

7. NOTICIAS DE LOS CIUDADANOS: LA PARTICIPACIÓN EN PERIÓDICOS DIGITALES DE PORTUGAL Y ESPAÑA

JOÃO CANAVILHAS
CATARINA RODRIGUES
Universidade de Beira Interior

Con la participación de los ciudadanos el periodismo se enfrenta a prácticas que requieren repensar conceptos determinantes como la mediación y el *gatekeeping*. Producir y consumir información, experiencias que antes estaban bien definidas, se confunden ahora en una ambivalencia que ha originado designaciones como *producer* (Bruns, 2008) o *prosumer* (Jenkins, 2008). Los *gatewatchers* (Bruns, 2005) se imponen a los tradicionales *gatekeepers* y la visibilidad de los temas puede llegar a ser determinada por los usuarios (Singer, 2013) en un espacio público cada vez más fragmentado. Uno de los caminos seguidos por los periódicos digitales fue el de la creación de secciones dedicadas a la publicación de contenidos generados por los usuarios, posibilidad que aparece enmarcada en el llamado periodismo ciudadano (Gillmor, 2005; Rosen, 2008; Thurman, 2008) o periodismo participativo (Bowman y Willis, 2003; Domingo *et al.*, 2007; Singer *et al.*, 2011).

El objetivo principal de este trabajo es precisamente analizar el contenido publicado por los ciudadanos en los espacios que los periódicos digitales de Portugal y España presentan. Se pretende determinar qué tipo de temas se tratan, qué prácticas periodísticas son utilizadas por los ciudadanos y qué importancia atribuyen los periódicos mismos a estos espacios.

La metodología se centró en el análisis de contenido de los textos publicados durante tres meses en los periódicos: *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*.

Los resultados señalan las similitudes y diferencias en la participación de los ciudadanos de ambos países, sin embargo, en ningún caso se puede considerar que los

contenidos publicados se identifiquen con los procedimientos básicos del periodismo, fundamentales para garantizar la credibilidad de la información (Franklin & Carlson, 2011; Carpenter, 2010).

La capacidad de los ciudadanos para participar en el proceso noticioso podría indicar un fortalecimiento de la esfera pública y una contribución hacia una vida pública más democrática, pero parece que la noción de periodismo participativo como una fuerza para la democracia aún se encuentra lejos de realizarse (Haas, 2007; Papacharissi, 2009; Hermida, 2011).

7.1. LOS CAMBIOS EN EL ECOSISTEMA DE LOS MEDIOS

Un anuncio publicado en el diario *La Voz de Madrid* en 1935 tiene por título “*Usted tiene madera de periodista*”. Una agencia de noticias buscaba profesionales para “un servicio de reportajes por toda España”. Es interesante observar que el texto empieza diciendo que “todos somos periodistas”. Entre los requisitos *se señalan “facilidad de pluma, cultura y sagacidad para descubrir dónde está el interés”*. *Se prometían “ingresos importantes” en este trabajo que incluso se podría desarrollar de forma “anónima”*. *No dejan de ser curiosas similitudes con los temas que hoy lanzan retos al periodismo profesional y que pasan, en primer lugar, por el papel desarrollado por los propios ciudadanos*.

En los últimos años, no pocas veces, han sido los ciudadanos los que han capturado y difundido imágenes o informaciones sobre eventos relevantes. Un artículo publicado en la revista británica *The Economist* sostiene que el periodismo ciudadano puede ampliar la cobertura de noticias, una idea que plantea algunas cuestiones relacionadas con los nuevos vínculos que se dibujan entre aficionados y profesionales. En el texto se da el ejemplo de un militar británico asesinado en una calle de Londres. Las primeras imágenes fueron capturadas por un testigo, luego transmitidas por ITV News y finalmente por medios de comunicación de todo el mundo.

El informe anual del Pew Research Center’s for *Excellence in Journalism* (2013) revelaba datos preocupantes sobre los medios tradicionales estadounidenses que experimentaron disminución en el número de profesionales en la sala de prensa, la reducción de los ingresos y la pérdida de lectores. Estas y otras cuestiones también están presentes en el estudio *Post Industrial Journalism: Adapting to the present* de C.W. Anderson, Emily Bell y Clay Shirky. Este defiende la necesidad de reestructurar el modelo industrial del periodismo así como su cultura organizacional y profesional, teniendo en cuenta las posibilidades que ofrecen los nuevos medios de comunicación y una visión más descentralizada. Las organizaciones informativas ya no detienen el control de las noticias en el actual ecosistema de medios y es importante considerar la participación de otros actores en el proceso.

“El aspecto más emocionante y transformador del entorno informativo actual se aprovecha de las nuevas formas de colaboración, nuevas herramientas de análisis y fuentes de datos, y nuevas formas de comunicar lo que importa al público” (Anderson, Bell y Shirky, 2012:14). La existencia de herramientas y recursos disponibles para los ciudadanos no elimina la importancia de los periodistas, pero éstos deben incorporar prácticas

que enfatizan su importancia en el nuevo ecosistema. Al observar el surgimiento de una cultura participativa, Henry Jenkins (2008) utiliza el concepto de *prosumer*, una idea recuperada del libro *The Third Wave* publicado por Alvin Toffler, en 1980. En este se caracteriza una realidad en la que productor y consumidor se diluyen, lo que con el desarrollo de la llamada Web 2.0 se ha hecho más evidente. “El término cultura participativa contrasta con nociones más antiguas del espectador mediático pasivo. Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si se desempeñaran roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo” (Jenkins, 2006:3). *Prosumers* son aquellos que no sólo consumen el contenido mediático, sino también lo producen.

En el mismo contexto de colaboración Axel Bruns utiliza la idea de *produsage*, como un concepto que “está en contraste directo con los modos tradicionales de producción industrial” (Bruns, 2008:9). La principal diferencia es la distinción entre el producto terminado, resultado de una producción industrial, y su distribución a los consumidores, así como un proceso de construcción y desarrollo sujeto a cambios por los usuarios, por ello designados *producers*. Bruns utiliza el ejemplo de *Wikipedia* y de los blogs para ilustrar este proceso de colaboración que borra la línea entre producir y consumir. Conceptos como *prosumer* o *producer* ilustran las reconfiguraciones en la relación entre los periodistas y el público. “Ya no es labor de los periodistas decidir qué debe o no debe saber el ciudadano, sino ayudarlo a poner en orden la información que le llega” (Kovach y Rosenstiel, 2003:34). Diferentes investigaciones han examinado cómo las relaciones que se establecen entre los periodistas y los lectores moldean el propio periodismo, los cambios en las rutinas de producción de noticias y la integración de las aportaciones de los usuarios (Heinonen, 2011, Domingo, 2011).

Bowman y Willis (2003) definen periodismo participativo como “el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de colectar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere” (Bowman y Willis, 2003:9).

Varela (2005) establece la siguiente distinción: periodismo 1.0 es el que traspasa el contenido de los medios tradicionales a la Red; periodismo 2.0 es la creación de contenido en y para la Red, sumando sus características de hipertextualidad, interactividad y multimedia; y periodismo 3.0 es la socialización de la información, a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje.

Koldo Meso (2005) asocia la participación y el interés público y utiliza el concepto “periodismo ciudadano” para referirse a la actividad que “hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana” (Koldo Meso, 2005:9).

Entusiasta de la participación ciudadana en el periodismo, Gillmor cree que “la anterior audiencia tiene el papel más importante en esta nueva era” (Gillmor, 2006:229) y

introduce la noción *mediactivos*, defendiendo la importancia de la existencia de usuarios activos de los medios (Gillmor, 2010).

Definiciones de esta naturaleza pueden incluir proyectos muy diferentes, por lo que hay distinciones que deben hacerse entre el «periodismo ciudadano» verdaderamente independiente y las oportunidades que los ciudadanos tienen de participar en medios existentes (Thurman y Hermida, 2010).

Uno de los proyectos que ilustran la apertura de los medios de comunicación a la participación ciudadano es *GuardianWitness*, del diario británico *The Guardian*. Con el lema “Share your view of the world”, la iniciativa se presenta como una nueva forma de colaboración entre periodistas y lectores. “We believe that journalism gets stronger when these worlds collaborate. This is open journalism”, puede leerse en el sitio web. En el texto de presentación del proyecto, que sugiere temas pero también acepta sugerencias, los responsables señalaron la importancia de la difusión de la información aportada por los lectores en acontecimientos como la Primavera Árabe.

Singer *et al.* (2011) utilizan el término periodismo participativo porque “capta la idea de acción colaborativa y colectiva –no simplemente paralela. La gente dentro y fuera de la redacción se dedica a la comunicación, no sólo para, sino también con los otros. De este modo, todos están participando en los procesos de creación de un sitio web de noticias y en la construcción de una comunidad polifacética” (Singer *et al.*, 2011:2). Esta definición es interesante, sobre todo si añadimos que “la participación puede ocurrir en diversas etapas del proceso de producción de noticias y puede hacer uso de una variedad de herramientas. El periodismo participativo incluye comentarios así como otras formas de trabajo más intensivo de lo que también se conoce como «contenido generado por el usuario» y «periodismo ciudadano»” (Singer *et al.*, 2011:206). Con la participación de los ciudadanos el periodismo se enfrenta a prácticas que obligan a repensar conceptos determinantes. Los *gatewatchers* (Bruns, 2005) se imponen a los tradicionales *gatekeepers* (Shoemaker y Reese, 2009).

Como señalan Bowman y Willis (2003:7), “la venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no solo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve”.

Bruns (2005) considera el modelo de *gatekeeper* utilizado por los medios tradicionales superado y define *gatewatching* como la observación de “las publicaciones de noticias y otras fuentes, con el fin de identificar el material importante cuando esté disponible” (Bruns, 2005:17). La práctica del *gatewatching* es un reto al antiguo monopolio del *gatekeeping*. Bruns (2011) sostiene que este cambio se debe principalmente a dos aspectos: la continua multiplicación de los canales disponibles para la publicación y difusión de las noticias, y el desarrollo de modelos colaborativos para la participación de los usuarios y para la creación de contenidos.

En algunos estudios realizados, los periodistas reconocen la importancia de la participación del usuario a través de la difusión de ideas y observaciones, en particular en las primeras etapas de un trabajo periodístico, pero son “más reticentes para asignar a los

usuarios papeles proactivos como colaboradores y participantes integrales en el proceso de creación de contenidos periodísticos” (Heinonen, 2011:52).

Teniendo en cuenta estas transformaciones Singer (2013) argumenta que la visibilidad de los temas puede ahora ser determinada por los usuarios, sobre todo si pensamos en redes sociales como Facebook donde, más que hacer comentarios, los usuarios pueden compartir. La autora considera que la participación online facilita el proceso de *gatekeeping* en dos etapas. Los periodistas siguen decidiendo qué publicar teniendo en cuenta ciertos criterios.

“Sin embargo, los miembros individuales de la audiencia ahora son gatekeepers secundarios para un grupo diferente de personas, tal vez algunos de entre la audiencia del medio de comunicación original y otros probablemente no” (Singer, 2013:4). El *gatekeeping* se convirtió en un proceso más colaborativo. “El resultado es un proceso de *gatekeeping* en dos pasos, en el que las decisiones editoriales iniciales de rechazo o inclusión de un punto en el producto informativo son seguidas de decisiones de los usuarios si dar más o menos visibilidad a ese tema para una audiencia secundaria” (Singer, 2013:13). Por eso, la autora sostiene que “hay más *gatekeepers* que nunca” (Singer, 2013:13).

Hermida (Hermida, 2011:178) sugiere que los periodistas ven a los usuarios cómo “*recipientes activos* de información –en algún lugar entre receptores pasivos y creadores activos de contenidos”. El periodismo participativo se presenta como una oportunidad para democratizar la conversación en los medios. Sin embargo, esta posibilidad se encaja “en el contexto de proporcionar un espacio para una mayor diversidad de voces en vez de democratizar el propio proceso periodístico. Y el concepto de periodismo participativo como una fuerza para la democracia está lejos de ser la razón principal para llevar a cabo este tipo de iniciativas” (Hermida, 2011:187). De la investigación realizada por el autor surgió la idea de que las organizaciones de noticias “están tratando de ofrecer más vías para la participación de la audiencia, pero al mismo tiempo para proteger el estatus profesional de los periodistas” (Hermida, 2011:189).

7.2. PARTICIPAR NO ES SUFICIENTE

Abordar el concepto de periodismo participativo requiere mencionar el ejemplo pionero de *OhmyNews*¹, un periódico surcoreano fundado por Oh Yeon Ho (periodista profesional) el 22 de enero de 2000, con el lema “Every Citizen is a Reporter”. Lo que empezó por ser un medio de comunicación nacional se extendió a todo el mundo y en junio de 2004 nacía el *OhmyNews International*, que conto con más de 70.000 colaboradores, en más de 110 países, y superó la marca de 2 millones de *pageviews* por día. El equipo del periódico, que se destacó por ser el primero en publicar artículos enviados por lectores de todo el mundo, tenía alrededor de 50 reporteros y editores profesionales, y no todo el material recibido era publicado.

1 <http://www.ohmynews.com/>

Como refieren algunos autores en el caso del sitio mencionado se observa que “las tareas y valores básicos del periodismo tradicional están centrados en sus principios. La diferencia esencial radica en la redistribución del control una democratización de medios” (Bowman y Willis, 2003:12). A pesar de estos datos, *OhmyNews International* ha cerrado en agosto de 2010, dando lugar a un blog². Lo que inicialmente parecía una ventaja —con periodistas ciudadanos de todo el mundo escribiendo sobre diversos temas— se convirtió en un problema. En el último post (OMNI, 2010) los responsables identificaron las dificultades de edición y de verificación como los factores que impidieron la continuidad del proyecto.

Otro ejemplo que puede ser señalado es el español *Soitu.es* dirigido por Gumersindo Lafuente, compuesto por un equipo de periodistas profesionales que incorporaba características participativas. *Soitu.es* nació el 27 de diciembre de 2007 y se caracterizó por estar basado en tres pilares fundamentales: periodistas profesionales, expertos en determinadas áreas y ciudadanos. Después de 22 meses, por razones económicas, se anunció el fin del proyecto seguido por más de un millón de usuarios únicos. En el último texto publicado en el sitio web, Gumersindo Lafuente dijo estar convencido de que una parte importante del futuro del periodismo “está en la conversación con los lectores” (Lafuente, 2009). Una idea que parece ir al encuentro de las palabras de Hermida (2011): “En el futuro, la ampliación de la participación puede conducir la profesión hacia una forma aún más mutualizada y recíproca, una forma fluida del periodismo, con periodistas que encuentran su lugar en la cultura de los medios colaborativos” (Hermida, 2011:190).

Estos dos casos ejemplifican que el llamado “periodismo ciudadano”, clasificado por autores como Gillmor (2005) y Rosen (2008) como uno de los grandes desafíos para el periodismo tradicional, aún está lejos de cumplir con las promesas iniciales. Haas y Steiner (2008) señalan que “el entusiasmo por este tipo de sitios, y especialmente la actividad cada vez más popular del *blogging* sugiere que los ciudadanos pueden y quieren utilizar Internet para entrar en la esfera pública” (Haas y Steiner, 2008:251). Aun así, los autores consideran que “existen razones para cuestionar si ‘reporteros ciudadanos’, ‘corresponsales comunitarios’ o *bloggers* pueden llevar a cabo una investigación rigurosa y sostenida en la cobertura original de importantes temas de interés público”. Los mismos autores dan el ejemplo de *OhmyNews* donde “la mayor parte del contenido se compone de expresiones de intereses y sentimientos personales” (Haas y Steiner, 2008:251).

7.3. LOS ELEMENTOS DE PERIODISMO

Otto Groth (Fidalgo, 2004) identificó un conjunto de características que definen a un periódico: periodicidad (publicación en intervalos regulares), universalidad (información sobre todo lo que se relaciona con el Hombre y con su acción social y cultural), actualidad (algo que sucede en el presente y que es nuevo) y publicidad (accesibilidad del periódico a todos).

2 <http://international.ohmynews.com/>

Un periódico publica esencialmente noticias y para Martínez Albertos, estas se refieren a “un hecho verdadero, inédito o, de interés general actual que se comunica a un público” (Martínez A., 2004:46). Idea similar defiende Fontcuberta (2002) para quien el discurso periodístico se caracteriza por la actualidad, novedad, veracidad, periodicidad e interés público.

En el libro *Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*, Kovach y Rosenstiel (2003) esbozan los siguientes principios: la búsqueda de la verdad, la lealtad ante todo a los ciudadanos, la disciplina de verificación, la independencia con respecto aquellos de quienes informa, el control independiente del poder, el espacio para la crítica y el comentario, el esfuerzo para que el significante sea sugerente y relevante, las noticias exhaustivas e proporcionadas y el respeto por la conciencia individual de sus profesionales. En una nueva edición del libro, publicado en 2007, Kovach y Rosenstiel añadieron un décimo elemento relacionado con los derechos y deberes de los ciudadanos en relación a la información. La selección y la interpretación de los datos, el contexto de los hechos, la identificación de los actores, la verificación buscando múltiples testigos y fuentes contrastables, es decir, el cumplimiento de la disciplina de la verificación, son puntos que caracterizan a las rutinas y procedimientos de la profesión periodística. Pero no faltan ejemplos de ocasiones en que estas prácticas no han sido cumplidas. Por ejemplo, diferentes medios estadounidenses han cometido errores en las noticias sobre el atentado en el maratón de Boston (Carr, 2013). El evento en cuestión ha revelado que muchos periodistas profesionales han optado por publicar primero y confirmar después, en un caso en el que la velocidad se ha superpuesto claramente a la credibilidad. *CNN* anunció el arresto de un sospechoso con base en una información difundida en Twitter, que ha demostrado ser falsa, pero la misma práctica fue seguida por la *Associated Press* y por *Fox News*. Más grave aún fue la portada en la cual *The New York Post* publicó la foto de dos sospechosos que en realidad no lo eran.

Las fuentes son un elemento clave en el periodismo y son esenciales para garantizar la credibilidad de la información. Hay diferentes tipos de fuentes que Pinto (2000) clasifica según su origen, duración, ámbito geográfico, grado de implicación en los hechos, actitud hacia los periodistas, identificación y estrategia operacional. Crato (1992) divide las fuentes en internas y externas, colocando en el primer grupo los periodistas (investigación y observación directa), los corresponsales y los archivos. Como fuentes externas el autor apunta las agencias de noticias, los otros medios de comunicación, las entidades oficiales (gobierno, parlamento, ministerios, municipios, las fuerzas de policía, etc.), las entidades no oficiales (empresas, colectivos, sindicatos, asociaciones culturales, clubes deportivos, etc.), los contactos personales y el público.

El acceso a las fuentes de información ha sido una de las preocupaciones de Zvi Reich (2008) al comparar las prácticas desarrolladas por periodistas profesionales y por los ciudadanos. El autor reúne un conjunto de elementos que representan algunas limitaciones para los “ciudadanos periodistas”: suelen estar fuera de las rutinas y fuentes, tales como conferencias de prensa y comunicados de prensa; suelen depender de los demás ciudadanos y no de las fuentes institucionales; tienen pocas posibilidades para

cultivar relaciones con las fuentes; tienen un conocimiento limitado del periodismo; y por lo general tienen otras actividades profesionales.

En cuanto al contenido publicado por los ciudadanos en los medios de comunicación, Domingo (2011) distingue el periodismo participativo como fuente del periodismo participativo como *playground*. Este último se refiere a un espacio “separado del resto del sitio web, para contribuciones de los usuarios aparte de los comentarios en las noticias” (Domingo, 2011:86). Esta idea de *playground* apuntada por Domingo es una de las características de los espacios portugueses y españoles analizados en este estudio. “Esta estrategia les permitió explorar ampliamente el periodismo participativo, pero con relativamente poco riesgo” (Domingo, 2011:87). Se trata de una forma de preservar la marca del periódico, que está abierto a la participación, pero evita la interferencia en su propio contenido. En Portugal y España, las versiones online de los principales diarios también crearon secciones para la participación de los ciudadanos, algunos de ellos con la palabra “periodismo” o “periodista” en su denominación. Rost llamó la atención sobre la falta de participación. “Los usuarios que participan son una minoría comparados con el total de visitantes” (Rost, 2010:101). Mediante el estudio de la participación en el periodismo online, el autor afirma que “así como los medios ofrecen distintos grados de interactividad, también hay un espectro de usuarios con distintos niveles de participación” (Rost, 2010:102). Aún así, Rost muestra preocupación, no con el aumento de la colaboración, sino con la mejora de la calidad de la participación en sí. En un estudio realizado en 2010, Lacy *et al.* concluyeron que sólo el 27,7% de los espacios analizados (86 sitios de blogs de ciudadanos, 53 sitios de noticias ciudadanas y 63 periódicos diarios) se actualiza a diario. “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, 2009:27).

7.4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación es el análisis de contenido (Berelson, 1952, Bardin, 2000; Bauer, 2000; Herscovitz, 2007; Igartua e Humanes, 2010) de los textos publicados por los ciudadanos en las secciones dedicadas a su participación en periódicos digitales de Portugal y España. Se analizarán las siguientes secciones: “Correio do Leitor” (*Correio da Manhã* - CM), “Jornalismo de Cidadão” (*Diário de Notícias* - DN), “Cidadão Repórter” (*Jornal de Notícias* - JN), “Yo Periodista”, (*El País* - EP), “Los blogs más cercanos”, (*El Mundo* - EM), “Cartas” y “Lectores Corresponsales” (*La Vanguardia* - LV).

Este trabajo no pretende comparar las publicaciones entre sí, sino más bien observar las características particulares de cada una y de su contenido considerando las características definidas teóricamente que indican la existencia o no de un texto periodístico. Antes de cualquier otra observación es necesario mencionar la heterogeneidad de los espacios analizados, en primer lugar, debido a la especificidad de cada publicación.

“Correio do Leitor” es una sección de *Correio da Manhã* destinada a la intervención del usuario. “Vamos a dar voz a sus quejas, denuncias y noticias” es el mensaje que se puede leer en el sitio web. En este caso, el contenido de los lectores se distribuye a través de espacios como “A foto do leitor e a sua legenda” o “Caixa de reclamações”. En este último, los lectores pueden hacer sus denuncias (por lo general en relación con cuestiones locales o instituciones públicas), que luego se envían por el equipo del periódico a las autoridades competentes y la respuesta se publica junto con el contenido enviado por el lector. La sección “Jornalismo de Cidadão”, del *Diário de Notícias*, pide la publicación de artículos, fotos y videos de sus lectores. Los contenidos pueden ser enviados a una dirección de correo disponible para el propósito. “Cidadão Repórter”, que integra el *Jornal de Notícias*, está destacado en la portada, con las restantes secciones. Se solicita el envío de noticias y fotografías y en determinadas ocasiones, el diario promueve la colaboración de los lectores en temas específicos.

“Conviértete en periodista. No te cortes y envíanos tus noticias, recomendaciones y críticas sobre Madrid y su comunidad”. Este desafío es lanzado en el blog del periódico *El Mundo*, “Ciudadano M”, descrito como “un escaparate para mostrar los valores y miserias de la capital”. Para llevar a cabo este tipo de participación se solicitan algunos datos a los usuarios como el nombre, apellidos, email, asunto y texto. Se permite adjuntar fotos y vídeos. Lo mismo se aplica a los blogs *Ciudadano BCN* (Barcelona), *Ciudadano CVA* (Comunidad Valenciana), *Ciudadano IB* (Islas Baleares), *Ciudadano CyL* (Castilla y León) que forman parte de “Los blogs más cercanos” de *El Mundo*.

En la fecha del inicio de la recolección de datos para el análisis en este trabajo, el espacio “Yo Periodista”, que nació 18 de abril 2007 (el último texto fue publicado el 8 de septiembre de 2010) pertenecía a la sección “Participa”. En esta sección también se incluyeron: “Los internautas preguntan”, “Encuestas”, “Foros”, “Frasas”, “Fotos de los lectores” y “Talentos”. Una frase alentaba la participación de los usuarios. “Si has sido testigo de una noticia envíanosla, ahora tú eres el periodista”. El periódico definía “Yo Periodista” como “el espacio de periodismo ciudadano de ELPAIS.com donde los usuarios pueden publicar su información y noticias”. Incluso se menciona el hecho de que este no era “un espacio donde enviar opiniones, ni reflexiones, sino informaciones”.

En la sección “Participación” del periódico *La Vanguardia* podemos encontrar diferentes contenidos alimentados por los usuarios: “Blogs de los lectores”, “Cartas”, “Foros”, “Fotoatlas”, “Lectores corresponsales”, “Consultorios” y “Encuentros Digitales”. Algunos contenidos son destacados en portada. Dentro de las posibilidades que ofrece este diario con respecto a la participación, se seleccionaron las “Cartas” y los textos publicados en el espacio “Lectores corresponsales” por considerar que son los que mejor se adaptan a nuestro objeto de estudio. Los periódicos en análisis fomentan, aunque de diferentes maneras, la relación entre los ciudadanos y el ejercicio del periodismo. Esto es evidente en la mayoría de las expresiones que dan nombre a los mismos: “Cidadão Repórter”, “Jornalismo de Cidadão”, “Yo Periodista”, “Lectores Corresponsales”, sino también algunos textos en los cuales se presentan las referidas secciones: “Vamos a dar voz a sus quejas, denuncias y noticias”, “Envíenos sus noticias y fotos”, “Si has sido testigo de una noticia envíanosla, ahora tú eres el periodista” o “Conviértete en periodista”.

Con la excepción de *Correio da Manhã* y *La Vanguardia*, se analizaron todos los textos publicados diariamente en aquellos espacios en los meses de abril, mayo y junio de 2010. En el caso de CM y LV, dada la gran cantidad de contenidos publicados, y con base en los argumentos de Bauer (2000) y Herscovitz (2007), construimos semanas artificiales: en abril empezamos seleccionando el primer lunes del mes, la semana siguiente el martes y así sucesivamente. En el caso específico de estas publicaciones se examinó una semana por mes. Esta estrategia nos ha permitido obtener una muestra variada, con una distribución equitativa, garantizando la representatividad del universo de estudio. Durante el tiempo estipulado, se recogieron y analizaron 682 textos.

Con el objetivo de identificar los principales temas abordados por los ciudadanos en los periódicos, se establecieron las categorías siguientes: Política (textos relativos a gobiernos nacionales y locales, a los partidos políticos, los actores políticos, las decisiones políticas, etc.); Sociedad (textos relacionados con la vida de los ciudadanos, es decir, el empleo, el paro, el transporte, la seguridad, la religión, el urbanismo y el medio ambiente); Economía (textos relativos a los mercados financieros, bancos, tipos de interés, impuestos, bolsa de valores, presupuestos generales del Estado, inflación y el precio de diversos productos); Deporte (textos relacionados con las diferentes modalidades deportivas); Salud (textos relacionados con las instituciones de salud, las enfermedades, las drogas y las acciones de rastreo); Tecnología (textos relacionados con los productos de informática, industriales y gadgets); Educación y Ciencia (textos relativos a todos los niveles de la educación, incluyendo la investigación en la educación superior, las huelgas de maestros y manifestaciones estudiantiles); Justicia (textos relativos a los tribunales o relacionados con cuestiones del sistema judicial); Cultura (textos relacionados con el cine, el teatro, la música, la moda, pintura o cualquier otra forma de expresión artística, espectáculos, festivales, asociaciones culturales y tradiciones locales); y Otros (textos que, por alguna razón, no entran en ninguna de las categorías anteriores).

Para analizar si los textos publicados por los ciudadanos pueden ser considerados periodismo se considerarán las características que segundo Groth definen un periódico, así como los elementos del periodismo mencionados por Kovach y Rosenstiel (2003). En cuanto a las fuentes fue considerada la tipología propuesta por Ericson *et al.* (1991) y también por Crato (1992), haciendo las adaptaciones necesarias al objeto de estudio. Por lo tanto, se incluyeron los siguientes parámetros de fuentes utilizadas: “testimonio propio”, “fuentes oficiales” (gobierno y sector público), “fuentes no oficiales” (empresas privadas, asociaciones, etc.), “media” (trabajos ya emitidos en los medios de comunicación) y, por último, “otras” (porque en muchos casos no fue posible identificar las fuentes).

Con este análisis se busca responder a las siguientes preguntas de investigación:

P1. *¿La cantidad de textos publicados indica que existe periodicidad en las secciones analizadas?*

P2. *¿Los autores se identifican y pueden ser responsabilizados por lo que escriben?*

P3. *¿Los textos producidos por los ciudadanos presentan contraste y variedad de fuentes?*

P4. *¿Hay una clara separación entre información y opinión?*

7.5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se analizaron 682 textos, 129 en periódicos portugueses y 553 en periódicos españoles. De los 129 textos analizados en los periódicos portugueses, 92 se publicaron en “Correio do Leitor” (*Correio da Manhã - CM*), 26 en “Cidadão Repórter” (*Jornal de Notícias- JN*), y 11 en “Jornalismo de Cidadão” (*Diário de Notícias - DN*). Sabiendo que las cifras de JN y DN, se refieren a la totalidad de los contenidos publicados durante tres meses podemos ver inmediatamente que la participación ciudadana en estos espacios es reducida (*PI*).

Estos números nos permiten concluir que no existe una periodicidad en el sentido definido por Groth (Fidalgo, 2004), y muestran la baja participación señalada por Rost (2010) y Lacy et al. (2010). En los periódicos españoles, en general, la frecuencia de las publicaciones es más evidente. De los 553 textos analizados, 70 fueron publicados en “Yo Periodista” (*El País*), 105 en “Los blogs más cercanos” (*El Mundo*), 74 en “Lectores Corresponsales” (*La Vanguardia*) y 304 en “Cartas” (*LV*). Esta cifra es la más significativa y cuantitativamente distingue *La Vanguardia* de todas las otras publicaciones.

P2. ¿Los autores se identifican y pueden ser responsabilizados por lo que escriben?

En el 53% de los 92 textos publicados en CM, el autor no se identifica. Lo mismo ocurre en seis (23%) textos de JN. Sin embargo, en este último caso, el periódico pone la referencia “lector identificado”. La identificación del autor es un elemento importante para la responsabilidad por los contenidos publicados. En los diarios *El País* y *La Vanguardia* el autor siempre está identificado. En los blogs de *El Mundo* no hay identificación del autor de 12 de los 105 textos publicados.

TABLA I. TEMAS EN LOS PERIÓDICOS PORTUGUESES

| Periódicos | Política | Economía | Sociedad | Salud | Educación y Ciencia | Cultura | Deporte | Otro |
|--------------------|-----------|-----------|------------|-----------|---------------------|------------|-----------|-----------|
| Jornal de Notícias | 0% | 0% | 88% | 0% | 4% | 0% | 8% | 0% |
| Correio da Manhã | 1% | 0% | 55% | 2% | 10% | 25% | 7% | 0% |
| Diário de Notícias | 73% | 9% | 9% | 0% | 0% | 9% | 0% | 0% |
| TOTAL | 7% | 1% | 58% | 1% | 8% | 19% | 6% | 0% |

Fuente: elaboración propia

Sociedad es el tema predominante en *Jornal de Notícias* (88%) y en *Correio da Manhã* (55%). En *Diário de Notícias*, 73% de las historias son de Política. En los periódicos portugueses no hay contenido sobre Justicia. Según los datos obtenidos, hay un predominio del tema Sociedad (55% del total). En los periódicos españoles Sociedad también es el tema más abordado (65% en *El País*, 68% en *El Mundo*, 47% en las “Cartas” de *La Vanguardia* y 49% en “Lectores Corresponsales”). El segundo tema más abordado es

Cultura en *El País* (24%), Política y Educación y Ciencia, con el mismo porcentaje en *El Mundo* (8%), Política en el caso de los “Lectores Corresponsales” (24%) y también en las “Cartas” (15%). Aunque la mayor parte de los contenidos se centre en un tema, en los periódicos españoles parece existir, aunque en pequeño porcentaje, mayor variedad.

TABLA 2. TEMAS EN LOS PERIÓDICOS ESPAÑOLES

| Periódicos | Política | Economía | Sociedad | Salud | Educación y Ciencia | Cultura | Deporte | Justicia | Otro |
|---------------|------------|-----------|------------|-----------|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| El País | 0 | 0 | 65% | 0 | 1% | 24% | 4% | 3% | 3% |
| El Mundo | 8% | 5% | 68% | 1% | 8% | 4% | 5% | 1% | 0% |
| Cartas (LV) | 15% | 11% | 49% | 2% | 6% | 2% | 10% | 3% | 2% |
| Lectores (LV) | 24% | 10% | 47% | 0 | 1% | 6% | 8% | 1% | 3% |
| TOTAL | 14% | 8% | 54% | 1% | 5% | 6% | 8% | 2% | 2% |

Fuente: elaboración propia

P3. ¿Los textos producidos por los ciudadanos presentan contraste y variedad de fuentes?

En *Correio da Manhã* el 33% de los contenidos publicados se basa en el “testimonio propio”, y en el 52% de los textos no fue posible identificar las fuentes. Este número se debe al predominio de la información publicada sin identificación del autor o sin referencia a la fuente en el texto. El 13% de los textos publicados por los ciudadanos en este diario utiliza las fuentes oficiales y el 2% fuentes no oficiales. En total, de los 92 textos estudiados, sólo en 8 se han contrastado fuentes. Este número está asociado con la “Caixa de Reclamações” donde las instituciones oficiales dan respuestas a los problemas planteados por los lectores. En este punto hay que señalar la existencia de la mediación periodística entre los diferentes actores. En *Jornal de Notícias*, el porcentaje de textos a partir de “testimonio propio” es 84%, seguido por fuentes no oficiales (8%), medios de comunicación y “otros” (4% cada uno). En el *Diário de Notícias*, el 55% de los textos se basa en “testimonio propio”, 36% en los medios de comunicación y 9% en fuentes oficiales.

Publicaciones basadas en el testimonio propio del autor también son frecuentes en los periódicos españoles: 87% en *El País*, 87% en *El Mundo* e 73% en “Cartas” (LV). En la sección “Lectores Corresponsales” este porcentaje es más bajo (37%) y hay una mayor variedad en las fuentes utilizadas: 26% de los textos se basa en información ya divulgada en los medios (21% de los textos publicados en las “Cartas”), 16% en fuentes oficiales, 7% no oficiales y 15% “otra”. En *El País* no se utilizan fuentes oficiales en ningún texto.

En general, 68% de los textos se basan en el testimonio propio del autor, 14% en la información ya transmitida en los medios de comunicación, 5% en las fuentes oficiales,

el 4% en fuentes no oficiales y en el 9% no se identifica la fuente. En 505 textos españoles y en 124 portugueses, no se utiliza ni una sola cita.

P4. ¿Hay una clara separación entre información y opinión?

Hemos tratado de identificar si los textos publicados son informativos, de opinión o se mezclan información y opinión (Gradim, 2000). En *Diário de Notícias* (82%) y en “Cartas” de *La Vanguardia* (78%), la mayoría de los textos son de opinión. En *Jornal de Notícias* (61%), en *El Mundo* (61%) y en la sección “Lectores Corresponsales” – LV (51%), gran parte de los contenidos mezcla los hechos con la opinión del autor. En *Correio da Manhã* (86%) y en *El País* (50%), la mayoría de los textos publicados son informativos. Estos datos se refieren a cuestiones relacionadas con la fiabilidad de la información transmitida. Los resultados indican que la mayoría de los autores no tienen en consideración elementos básicos del periodismo. La búsqueda de la verdad, la disciplina de la verificación, la independencia y la variedad de fuentes, principios enunciados por Kovach y Rosenstiel, son completamente ignoradas, siendo lo que más distingue a estos textos de la actividad periodística.

7.6. CONCLUSIONES

Los datos confirman los resultados obtenidos en investigaciones anteriores (Carpenter, 2008; Saad y Madureira, 2010; Domingo, 2011; Zamith, 2012): contenidos producidos por los ciudadanos no son periodismo. En algunos casos no hay periodicidad, la mayor parte del contenido se centra en un tema predominante y las fuentes se resumen al autor mismo. Los hechos rara vez se presentan con diferentes puntos de vista y también rara vez se distinguen de las opiniones. Es significativa la ausencia de los elementos del periodismo defendidos por Kovach y Rosenstiel (2003), en particular con respecto al rigor, la disciplina de la verificación, la confirmación de los hechos, la existencia de fuentes contrastables y de un conjunto de prácticas fundamentales para fomentar la credibilidad de la información.

Los resultados parecen confirmar las palabras de Rost cuando dice que “el periodismo se enfrenta a un doble desafío: incrementar los grados de participación de los ciudadanos en el medio y asegurar la calidad del resultado de esa intervención” (Rost, 2012:31).

La designación de las distintas secciones o la forma en que se presentan establecen asociaciones con el periodismo o la producción de las noticias por los ciudadanos, pero, como hemos visto, de hecho no se realiza. Estos espacios están bien separados del trabajo periodístico profesional, como señaló Domingo (2011). Son inspiradoras las palabras de Rosen (2011) cuando afirma “cuantas más personas participen en la prensa más fuerte esta será”. Aun así, la idea de colaboración y acción colectiva (y no sólo paralela) entre periodistas y lectores, que según Singer *et al.* (2011) caracteriza el periodismo participativo parece estar aún lejos de ser una realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, C.W., E. Bell & C. Shirky (2012). *Post Industrial Journalism: Adapting to the present*, Columbia Journalism School-Tow Center for Digital Journalism. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/nEloKw>
- Armentia, J. I. (2009). La evolución del periodismo participativo en Internet. En *Estudios de Periodística XIV. Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo* (pp. 19-29). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Bardin, L. (2000). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições.
- Bauer, M. W. (2000). Classical Content Analysis: a Review. En *Qualitative Researching with text, image and sound. A practical handbook* (pp. 131-151). Londres: Sage.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: The Free Press.
- Bowman, S., & C. Willis (2003). *Nosotros, el medio: Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/irwH4m>.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Production*. New York: Peter Lang.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.
- Carpenter, S. (2008). Source Diversity in U.S. Online Citizen Journalism and Online Newspaper Articles. En *International Symposium on Online Journalism*. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/lX2QY6>
- Carr, D. (2013). The Pressure to Be the TV News Leader Tarnishes a Big Brand. *The New York Times*. Consultado de http://www.nytimes.com/2013/04/22/business/media/in-boston-cnn-stumbles-in-rush-to-break-news.html?pagewanted=1&_r=3&ref=media&
- Crato, N. (1992). *Comunicação Social. A Imprensa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Domingo, D., et al. (2008). Participatory, journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Domingo, D. (2011). Managing Audience Participation. Practices, workflows and strategies. En J.B. Singer et al., *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp.76-95). New York: Wiley-Blackwell.
- Ericson, R. V., P. M. Baranek & J. B. L. Chan (1991). *Representing Order: Crime, Law and Justice in the News Media*. Buckingham: Open University.
- Fidalgo, A. (2004). Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.html#htoc4>
- Fontcuberta, M. (2002). *A notícia. Pistas para compreender o mundo*. Lisboa: Editorial Notícias.

- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*, O'Reilly Media. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/nN4ztN>
- Gillmor, D. (2010). Mediactive. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/UTrsuD>
- Haas T., & L. Steiner (2006). Public journalism: a reply to critics. *Journalism*, 7(2), 238-254.
- Heinonen, A. (2011). The Journalist's Relationship with Users. New dimensions to conventional roles. En J. B. Singer *et al.*, *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp. 34-55). New York: Wiley-Blackwell.
- Hermida, A., & N. Thurman (2008). A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice* 2(3), 343-356.
- Hermida, A. (2011). Fluid Space, Fluid Journalism: The role of the "active recipient" in participatory journalism. En J.B. Singer *et al.*, *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp. 177-191). New York: Wiley-Blackwell.
- Herscovitz, H.G. (2007). Análise de conteúdo em jornalismo. En C. Lago & M. Benetti (Coord.), *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Igartua, J., & M. L. Humanes (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old an new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2008). *The Moral Economy of Web 2.0*. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/Owu7ws>
- Kovach, B., & T. Rosenstiel (2003). *Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Madrid: El País.
- Lacy, S., *et al.* (2010). Citizen journalism web sites complement newspapers. *Newspaper Research Journal*, 31(2), 34-46.
- Lafuente, G. (2009). Hasta la vista y gracias, *Soitu.es*, 27/10/2009. Disponible en http://www.soitu.es/soitu/2009/10/27/actualidad/1256642105_453965.html
- Martinez Albertos, J. L. (2004). *Curso General De Redaccion Periodistica*. Madrid: Thomson Editores.
- Meso, K. (2005). Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Chasqui*, 90, 4-15.
- OMNI (2010). OMNI's New Approach to Citizen Journalism. *Oh my news international*. En http://english.ohmynews.com/ArticleView/article_view.asp?menu=A11100&no=386159&rel_no=1&back_url=
- Papacharissi, Z. (Ed.) (2009). *Journalism and Citizenship: New Agendas*. New York: Reutledge.
- Pew Research Center's for Excellence in Journalism* (2013). The State of News Media. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://stateofthemedias.org/>
- Pinto, M. (2000). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. *Comunicação e Sociedade*, 2, Braga: Universidade do Minho, pp. 277-294.

- Reich, Z. (2008). How citizens create news stories. The “news access” problem reversed. *Journalism Studies*, 9(5), 739-758.
- Rosen, J. (2008). A Most Useful Definition of Citizen Journalism. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/B7brPe>
- Rosen, J. (2011). What I think I know about journalism. Consultado el 5 de junio de 2013 de <http://goo.gl/7ZqMA7>
- Rost, A. (2010). La participación en el periodismo digital. Muchas preguntas y algunas posibles respuestas. En F. Irigaray, D. Ceballos & M. Manna, *Periodismo digital en un paradigma en transición* (pp. 96-109). Universidad Nacional de Rosario.
- Rost, A. (2012). Periodismo e interactividad: preguntas, definiciones y desafíos en la participación de los usuarios. En E. García de Torres (Coord.), *Cartografía del Periodismo Participativo* (pp. 13-36). Valencia: Tirant Humanidades.
- Saad Corrêa, E., & F. Madureira (2010). Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. *Estudos em Comunicação*, 7(1), 157-184.
- Shoemaker, P. J., T. P. Vos & S. D. Reese (2009). Journalists as Gatekeepers. En K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch. (Eds.). *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 73-87). New York and London: Routledge.
- Singer, J. B., et al. (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. New York: Wiley-Blackwell.
- Singer, J. B. (2013). User-generated visibilidad: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55-73.
- Toffler, A. (1984). *A Terceira Vaga*. Lisboa: Edição Livros do Brasil.
- Thurman, N., & A. Hermida, (2010). Gotcha: How newsroom norms are shaping participatory journalism online. En S. Tunney & M. Garrett (Eds.). *Web journalism: A new form of citizenship?* (pp. 46-62). Eastbourne: Sussex Academic Press.
- Varela, J. (2005). *Blogs vs. MSM*. Periodismo 3.0, la socialización de la información. *Telos*, 86.
- Zamith, F. (2012). Ferramentas de participação nos ciberjornais de Portugal. En E. García de Torres (Coord.), *Cartografía del Periodismo Participativo* (pp. 305-332). Valencia: Tirant Humanidades.