

PERIODISMO DE CALIDAD Y NUEVAS FORMAS DE PERIODISMO EN RED. HACIA UNA DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

María del Mar García Gordillo

Universidad de Sevilla

marggordillo@us.es periodismodecalidad@us.es

Concepción Pérez Curiel

Universidad de Sevilla

cperez1@us.es

Ana Rodríguez Rey

Universidad de Sevilla

anarodrey@gmail.com

Resumen

El Grupo de Investigación Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad (Dpto.Periodismo II Universidad de Sevilla) ha presentado un Proyecto de Excelencia par el diseño de una herramienta de análisis para establecer los parámetros que determinan la calidad de un texto periodístico, y se ha fijado como reto aplicarla y validarla en las nuevas formas comunicativas que están surgiendo en la red. Para ello hay que fijar los conceptos que definen estos nuevos modos de hacer (periodismo ciudadano, participativo, de proximidad, urbano, 3.0,...) que presentan características similares y que parecen confundirse con la actividad profesional. Esta comunicación es la presentación de dicho proyecto proyecto.

Palabras Clave: Periodismo de calidad, ciudadano, 3.0, de proximidad, participativo

Abstract

The Working Group of Media Research for Quality Journalism (University of Seville, department of Journalism II) has submitted a draftdesing par excellence of an analysis tool to establish the parameters that determine the queality of a newspaper article, and has set the callenge to apply and velidate new forms of communication that are emerging in the network. This requirissetting the concepts that define these new ways of doing (citizen journalism, participatory, proximity, ruban, 3.0,...) all of them presented similar and seem to blend with their proximity jobs. This communication is a presentation of the project.

Key Words: Quality journalism, citizen, 3.0, proximity, participatory

1. Punto de partida

A fecha de hoy la profesión periodística se encuentra en un momento muy complicado. Por una parte las nuevas tecnologías han permitido que cualquiera disponga de los medios necesarios para generar y difundir información a través de la red, lo que ha dado lugar a nuevas formas de comunicación que en muchos casos se están viendo confundidas con el periodismo. Por otra, los medios de comunicación tradicionales se han visto abocados a reconsiderar

sus proyectos empresariales y profesionales para adaptarlos a los nuevos modos de comunicación o las nuevas herramientas, generando modos de consumo a demanda que hasta la fecha no se habían ni soñado y propiciando un supuesto feedback con sus lectores que no siempre se aproxima a los objetivos propuestos. Por último, pero no por ello menos importante, las rutinas productivas, el recorte de medios por la crisis y otros males endémicos de la profesión (que se analizarán) han generado que nos encontremos entre las menos valoradas socialmente, lo que ha provocado una falta considerable de credibilidad, que no es sino la esencia misma de la materia prima con la que trabajamos.

Teniendo en cuenta este contexto, no está de más que nos detengamos a analizar ¿en qué punto nos encontramos?, ¿qué se entiende en la actualidad por periodismo?, ¿cuáles son los indicadores de la calidad periodística? En definitiva ¿qué determina que un texto periodístico sea bueno o no? Para esto es fundamental fijar estos criterios y validarlos en los medios de comunicación tradicionales.

Sin embargo, el desarrollo de las nuevas tecnologías, soportes y formatos nos obliga a no quedarnos en lo convencional y a mirar sobre la red y sus nuevas formas. Internet es fundamental en el mundo de hoy, ya son muchos los que se informan a través de la red (EGM/AIMC y OJD interactiva miden el consumo de los medios convencionales a través de la red) y aquí sólo se miden los tradicionales en sus ediciones digitales, si nos fijamos en *Alexa*, *Nielsen* o *Google analytics* (medidores de consumo de páginas mediante parámetros como visitantes únicos, números de visitas, tiempo de navegación o páginas vistas) comprobamos que el campo se amplía y aquí no existen fronteras. Por tanto, este nuevo soporte o medio de comunicación no sólo no puede ser ajeno a este proyecto, sino que se convierte en uno de sus ejes vertebradores.

En la red están surgiendo nuevas formas de intercambio de información a las que se les está denominando de diversos modos: periodismo ciudadano, periodismo de proximidad, periodismo 3.0, periodismo participativo, periodismo urbano..., en todas ellas el periodismo juega un papel importante sin que se cuestione si realmente lo denominado es lo que en la actualidad o hasta la fecha se ha entendido como tal y si cumple con los estándares profesionales mínimos que se exigen a los textos periodísticos.

El objetivo global de este proyecto es averiguar cuáles son los parámetros que determinan que un trabajo periodístico pueda considerarse de calidad o en qué grado lo es. Paralelamente será preciso establecer la relación entre calidad del trabajo periodístico y el perfil de la profesión: si tal calidad debe estar o no ligada a la figura del profesional. La recopilación de la bibliografía en relación a estas cuestiones y la catalogación de cuantos nuevos formatos se han desarrollado en la red formará también parte del trabajo. El objetivo global consiste en dar respuesta a las siguientes cuestiones:

- Desarrollar el protocolo del proceso de producción y redacción de las noticias para que cumplan con los parámetros del periodismo de calidad.

Tomaremos como punto de partida investigaciones ya desarrolladas, especialmente el valor Agregado en Periodismo (VAP).

- Aplicar dicho protocolo a las informaciones de los medios tradicionales y obtención de técnicas de validación aplicables a cualquier medio o soporte.
- Examinar las distintas fórmulas que bajo la denominación de periodismo se han desarrollado en Internet respecto del modelo de validación del periodismo de calidad.
- Estudiar la aplicabilidad del modelo de validación a las numerosas modalidades surgidas en Internet bajo la sombra del anonimato y con pretensiones de información equiparable a la periodística.

Este proyecto está impulsado por el Grupo de Investigación SEJ-001 del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, PAIDI, de la Junta de Andalucía, de reciente creación pero con una amplia trayectoria investigadora. El Grupo **Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad**, creado en diciembre de 2010, se ha fijado como línea de investigación prioritaria el Periodismo de Calidad y entendemos que es fundamental consolidar esta línea para avanzar no sólo en las nuevas formas periodísticas sino en los diferentes ámbitos de la especialización periodística. Por tanto, este proyecto es eminentemente teórico, porque de este modo fijamos los criterios a aplicar en futuras investigaciones y también las bases para que otros investigadores sigan esta senda.

2.- Conceptos básicos para el estudio y antecedentes.

Teniendo en cuenta que pretendemos avanzar sobre lo ya estudiado dándole un nuevo enfoque es imprescindible recopilar esos estudios y concretar ciertos conceptos. Empezamos por definir qué se ha entendido hasta la fecha por periodismo de calidad y qué herramientas se han desarrollado al respecto, proseguiremos perfilando las nuevas formas periodísticas que están surgiendo en Internet, tanto las consolidadas como las emergentes.

2.1. Periodismo de Calidad.

El periodismo juega un papel fundamental para el mantenimiento de los derechos fundamentales, de las libertades, así como de los sistemas democráticos que los amparan: el papel de informar a los ciudadanos que tienen que hacer uso de esas libertades, de esos derechos y que tienen que sostener los sistemas democráticos. La información hace que el individuo sea ciudadano, ya que el conocimiento que le aporta le hace partícipe del sistema en el que se ubica. Es por ello por lo que numerosos autores hablan de necesidades informativas de la sociedad, Mar Fontcuberta lo expresa de modo sintético como: “el conjunto de informaciones que precisa un ciudadano para desenvolverse con autonomía de juicio y libertad de acción en la sociedad en la que vive”.

El papel del periodismo como agente social es controvertido por los actores con los que convive, por la información que genera y por las implicaciones que ésta puede conllevar en la sociedad. Ha sido en épocas muy recientes, menos de

un siglo, cuando instituciones notables (ONU, Consejo de Europa) se han percatado de que la relación entre derechos fundamentales (a la información, a la libertad de expresión) y los instrumentos para hacerlos efectivos, los medios de comunicación, obligaba a establecer ciertos marcos de referencia para los periodistas y para las empresas de los medios. El reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación en el desarrollo de la vida social, en el desenvolvimiento de los sistemas democráticos es lo que perfila su función social y las responsabilidades del periodista que de ella se derivan.

Entre las reflexiones sobre la necesidad de una información de calidad en una sociedad cada vez más compleja y en plena crisis de credibilidad de las instituciones, también de la prensa, destaca el trabajo realizado conjuntamente por Bill Kovach, presidente del *Comitee of Concerned Journalists* y Tom Rosenstiel, Director del Proyecto para la mejora de la calidad del Periodismo, tras dos años de debates y estudios al más alto nivel de periodistas e intelectuales. Su conclusión fue que es preciso que el periodismo cumpla con una serie de elementos con el propósito de proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Elementos que parecen evidentes pero sufren serios solapamientos en los momentos actuales: la obligación de veracidad, de disciplina de verificación, control del poder, foro para la crítica y el debate, noticias exhaustivas y equilibradas...

El resultado del trabajo diario de los periodistas es la base de la imagen que los ciudadanos se crean sobre la sociedad en la que viven. Esta imagen que se proyecta a través de los medios de comunicación, del trabajo periodístico, no sólo influye en el devenir político o gubernamental de la sociedad. Aspectos tan cruciales como los valores imperantes o las normas de conducta para lograr una convivencia social son también transmitidos a través de los medios. Es por esto por lo que adquiere gran importancia el cuestionarse si se está desarrollando el periodismo con la calidad que sus efectos merecen, y si todos los mensajes que se difunden a través de los medios, que no son periodísticos, los ciudadanos pueden diferenciarlos como tales. En esta línea De Pablos y Mateo afirman que: "los ciudadanos en democracia necesitan periodismo de calidad, información que les permita conocer con veracidad lo que hacen sus "encargados de la cosa pública", las personas en las que han delegado el gobierno. Pero nada impide que además de publicarse información de calidad, en el escenario social fluyan también otras publicaciones. Lo único que necesitan los ciudadanos es saber dónde está la información veraz". Es una preocupación antigua, y Gans advertía de la urgente tarea de desarrollar los criterios para evaluar y juzgar las noticias.

¿Pero qué es periodismo de calidad? Ante esta cuestión la teoría es casi unánime: "las exigencias que un periodismo de calidad marca son: la veracidad, la actualidad, interés público, comprobación, contraste de fuentes, pluralismo y rigor". "El concepto de calidad periodística es relativo y transversal (...) Sus parámetros se vertebran en torno a tres ejes: el respeto a un código deontológico, la búsqueda de una identidad propia y la coherencia de sus contenidos".

La definición de la calidad periodística, basada en principios deontológicos: veracidad, contraste, coherencia y equidad tropieza con condicionamientos económicos, ideológicos y laborales–profesionales. Así, con frecuencia se designan como periodísticos productos que sólo cumplen algunas condiciones de lo noticiable: ser algo novedoso, llamativo, pero omiten requisitos como veracidad, interés público, contraste, contexto. Cabe plantearse pues cómo reconocer al periodismo de calidad , cuales deben ser sus atributos, no en la teoría, sino en los parámetros aplicables al periodismo real, al que llega a la audiencia.

Consideramos que el método VAP (Valor Agregado Periodístico), desarrollado en la Pontificia Universidad Católica de Chile y de Argentina es un verdadero hallazgo para evaluar de un modo objetivo la calidad del trabajo periodístico y así se ha puesto de manifiesto en múltiples investigaciones. Esta metodología evalúa los textos periodísticos, centrándose en dos etapas: el proceso de selección de la noticia (*gatekeeping*) y el proceso de creación de la misma (*newsmaking*), basándose en la aplicación de fichas de análisis al trabajo periodístico en la fase de selección del acontecimiento y posteriormente en su proceso y jerarquización.

Rastreando los indicadores de las dos etapas de concepción del texto periodístico se descubren cuáles son las variables en las que radica su calidad. En el caso del proceso de selección se analizan indicadores de tres niveles: a) selectividad de la noticia ,b) de acceso y c) de equidad. El segundo momento que contempla esta metodología es el proceso de creación. Por él se entiende el proceso de generar/crear información del hecho noticioso, estudiando tres tipos de indicadores: de estilo, de contenido y de énfasis.

A través del análisis de la calidad periodística no sólo se puede determinar qué textos pueden considerarse de calidad y cuáles no. También se pueden diagnosticar los males de la calidad periodística en la actualidad, partiendo de los propios textos y con la opción de modificar y mejorar las rutinas periodísticas, y con ello la formación de la conciencia crítica de la sociedad.

2.2. Periodismo Ciudadano

Existen hasta la fecha varias definiciones de periodismo ciudadano o varias formas de entenderlo que se apuntan a continuación:

En general se entiende por tal la participación activa de la ciudadanía en el proceso de elaboración y publicación de la información en la red, ya sea a través de las herramientas de participación que han incorporado los medios de comunicación tradicionales, ya sea a través de medios alternativos.

“El periodismo ciudadano es aquel 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 los públicos deliberantes y promover la participación ciudadana” (Meso, 2005,9). Para Armentia el “Periodismo Ciudadano es aquel en el que el lector deja de ser un sujeto pasivo que se

conforma con recibir las noticias que los medios convencionales han seleccionado, jerarquizado y elaborado para él y pasa a convertirse en mayor o menor medida en co-protagonista activo del proceso informativo” (Armentia, 2009, 19).

Sin embargo, aún existen otras aproximaciones: “es la labor que como testigo, cronista, analista o comentarista ejerce de forma no remunerada un ciudadano no titulado en Ciencias de la Comunicación o alguien que, al menos no es asalariado ni colaborador fijo y remunerado en un medio (Sampedro, 2009, 31) o “es el empleo de la innovaciones en la industria de la electrónica y de la telecomunicación, más de una masa crítica suficiente de usuarios que, en pocos años se ha constituido como colectivo supranacional (López, 2009, 53) ó “el periodismo que desarrollan nuestros lectores y lectoras de *motu proprio*, empleando ordenadores y teléfonos móviles.” (2009, 54).

Sobre quién lo ejerce se ha dicho que el periodista ciudadano es una persona que desea informar a la comunidad a la que pertenece para lo cual emplea cualquiera de las múltiples estrategias que Internet pone a su disposición: escribir un blog, difundir informaciones a través de las listas de correo, desarrollar medios sociales hiperlocales, difundir comentarios a través de redes sociales como *Facebook*, *Myspace*, *Twitter*, etc. La participación ciudadana en la prensa es bautizada como periodismo ciudadano cuando los lectores son capaces de hacer llegar sus propias opiniones, historia, narraciones de acontecimientos o material gráfico de interés general a un público potencialmente amplio, como es el de la red, sin necesidad de que exista un intermediario que le permite difundirlas.

Periodismo ciudadano es, por tanto, información que suministran los ciudadanos al mundo del periodismo. Es fuente. Es contribución.

2.3. Periodismo 3.0.

Para explicar qué es el periodismo 3.0 antes habrá que dejar claro que este término es una evolución del periodismo 2.0 y éste, a su vez, del periodismo “a secas” o 1.0. En primer lugar hay que decir que periodismo 3.0 es un término que acuña Juan Varela para definir el último estadio en la evolución del periodismo *online* o periodismo en Internet (el último estadio al menos en el momento de escribir sobre este asunto, entre 2004 y 2005).

Germán Agneli recoge de Stephen Coleman: “El principal error que subyace de muchos análisis [...] es considerar que Internet es una plataforma para transmitir mensajes unidireccionales. Este supuesto no reconoce qué es nuevo en el nuevo medio: que los cibernautas no son usuarios inertes a los que dirigirse, sino que están constantemente produciendo, recibiendo y reeditando contenidos digitales. Internet no es como la televisión”. De esta forma, los usuarios son primero el receptor de informaciones publicadas en la edición de papel y luego pasadas a la web (1.0). Después las informaciones pasarán a ser producidas para los medios *online* específicamente y comentadas y producidas también por los usuarios (periodismo 2.0) para, en último término, ser producidas por los usuarios sin medios de comunicación: el periodismo 3.0.

El mayor ejemplo de esta tendencia es la que se dio, según señala Varela, tras los atentados terroristas de Madrid el 11 de marzo de 2004: los ciudadanos crearon un discurso informativo paralelo al oficial que se difundió por blogs y mensajes de texto. No hubo mediación. Los medios de comunicación tradicionales quedan al margen de este fenómeno comunicativo que podría tener el apellido de periodístico.

Así, y a modo de conclusión, se podría decir que si el periodismo 1.0 y 2.0 pivotaban sobre los medios de comunicación tradicionales y sus ediciones *online* –con mayor o menor participación de los usuarios-, lo que se conoce como periodismo 3.0 no necesita de empresas informativas y se sirve de la red y sus herramientas gratuitas y libres para distribuir sus contenidos: blogs, redes sociales o webs de información independientes.

2.4. Periodismo de Proximidad.

En cuanto al 'Periodismo de Proximidad' se ha detectado que existe mucha confusión con este concepto, ya que la mayoría de los autores lo utilizan para el concepto de periodismo local o prensa gratuita, y algunos para el concepto de "ciberperiodismo" o nuevas formas de generar y consumir productos informativos de forma cercana y accesible para el usuario a través de internet y redes sociales.

Por tanto, a continuación destacaremos a los autores que han tratado con mayor profundidad esta categoría y que han realizado un análisis de la información que puede ser consumida en Internet sin desvincularla de los rasgos naturales de lo que, en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación entendemos por periodismo, analizando las circunstancias y características en las que se produce, transmite y consume el producto informativo, y que en la mayoría de los casos no corresponde al concepto teórico.

Estos productos, sin duda, responden a la demanda de los usuarios por unos contenidos determinados a través del canal de comunicación más rápido, omnipresente (en la sociedad occidental), accesible y por tanto 'próximo' que haya existido en la historia, y que ha transformado los formatos, los roles de los profesionales, los contenidos y, por supuesto el lenguaje.

Estas reflexiones son las que podemos encontrar en los trabajos de Xosé López García del que se destaca el título '*Desafíos de la Comunicación Local, Guía para la Práctica de la información en los ámbitos de la Proximidad*' y '*La prensa ante el reto en línea. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital*', trabajo realizado junto a Xosé Pereira.

Junto a ellos el profesor Miguel Tuñez López en '*Jóvenes y Prensa en Papel en la Era de Internet*' y en '*Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas*', junto a Yolanda Martínez y Paloma Abejón y, Guillermina Franco Álvarez que analiza los nuevos portales periodísticos españoles resaltando de estos lo que denomina servicios de valor añadido que acercan al medio y al consumidor de los contenidos del mismo.

2.5. Periodismo Colaborativo.

Dentro de las nuevas denominaciones que el periodismo en la Red ha adquirido, encontramos la compleja nomenclatura de Periodismo Colaborativo. Según explica el profesor Jesús Miguel Flores Vivar, el Periodismo Colaborativo es aquel en el que la información nace y es producida directamente por el usuario de las páginas webs o de las redes sociales, sin ningún otro tipo de intermediario, dándole de este modo mucho más valor a la interacción mediante comentarios y respuestas por parte del resto de usuarios que a la información en sí misma.

Basándonos en esta afirmación del profesor Flores Vivar, podemos indicar que el Periodismo Colaborativo tiene algunas características que lo convierten en uno de los modos de elaborar este pseudo-periodismo en la Red como la ausencia de jerarquización en la creación y en el desarrollo de los productos informativos; la democratización de esta producción, aprovechando además los servicios y ventajas de las redes sociales; y, por último, la disminución del poder fáctico que la empresa periodística como tal ejerce en este tipo de informaciones.

De esta forma, los defensores del llamado Periodismo Colaborativo señalan algunos aspectos como fundamentales para el desarrollo de este, como que favorece la participación de un variado y numeroso grupo de internautas, que posibilita la creación de medios de comunicación más libres, que estimula el crecimiento del número de informadores y que favorece la interrelación de fuentes y de informadores de manera horizontal y no vertical ni jerárquica como los medios tradicionales.

Sin embargo, para Losada Díaz, la ventaja más importante que aporta el Periodismo Colaborativo es la creación de una audiencia multitudinaria, multidisciplinar y repartida en el espacio y en el tiempo, lo que favorece la creación del mensaje, la emisión y sus potenciales posibilidades.

2.6. Periodismo Participativo.

El desarrollo de Internet en los últimos años ha proporcionado por primera vez a los ciudadanos la capacidad para generar y difundir públicamente contenidos informativos y de opinión al margen de los medios de comunicación tradicionales y de los profesionales que en ellos trabajan. A este nuevo papel que desempeña el público como productor de mensajes en diversos formatos digitales se le ha denominado 'periodismo participativo' o '*participatory journalism*', también conocido como 'periodismo de las bases' o '*grassroots journalism*' (Dan Gillmor, 2004).

El periodismo participativo se define como todo aquel "acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos, que desempeña un rol activo en los procesos de recopilación, cobertura, análisis y difusión de noticias o información" y la finalidad de esta participación es la de "proporcionar la información

independiente, fiable, precisa, plural y relevante que requiere toda sociedad democrática” (Bowman y Willis, 2003, 6).

J.D. Lasica (2003) distingue entre seis formas de periodismo participativo en función del grado de participación de la audiencia:

- La aportación de material a los medios (*posts* a *blogs* personales, comentarios en foros y chats de discusión de ediciones digitales, fotografías y vídeos tomados con teléfonos móviles o noticias enviadas por los lectores)
- Noticias independientes e información suministrada a través *webs* o *blogs* individuales
- Medios digitales que en un alto porcentaje se surten de noticias enviadas por ciudadanos aunque existe una supervisión y control periodístico de los contenidos (por ejemplo, el diario surcoreano *OhmyNews*)
- Medios que son mantenidos y actualizados por una comunidad (wikipedia)
- *Newsletters* y envíos de noticias a listas de correo
- Sitios donde se alojan vídeos y audios personales

Los medios participativos han dejado de considerarse como una alternativa o una amenaza a los medios profesionales. Ambos han pasado a concebirse más como dos formas de producción de noticias que se interrelacionan y complementan mutuamente (Paulussen y Ugille, 2008).

2.7. Periodismo Urbano

El periodismo urbano tiene como objetivo promover un cambio en la concepción tradicional que los medios de comunicación poseen sobre la ciudad, estableciendo un diálogo público que cuente con la participación activa de la ciudadanía para mostrar aquellos temas que no suelen tener cabida, o no son tratados en profundidad, en los medios de información tradicionales.

El trabajo periodístico sobre la ciudad es el llamado periodismo urbano o periodismo sobre lo local, el cual muestra acciones, valores, acontecimientos y, en general, iniciativas socialmente claves en la vida local.

Existe poca bibliografía sobre periodismo urbano fuera del ámbito científico latinoamericano. En la Universidad Pontificia Bolivariana comenzó a consolidarse, a partir de la década de los noventa del siglo pasado, el proyecto de especialización en periodismo urbano, con trabajos de periodismo cívico como ‘Voz y voto’, en Bogotá, y ‘Voces ciudadanas’, en Medellín. Este último, por ejemplo, surgió a finales de 1997, y se caracterizó por permitir la introducción de nuevos actores en las deliberaciones públicas; la entrada en escena de las voces de ciudadanos comunes en los procesos que tienen que ver con la toma de decisiones sobre problemas de la vida ciudadana. Además, desde este proyecto se analizaban nuevas formas de plantearse la rutina periodística al servicio de la comunidad.

La especialización en Periodismo Urbano surgió también gracias al respaldo de la Oficina Regional de Comunicación de la UNESCO para América Latina para estudiar, en líneas generales, los discursos, prácticas e identidades urbanas desde el punto de vista periodístico o comunicativo. En este sentido, se trata de capacitar al periodista para mejorar la calidad de los mensajes informativos

sobre los asuntos urbanos; de formar al profesional de la comunicación en la cobertura y análisis de las realidades urbanas

Los rasgos que identifican a esta rama periodística son, por ejemplo, la observación como herramienta básica o la entrevista en profundidad, entre otras prácticas periodísticas.

Fuera del ámbito de la investigación, existen ejemplos en Latinoamérica de lo que significa el periodismo urbano. Así, en marzo de 2010, surgió la revista *DIEZ4* (<http://diez4.com/>), definida como “de Periodismo urbano”, y editada por periodistas y artistas de la ciudad mexicana de Tijuana que tratan de publicar una información “menos formal y acartonada, como suele ser en casi todos los medios, y presentarla con un lenguaje desenfadado y hasta entretenido, ero no por ello es menos periodismo que lo demás”.

3.- Objetivos del proyecto

El objetivo global de este proyecto de investigación es el estudio de la calidad periodística (un concepto asumido por muchos pero no definido con claridad) mediante el análisis de la literatura existente para el diseño de una herramienta que permita medir este parámetro en cualquier soporte o texto periodístico. Planteamos centrarnos en varios aspectos fundamentales: la fijación del concepto de calidad, la concreción de nuevos formatos informativos calificados de periodísticos y la validación de estos formatos mediante la herramienta definida. Con ello pretendemos abordar problemas relevantes tales como el estado actual de la profesión a través de sus textos, la confusión que generan los formatos virtuales asimilados teminológicamente al periodismo, la falta de credibilidad de los agentes que configuran el imaginario social, etc.

Los objetivos concretos para cada uno de los escenarios que proponemos son los siguientes:

3.1. Definición y fijación de los nuevos formatos aparecidos en Internet y que se han definido como periodísticos.

La velocidad a la que se mueve la sociedad actualmente hace difícil radiografiar un momento de la misma, pararla y analizar sus componentes. En internet esto es una realidad que se ha visto acrecentada por el acceso masivo a la red, la fruición con la que las redes sociales alteran el panorama social, las especificidades de las mismas, las nuevas aplicaciones, los nuevos formatos,... Fijar un instante resulta imposible para su análisis. Permanentemente surgen nuevas formas de informar y de ser informado y resulta imposible su estudio mediato y pausado. No obstante un esfuerzo de estas características es imprescindible para entender ante qué nos encontramos y poder procesar dicha información.

Estudiaremos pues estos nuevos formatos denominados *a priori* "periodísticos", para definirlos y establecer los parámetros periodísticos que cumplen y los que no. Y así identificar si la información que transmiten es sólo información o es calificable de periodística.

Por tanto será nuestro objetivo fijar los conceptos de periodismo ciudadano, de proximidad, colaborativo, 3.0, urbano,... y todos aquellos que vayan surgiendo a lo largo del desarrollo de este proyecto de excelencia.

3.2. El diseño de una herramienta que permita cuantificar la calidad de los textos periodísticos.

Este segundo objetivo del proyecto pretende alcanzarse mediante el estudio de varios aspectos. Nos parece fundamental explorar toda la bibliografía existente sobre el Periodismo de Calidad , y muy específicamente la relativa al Valor Agregado Periodístico (VAP). El procesamiento de esta información nos va a permitir comprender con sentido crítico qué se entiende por calidad frente a la información que actualmente se hace.

En segundo lugar, procesar estos datos nos va a permitir desarrollar una herramienta que aplicada a los textos periodísticos cuantifique la calidad de los mismos. Los parámetros desarrollados a través del VAP se van a ver completados con los ya conocidos del análisis de contenido, de manera que la herramienta de validación que obtengamos sea la más precisa posible

3.3. Aplicación de la herramienta definida a estos nuevos formatos para establecer su calidad informativa.

Una vez definida la nueva herramienta de validación y fijados los nuevos formatos informativos se aplicará la misma de manera que puedan establecerse los parámetros cumplidos por los nuevos formatos.

Para ello es preciso que previamente se establezca una muestra de análisis de sitios que encajen dentro de cada una de las definiciones fijadas con anterioridad. Para esta selección se utilizarán las herramientas que se explicaron en el primer apartado de este proyecto que cuantifican tanto las visitas, como el número de usuarios, además del tiempo de estancia. Así se podrá seleccionar los sitios más visitados y utilizados por los usuarios dentro de cada categoría.

El resultado de la aplicación de dicha herramienta se procesará con los programas informáticos existentes para tal fin y que están sobradamente validados en el campo de las ciencias sociales como es el SPSS que permite obtener resultados cuantitativos, valorables cualitativamente a través de las inferencias definidas en la metodología dentro del análisis de contenido.

3.4. Diseño de unos parámetros básicos que permitan mejorar la calidad de estas nuevas publicaciones.

En este apartado y una vez obtenidos los resultados y procesados los mismos, tendremos los datos que nos permitan diseñar un protocolo de buenas prácticas periodísticas que nos permita apuntar al más alto grado de calidad no sólo de los textos ajustados a los nuevos formatos sino a los medios de comunicación tradicionales.

Es nuestro objetivo, dar la mayor difusión posible a esta herramienta presentándola como valioso instrumento docente a todas las facultades, como código deontológico a los profesionales, tanto a través de las Asociaciones de la Prensa como a las empresas periodísticas y a los propios profesionales, para que se convierta en material de trabajo de la profesión en general

Bibliografía:

ALMIRÓN, N. (2007): "Pluralismo en Internet. El caso de los diarios digitales españoles de información general sin referente impreso", en *Ámbitos* num. 15, págs. 9-31.

ALONSO RUIZ, J.; MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L.: "Enjuiciar internet. Oportunidades y perjuicios de las TIC en el periodismo", en *III Congreso Online Observatorio de la Cibersociedad*, disponible en www.cibersociedad.net

ARMENTIA, I. (2009) "Evolución del periodismo participativo en Internet" en PÉREZ, P., RIVAS, P.; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 19-29.

ARRIAGADA, E (1999): "*Buen periodismo y negocio: la ruta de la calidad*", en *La lucha por la calidad, Cuadernos de Información*, Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.

BOCZKOWSKI, Pablo J. (2006). *Digitalizar las noticias*. Buenos Aires, Manantial

BRIGGS, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital*. Austin, Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas

CABRERA GONZÁLEZ, M.J., LÓPEZ SIERRAS, J (2009). "Relaciones entre Youtube y los medios en un nuevo escenario de participación ciudadana" en PÉREZ, P., P.; GELADO, R. (COORD). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca, p. 117-123.

CANTALAPIEDRA, M.J; RIVERO, D.; MARTINS DE FREITAS, A.; ITURREGUI, L. (2009): "Jóvenes estudiantes y Periodismo ciudadano: principios subyacentes" en PÉREZ, P.; GELADO, R. (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, p. 85-91.

CASERO, A (2009). "Hacia la opinión pública 2.0. El impacto del periodismo ciudadano sobre la esfera pública" en MEDINA, J.; ROM, J.; CANOSA, F (eds). *La metamorfosis del espacio mediático*. Barcelona: Trípodos.

CASSIDY, W.P.: "Online news credibility. An examination of the perceptions of newspaper journalists", en *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 12

CEBRIÁN HERREROS, M. y FLORES VIVAR, J. (eds.) (2007): *Blogs y periodismo en la red*, Fragua, Madrid.

CEBRIÁN HERREROS, M. y FLORES VIVAR, J. (eds.) (2010). *Desarrollos del periodismo en internet*. Zamora, Comunicación Social

COLOMBO, F. (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo*, Anagrama, Barcelona.

DADER, J. L. (1992): *El periodista en el espacio público*, Bosch Comunicación, Barcelona.

DE PABLOS COELLO, J. M.; MATEO MARTÍN, C. (2004): "Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV.

Patologías y tabla de `medición´para recuperar la calidad en la prensa”, *Ámbitos* nº11-12, págs. 341-365.

DEMING, W. E. (1989): *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*, Madrid: Díaz de Santos.

DÍAZ NOCI, J. Y SALAVERRÍA, R.(2000): *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel Comunicación, Barcelona.

DÍAZ NOCI, J. Y MESO AYERDI, K. (1999): *Periodismo en Internet. Modelos de prensa digital*, Universidad del País Vasco Bilbao.

DOMÍNGUEZ QUINTAS, S (2009). “El Periodismo ciudadano y el valor de la participación” en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 163-170.

ECHEVERRÍA, J. (2000): “La sociedad informacional. El impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones sobre la realidad”, en *Trípodos*, nº extra, págs. 13-24.

EQUIPO VAP-UC (2001): “VAP: un sistema métrico de la calidad periodística” en *Cuadernos de Información*, nº 14, Santiago.

EQUIPO VAP-UC (2003-2004) “Instrumento para evaluar la calidad periodística: El VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica” en *Cuadernos de Información*, nº 16-17, Santiago.

FRANCO ALVAREZ, G. (2005): *Los Portales Periodísticos españoles. El valor añadido de la información de Proximidad*. En *TELOS*, nº 63. Abril-Junio.

FLORES VIVAR, J. (ed.) (2008): *Blogalaxia y periodismo en la red. Estudios análisis y reflexiones*, Fragua, Madrid.

FLORES VIVAR, J. (2008) "Los blogs en la reinención del periodismo y los medios" en *Diálogos para la Comunicación*, Madrid.

FONTCUBERTA, Mar (1999): “Pauta y calidad informativa” en *Cuadernos de Información*, nº13, págs. 61-69.

FONTCUBERTA, Mar (1993) *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona.

FRASCAROLI, M. (2008): “Los nuevos formatos periodísticos de los blogs o hacia una redefinición de cómo se conocía a los weblogs primariamente?. Los blogs periodísticos, sus características y relación al espacio mediático” en *Razón y Palabra* Nº 62, mayo – junio, México. Revista científico-académica. (http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/196/hologramatica4_pp69_86.pdf)

FULLER, J. (1996): *Valores periodísticos. Ideas para la era de la información*, Miami: Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

GANS, H (1980): *Deciding what´s news. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Random House, New York.

GANS, H “News media, news policy and democracy: research for the future”. *Journal of Communication*, 33

GANT, Scout (2007). *We´re All Journalist Now. The Transformation of the Press and Reshaping of the Law in the Internet Age*. Nueva York, Free Press

GARCÍA AVILÉS, J.A. (1996): *Periodismo de calidad. Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*, EUNSA, Pamplona.

GARCÍA DE MADARIAGA, J. M.: “Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes”. *Zer*, Núm. 21, págs. 203-217

GARCÍA DE TORRES, E et al (2009). “La agenda de los usuarios: un análisis de la participación en la página principal y la sección local de elpais.com y 20 minutos” en *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p.287-299.

GILLMOR, Dan (2004). *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, O'Reilly Media

GILLMOR, Dan (2010). *Mediactive*. San Francisco, Creative Commons

GLASER, Mark (2006). "Your Guide to Citizen Journalism". *Public Broadcasting Service* (<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html#>)

GONZÁLEZ REIGOSA, Carlos (1997): *El periodista en su circunstancia*, Alianza, Madrid.
http://www.perio.unlp.edu.ar/question/nivel2/articulos/ensayos/sanmartin_1_ensayos_11invierno2006.htm

HOYO, M del ; OLMO BARBERO, J. del (2009). "Prensa gratuita, canal de participación ciudadana" en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 317-323.

KOVACH, BILL, ROSENSTIEL, T. (2003): *Los elementos del periodismo*, Ed. El País.

MARÍN MURILLO, F. (2009). "Periodismo ciudadano: dudas e interrogantes" en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 349-355.

MESO, K. (2005). "Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística" en *Chasqui* (90).

MEYER, Philip: *Ethical journalism*, Longman, New York, 1987.

LARA, Tíscar (2004). "Weblogs y Periodismo Participativo". *Tíscar.com*, Madrid.

LASICA, J. D (2003). "What is Participatory Journalism". *Online Journalism Review* (<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>)

LÓPEZ, M. (2009): "El periodista digital ante la intromisión de los ciudadanos" en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p.45-59.

LÓPEZ GARCÍA, X. (2004): *Desafíos de la Comunicación Local, Guía para la Práctica de la información en los ámbitos de la Proximidad*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla.

LÓPEZ GARCÍA, X; Pereira, X. (2007): *La prensa ante el reto en línea. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital*. Fundación Alternativas. Sevilla.

LÓPEZ GARCÍA, X; Pereira, X. (2009). "Nuevos informadores para un periodismo más dialogante", en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 63-68.

LOSADA DÍAZ, J.C. (coord.) (2005): "Gestión de la Comunicación en las organizaciones" en *Sphera Pública*, número 5; Universidad Católica San Antonio; Murcia.

MICÓ, Josep Lluís; CANAVILHAS, Joao; MASIP, Pere; RUIZ, Carles (2008): "La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet", en *Estudios em Comunicaçao*, nº 4, pág. 15-39.

MIRALLES, Ana María (2001): *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Norma, Buenos Aires.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: "Comunicación para el desarrollo urbano", Panamá, Página web UNESCO.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2002) "Voces Ciudadanas: Hacia la formación de opinión pública desde el periodismo", Colombia, Universitas Científica, *Revista De Divulgación Científica Y Académica Del Cidi*, vol:I págs: 36 – 41.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2000) "Participación ciudadana desde el periodismo", Colombia, Herramientas Para El Control de La Corrupción.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS, MARTA LIGIA GOMEZ VELEZ (2002), Tesis de grado de la Especialización en Periodismo Urbano *¿Cuál es la imagen del ciudadano del común en el periodismo tradicional y en el periodismo público?* Universidad Pontificia Bolivariana - Sede Medellín Especialización en Periodismo Urbano.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2003) "Comunicación y convivencia: Una apuesta institucional", Colombia, *Revista Comunicación Upb*, vol:23 págs: 64 – 72.

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2002) "Ciudadanos a Retomar el control", Colombia, *Revista Semana*. Edición Especial, 2002

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2006) "Siete retos para los medios locales", Colombia, *Revista Comunicación Upb*, vol:56 fasc: 25 págs: 39 - 50 .

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2004): "La hora de la comunicación pública", Colombia, *Revista Foro*. Separata Especial, 2004 vol:38 fasc: 38 págs: 98 - 108

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2003) *Comunicación para el Desarrollo Urbano*, Costa Rica, Ed. Master Litho S.A. .

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2004) *Sondeo de factibilidad para la especialización en Periodismo Urbano*, Colombia, 2004, Restricta, Establecer el interés en la especialización en periodismo urbano.

ORIHUELA, José Luis (2004). "Periodismo participativo". *Ecuaderno.com* (<http://www.ecuaderno.com/2004/10/21/periodismo-participativo/>)

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2006) *La revolución de los blogs*. Madrid, La Esfera de los Libros

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2005) "Los medios de la gente" en *Razón y Palabra*, n°. 46, agosto-septiembre (<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/jlori.html>)

ANA MARIA MIRALLES CASTELLANOS: (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid. La esfera de los libros.

PAULUSSEN, Steve y UGILLE, Pieter (2008). "User generated content in the newsroom. Professional and organisational constraints in participatory journalism". *Westminster papers in communication and culture*, Vol. 5, Núm.2, págs. 24-41.

PELLEGRINI, Silvia (1999): Parámetros del Valor Agregado. Presentación en el Seminario anual de la Asociación Nacional de la Prensa. Marbella.

PELLEGRINI, Silvia (2005) En busca de la excelencia periodística: El método VAP. VII Jornada de la Prensa de la ANP. Santiago.

PELLEGRINI, Silvia (2008): VAP: Method as a relevant tool for quality information as required by MDG Goals. 17ª AMIC International Congress on Media Education and Development. Manila.

PELLEGRINI, Silvia (2006) Pellegrini y Mújica: "Valor Agregado Periodístico: La calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo" en *Revista Palabra-Clave*, n° 9. Universidad de la Sabana. Bogotá.

PELLEGRINI, Silvia (2008), Pellegrini, Alessandri, Edwards y Saavedra: "Informe de estudio comparativo de tres noticiarios nacionales, a través del método VAP, encargado por el Consejo de la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago.

PELLEGRINI, Silvia (2009) Pellegrini, Porath, Mújica y Grasau: "Informe de estudio comparativo de tres noticiarios nacionales, a través del método VAP, encargado por el Consejo de la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago.

PELLEGRINI, Silvia (2009) Pellegrini, Puente, Godoy, Fernández, Martínez, Soto y Grassau: *Ventajas y espejos: televisión local en red*. Editorial El Mercurio-Aguilar. Santiago

POU AMERIGO, M.J. (2009): "Periodismo de opinión y comunidades virtuales: los blogs como espacios de interactividad entre periodistas y lectores" en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 349-355.

ROMÁN PUERTAS, M., GARCÍA GONZÁLEZ, A. (2009). "Principios del periodismo ciudadano" en PÉREZ, P., RIVAS,P; GELADO, R (coord.). *Estudios de Periodística XIV*. Salamanca; Universidad Pontificia de Salamanca, p. 147-151.

ROZAS, Eliana (1997): "La selección noticiosa, entre la importancia y el interés" en *Cuadernos de Información* nº12.

SÁEZ VACAS, F. (2005) "El poder tecnológico de los infoc Ciudadanos. Diarios y conversaciones en la Red Universal Digital" en *Telos*.

SALAVERRÍA, R. (2005): *Cibermedio. El impacto de Internet en los medios de comunicación de España*, Editorial Comunicación Social, Sevilla.

SALVAT, G; PANIAGUA, P (2007). "Es esto periodismo ciudadano?" en *Estudios sobre el mensaje periodismo*, nº 13, pp. 227-246.

SAN MARTÍN, Raquel: "La dimensión política del periodismo: una garantía para la democracia", en *Revista Question, edición digital*: http://www.perio.unlp.edu.ar/question/nivel2/articulos/ensayos/sanmartin_1_ensayos_11invierno2006.htm

TORRICO VILLANUEVA, Erick: "Medios e informadores en la conflictividad democrática", en *Sala de Prensa* nº58, año V, vol.2.

TUCHMAN, Gay (1983): *La producción de la noticia*, Ediciones G. Gili, Barcelona.

TUÑEZ LOPEZ, M (2010):. "Jóvenes y Prensa en Papel en la Era de Internet". Estudio de los hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas". En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16. . pp79-94

TUÑEZ LÓPEZ, M.; Martínez Solana, Y; Abejón Mendoza, P. (2009): 'Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas'. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, pp. 503-524.

VARELA, J.: (2005): "El asalto de los medios sociales" en *Cuadernos de Periodistas*, nº 2, Madrid: Asociación de la prensa de Madrid, pp. 20-34.

VVAA (1998): *Examining and credibility, why newspaper credibility has been dropping*, A report for the American Society of Newspaper Editors, Urban & Associates, Inc.

WILLIS, Chris y BOWMAN, Shayne (2003). *We media. How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center-American Press Institute (<http://www.hypergene.net/wemedia>).

WITT, Leonard; SEOANE, Francisco (2005): "Periodismo del futuro", en *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación* nº091, págs. 28-35.

ZAFRA, J. (2006). "Blogs: ¿Periodismo? Participativo" en CEREZO, J.M. (dir). *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: France Telecom España, pp. 106-117.