

PROSUMIDORES DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN TIEMPOS 2.0

CAROLINA HERNÁNDEZ

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL - UNLP

caroh89@gmail.com

La siguiente presentación es un avance de un trabajo de tesis que surge en medio una distintiva marca de época del siglo XXI: el hecho de que los seres humanos no ansían sólo el amor, la felicidad, el dinero, o el poder, sino que por sobre todo ello tienen una necesidad más básica y esencial, la de comunicarse: todos, en todas partes y a cada momento.

Con ello, el modelo de comunicación se encuentra en constante cambio, invirtiendo el hecho de que, no más de quince años atrás, todo lo que se emitía y recepcionaba en cuanto a información periodística, era controlado sólo por los grandes medios de comunicación, decidiendo éstos qué, cuándo, dónde se podía tener información, y cuánto se debía pagar por ella.

En este contexto, la tesis busca adentrarse en el fenómeno del periodismo ciudadano, es decir en la participación de los usuarios como generadores de información, convertidos en creadores mensajes.

La antigua audiencia pasiva ahora es activa: los usuarios pueden informarse mutuamente, tanto a nivel global como en ámbitos locales, haciendo uso dinámico y original de las herramientas tecnológicas, a través del gran canal de distribución que es Internet.

En medio de esta transformación, es pertinente preguntarse por el modo de informar que ha ido variando a partir la adaptación a la globalización y la resistencia a la concentración de capitales en pocos medios. La primera, debe ser entendida como la irrupción de las nuevas tecnologías, que permitieron superar fronteras para llevar los hechos “en vivo y en directo” a cualquier lugar del mundo a un bajo costo y con fácil acceso. Y la segunda, que aparece con una avanzada contra el neoliberalismo, y la concentración de capitales en la industria mediática.

Se pone en discusión la concepción de información hasta entonces sólo comercializada y transformada en mercancía por los monopolios de medios tradicionales, desdibujado así su verdadero rol social, que consiste en ser proporcionada al ciudadano como un medio para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Junto con ello, el compromiso periodístico de informar veraz, con compromiso e imparcialmente, también desvanecido con la competencia entre las empresas de comunicación, la avidez sin límite por dar primicias y la lucha feroz por captar o mantener las audiencias y lectores.

Este contexto de mercantilización informativa surgió un fenómeno contrapuesto a fines de los 80 y durante los 90 con el surgimiento de una propuesta denominada “periodismo social/ periodismo ciudadano”, cuyo concepto puede ser entendido ante una comparación entre periodismo tradicional y el social/ciudadano que realiza la docente investigadora de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Liliana Llobet en su artículo “La función social del periodismo o periodismo social”:

“Si bien ambos tipos de periodismo garantizan la libertad de expresión y opinión, el derecho a la información y la comunicación, el respeto por las diferencias, la pluralidad ideológica y de opiniones, la búsqueda de la verdad y la equidad, para generar información como bien público; el periodismo ciudadano, de la manos del periodismo social por su parte afirman una real libertad de expresión y opinión, priorizando el interés colectivo en todas las dimensiones humanas.

A su vez, buscan reducir las asimetrías sociales y de los excluidos, en él prima la función social de mediación en la solución de problemas comunicatorios en lo local, regional, nacional e inclusive internacional. Tienen una amplia divulgación de los hechos coyunturales, construyen la democracia participativa y la democratización de la comunicación. Por último, incentivan movimientos y organizaciones sociales para el desarrollo y el bienestar social”.

El punto de origen del periodismo social/ periodismo ciudadano se marca en los Estados Unidos. Luego, su práctica se trasladó a América Latina, donde el primero en aplicarlo fue Brasil, al que se sumaron, entre otros, Argentina y Colombia a partir del año 2000.

Particularmente en nuestro país, para ese comienzo de siglo, se había generado un fenómeno de crisis de representatividad y descreimiento político-mediático en donde ninguno de los referentes de poder y la comunicación era funcional a las necesidades sociales del momento. Y es casualmente allí donde comienza a avanzar Internet, con un gran desarrollo tecnológico, generando un nuevo canal de comunicación masiva hoy conocido como herramientas web 2.0.

CONTEXTO 2.0

Un sitio o aplicación de estas características permite, interactuar a sus usuarios con otros y, sobre todo intervenir de cualquier modo, ya sea agregando, difundiendo y hasta eliminando contenido. Un usuario común con acceso a la red puede compartir opiniones, crónicas, reportajes, fotografías y vídeos desde su propia realidad. Incluso, tiene a su alcance las herramientas para generar y publicar eventos de todo tipo y denunciar desde falencias barriales, trabas judiciales, hasta a funcionarios corruptos.

Así estos individuos se convierten en los denominados “prosumidores”, es decir, al mismo tiempo producen y consumen información de toda índole, surgiendo de este modo un nuevo rol virtual, que contrasta con la relación con la función en las antiguas webs no-interactivas, donde sólo se limitaba a una visita pasiva del internauta, que sólo recepcionaba la data hermética que se le proporcionara.

Entonces, con la consolidación de Internet, la información ha dejado de ser propiedad de pocos, para ser de todos. Tanto es así, que algunas de las noticias más importantes de los últimos tiempos se han nutrido de imágenes de ciudadanos que estaban en el lugar del suceso antes de que llegara la prensa tradicional. Pero la verdadera riqueza del periodismo ciudadano radica, en que viene a ampliar el abanico temático sobre el que cotidianamente se ha movido el periodismo. Los ciudadanos publican vídeos, fotografías y textos referentes a aquellas cuestiones que los preocupan e interesan, sin grandes filtros ni manipulaciones de por medio. Además, este tipo de usuarios puede llegar a tener un enorme poder para cuestionar o complementar información publicada por medios de tipo tradicional, antes inescrutable o sólo cuestionada a través de las cartas de lectores.

MEDIOS DE PERIODISMO PARTICIPATIVO

Ante esta irrupción de un público con acceso a herramientas de participación, en la tesis se busca conocer cómo se desempeñaban como prosumidores de contenidos, plantea visualizar a través del análisis de cuatro portales de periodismo ciudadano de España y Argentina, seleccionados a modo de muestra. Los medios elegidos se caracterizan por permitir el libre acceso a la publicación de contenidos multimediales a partir de un simple registro o envío de un correo electrónico. El sistema de participación es por geolocalización, es decir que cada cosa que se publica se la identifica en cuanto a la zona geográfica desde dónde fue enviado.

Los sitios son: *Letra Compartida* www.letracompartida.com (La Plata, Argentina), *Mendoza Opina* www.mendozaopina.com (Mendoza, Argentina), *Ziudad* www.ziudad.es (España), *Bottup* www.bottup.com (España). El modo de análisis utilizado es un registro cualitativo de los sitios respecto de la *estética y concepto* con los que se presentan ante los usuarios y cómo se los incentiva a participar libremente. Luego se registró la *composición estructural* de cada página en cuanto a secciones y jerarquías entre las notas. Además fueron identificados los *modos de participación* en base a los pasos a seguir para colaborar y darle difusión a la información. Por último, se analizaron las *herramientas de participación 2.0* con las que cuentan los prosumidores a hora de subir contenido y hacerlo circular por la red.

De este análisis realizado se pudo arribar a conceptos generales que los cuatro medios manejan de manera similar en cuanto a los ejes de análisis utilizados.

Sobre la *estética y conceptos*: manejan ideas de unión, comunidad, viralización de mensajes, ciudad, conversación y alcance. Que la información es de la gente, la hacen entre todos y su versión pesa. La noticia se hace ya desde cualquier lugar y en cualquier momento y su sitio es el espacio para publicar.

La *estructura* de los cuatro sitios es la misma: las notas principales son corresponden a las últimas que se hayan subido o a las más destacadas según los votos de otros usuarios. Entre las secciones, existen núcleos temáticos particulares como:

Letra Compartida: Tus fotos- Tus videos-Blogs platenses- Historias ciudadanas – La mirada platense- Reclamos –Letras de la ciudad.

Bottup: Ciudadanía- Organizados-Denuncia- Pulso Ciudadano (Comprender para construir opinión pública desde la base)- Comunidad (Red de Periodismo ciudadano)- Bar (clases de cocina)

Mendoza Opina: Estilo de vida (Fotos de los eventos sociales de las localidades de la provincia)- Arreglen mi calle (mapa de reclamos urbanos)

Ziudad: Desperfectos urbanos- Ideas o propuestas -peticiones de explicación, quejas, opiniones y aplausos. Ordenados por Más recientes- más apoyados – Respondidos.

Respecto de los *modos de participación* también tienen varios puntos en común por el hecho de que para acceder a colaborar activamente en cada sitio, es necesario un registro gratuito y la activación de una “cuenta ciudadana”. Sin embargo, los usuarios pueden ser parte siendo simples *visitantes* consultando y comentando información. Como efectivo *Periodista ciudadano* que sube contenidos (textos de diferentes géneros, fotografías y videos) en los soportes disponibles, las veces que lo desee. Finalmente los *Periodistas colaboradores* que son aquellos periodistas profesionales que se identifican con la misión de los portales analizados y colaboran con la redacción al servicio a los periodistas ciudadanos.

Las *herramientas de participación 2.0* en las 4 páginas son de tipo colaborativo, por lo que invitan a publicar notas, fotos, videos, enlazar páginas, geolocalizar información en mapas interactivos y difundir lo que se suba en *Facebook, Twitter y Google +*.

PROSUMIDORES DE INFORMACIÓN PERIODÍSTICA Y SUS TIPOS

Además del funcionamiento interno de los sitios la tesis se centra en los *contenidos periodísticos* que prosumían los usuarios. Se lo analiza como un fenómeno que se sustenta en la idea de que, en la red todos tienen igual potencialidad para comunicarse y que cada uno puede ser su propio medio de difusión. Este nuevo paradigma se gesta en la medida que Internet facilita la publicación como nunca antes, ya no sólo de textos, sino de imágenes, música, animaciones y hasta producciones audiovisuales. Y ese conjunto de infinitos repertorios tiene un nivel de accesibilidad simple, inmediato y a costos insignificantes. “El consumidor ya no es un ser pasivo que recibe la información empaquetada por otros. La información ya no circula en paquetes cerrados, sino que en unidades abiertas, flujos que se distribuyen por la red.”

Según el sociólogo y filósofo Marcelo Urresti, el prosumidor es un amplio espectro que pasó de las formas más cercanas al consumidor crítico pero tradicional, es decir, pasivo en la producción pero activo en la recepción, “a modo de cazador, recolecta y articula combinando en secuencias no planificadas por la emisión, llegando en el otro extremo al productor casi autónomo, consumidor de lo que produce.”

A esta definición se le puede añadir la concepción de los comunicadores Gonzalo Alonso y Alberto Arébalos en trabajo “La revolución Horizontal”: “En cualquier latitud la gente quiere **compartir, opinar, buscar y decidir**. En última instancia, ejercer el poder, un nuevo poder que es precisamente y el principal cambio que está gestando la revolución vertical de la comunicación en manos de la gente”

Los prosumidores particularmente analizados en los portales Mendoza opina, Bottup, Ziudad y Letra Compartida, según un criterio aleatorio de registro por temática y relación de secciones, se han podido dividir en tres grandes clasificaciones:

- **según identidad,**
- **su forma de acción en la web y**
- **su producción periodística resultante.**

En cuanto a la **identidad**, en los medios estudiados se pueden evidenciar tres clases de prosumidores:

- **anónimos**: que son quienes utilizan pseudónimos, nombres falsos y omiten el paso de registro para esquivar su identidad ante las publicaciones;
- **agrupados**: pueden ser organizaciones, instituciones o simplemente un grupo de personas que se reunieron por una causa común de coyuntura y proceden a compartir una información de manera colectiva;
- **individuos identificables**: realizan publicaciones a partir de un registro formal, con datos comprobables comprometiéndose completamente de lo que publican en el sitio.

Dentro de estas tres clasificaciones, cada tipo de prosumidor se puede direccionar hacia dos formas distintas de participación:

- de manera **Spam (meros reproductores de mensajes)**
- o **productores de contenido propio**.

El primero se trata de usuarios que publican a **repetición el mismo mensaje** o que en algunos casos **no respeta los códigos y reglas de los soportes digitales**. Otro tipo de prosumidor dentro de esta categorización son los que solamente comparten o copian en redes las publicaciones ajenas **sin sumarles ningún contenido propio**.

Por otro lado, el segundo agente observado, **publica información de su autoría dándole un sentido particular**. Este tipo de prosumidor puede dividirse en tres géneros:

- Los **prosumidores de escritura llana**, sin utilizar grandes formatos, sólo se centran en la producción del mensaje en forma escrita.
- Luego, otra de las posibles clasificaciones son los **literatos** que comparten información a partir de una construcción literaria, apelando a la narración, la poesía o a cualquier otro tipo de producción, que no respete las formas generales de la nota periodística tradicional.

- Por último, aquellos que podrían denominarse **multimedia** porque se caracterizan por enriquecer el contenido de la publicación con una producción multifacética apelando al uso de enlaces, videos, fotos, mapas, presentaciones, entre otros.

A partir de estos tres tipos de usuarios las producciones periodísticas que priman:

- **Reclamos:** publicación de quejas sobre infraestructura urbana, injusticias sociales, discriminación, contaminación, organización, entre otros.
- **Coberturas:** el ciudadano asiste a un evento y toma fotografías, filma, captura testimonios que den cuenta del contexto.
- **Opiniones:** el usuario publica sus puntos de vista, desde sus experiencias de vida, sus conocimientos en ciertas ciencias o su análisis crítico general.
- **Invitaciones:** se trata de convocatorias a eventos solidarios, cursos, colectas, presentaciones, etc.
- **Denuncias:** ante alguna irregularidad que los usuarios detectan buscan divulgar información oculta, divulgan los datos.
- **Propuestas:** los ciudadanos también tienen abierto los sitios para presentar sus proyectos, ideas y sumar posibles soluciones antes algún reclamo o denuncia que realicen.
- **Historias:** formato utilizado por los **literatos** para narrar situaciones en forma cronológica al estilo de la crónica periodística, o a través de poesías, punteos, entre otros.

“Periodista ciudadano, en términos generales, significa que cualquiera con una conexión a Internet y un interés por las noticias es parte de la solución, no del problema. Y aunque, por supuesto, sólo una pequeña fracción de los internautas participa con noticias reales, su compromiso con la noticia aumenta la conversación, y amplía su alcance”, enuncia el Fundador del portal *PeriodismoCiudadano.com* Óscar Espiritusanto en Periodismo ciudadano, la evolución positiva de la comunicación.

El avance de la tesis comienza a vislumbrar que la participación de los prosumidores de información periodística interviene de manera positiva en la construcción del acontecimiento. Las noticias no son transmitidas como núcleos de información cerrada sino que a partir de su emisión comienza una retroalimentación dialéctica entre periodistas y lectores dando como resultado nuevas conversaciones. Así, la función de los periodistas se hace más social, con la capacidad de participar e interesarse en temas sociales de una manera más directa.

Por lo que la tarea de ahora en más, es que “los periodistas tradicionales deben aprender a cómo construir y afinar redes de informadores, gestionar comunidades de ciudadanos, reporteros y comentaristas, utilizando los medios sociales y tecnológicos para comprobar la veracidad de las historias. Y los periodistas ciudadanos necesitan, 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, para ambos, 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”.¹

BIBLIOGRAFÍA

LLOBET, LILIANA: “¿La función social del periodismo o periodismo social?”, en *UNIrevista*, Vol. 1, N° 3 Córdoba, 2006.

ESPÍRITUSANTO, OSCAR Y GONZALO RODRÍGUEZ, PAULA: *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*, Madrid, Grupo Telefónica, 2011.

URRESTI, MARCELO: *Apuntes de Ciberculturas juveniles*, en Blog Educación Primaria, noviembre 2010.

ARÉBALOS, ALBERTO Y ALONSO, GONZALO: *La revolución horizontal. El poder de la comunicación en manos de la gente*, Buenos Aires, Ediciones B, 2009.

NOTA

¹ Howard Rheingold, “Periodismo ciudadano: ¿Por qué las democracias deberían depender de él?” y “¿Por qué el periodismo digital no es suficiente?”, en Oscar Espíritusanto y Paula Gonzalo Rodríguez, *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*, 2011.