnos en la polémica sobre la *ciberdemocracia* requeriría de otro tiempo y otro espacio. Por ahora basta con señalar algunos interrogantes.

El primero se podría formular así: ¿es deseable, en un contexto democrático, que el usuario tenga el control absoluto sobre la información? Y aún más: ¿es eso posible? Si revisamos el comportamiento de los usuarios en la red encontramos que escogen sólo aquello que les interesa, lo que profundiza la brecha que se abre entre el contenido de temas específicos a los que desea tener acceso y la información distante con temas que no son de su particular interés. En este sentido el usuario típico se comporta en Internet como lo hace en su vida cotidiana, es decir, es selectivo y profundiza precisamente en aquello que le interesa más. Gracias al hipervínculo se desplaza rápidamente por zonas conocidas y susceptibles de serlo, a pesar de que los hipertextos podrían llevarlo fácilmente hacia terrenos desconocidos.

Así pues, un riesgo en el periodismo participativo consiste en que se pierda la cobertura noticiosa, pues cada cubrimiento depende no solo del hecho de que a los usuarios les interese, sino además

de que participen, lo que nos lleva a otra pregunta que se constituye como fundamental: ¿qué tipo de usuario toma parte en la construcción de la información? La respuesta a esta pregunta definiría el punto de vista que iría a primar en la presentación de la noticia (Burns 2005: 27).

Un segundo problema se refiere, entonces, al papel del periodista. Hasta ahora, a pesar de las enormes transformaciones, el periodista sigue siendo una figura central. Su papel todavía es el de garante de que la cantidad y la cualidad de la información se mantenga, de que la fragmentación de los gustos e intereses particulares no destruyan la noción colectiva de democracia. ¿Cambiará esto en un futuro cercano? Probablemente no de manera absoluta pero sí en el sentido en que la interacción más estrecha y más continua lo obligará a reformularse su propio oficio.

Bibliografía

- Allan, Stuart. *Online News*. 2006. England: Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Bardoel, J.L.H. "The internet, journalism and Public Communication Policies". *International Communication Gazette*, Oct 2002, Vol. 64, pp 501-511.
- Burns, Axel. *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. 2005. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Craig, Richard. *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for new media*. 2005. Southbank, Victoria, Australia, Belmont, Calif: Thompson/Wadsworth.
- Cohen, Elisia L.. "Online journalism as Market-Driven Journalism". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Dec 2002, Vol. 46 Issue 4, p 532.
- Hall, Jim. *Online Journalism*. 2001. London: Pluto Press.
- Richardson, Kay. "Risk news in the world of Internet newsgroups". *Journal of Sociolinguistics*, Feb 2001, Vol. 5 Issue 1.
- Singer, Jane B. "The Socially Responsible Existentialist". *Journalism Studies*, Feb 2006, Vol. 7 Issue 1, p 2-18.
- Steiger, Paul E. "Confronting the Dual Challenge of Print and Electronic News". *Nieman Reports*, Winter 2006, Vol. 60 Issue 4, p 62-63.
- Stevens, Jane Ellen. "Taking the Big Gulp". *Nieman Reports*, Winter 2006, Vol. 60 Issue 4, p 66-69.