



Cortesía de sofitres. La redacción en sus inicios.

Colaboración ciudadana:

Los no periodistas en medios digitales

Paco Olivares

Español, doctor en Periodismo. Director del Máster en Comunicación y Periodismo Digital del IUP.
pacolivares@gmail.com

Vivimos momentos de cambio en la Red, nada raro, puesto que la Internet es desde sus orígenes una evolución continua. Ahora, estos cambios están afectando de manera muy profunda a la estructura de funcionamiento de la Red, a la forma en que las personas, las empresas y los medios se relacionan entre sí usando Internet.

Los medios digitales y aun los tradicionales no tienen claro cuál es el papel de los lectores al momento de generar información: son colaboradores, fuentes periodísticas, ciudadanos...

La explosión de la burbuja tecnológica en el año 2001, la tarifa plana, la banda ancha, la Web 2.0 y la difusión de aplicaciones en línea para crear sitios en Internet son algunos de los factores que han alterado el escaso equilibrio en que se mantenía la *Word Wide Web* desde sus comienzos en los años noventa del siglo pasado, y todo repercute en la forma de hacer periodismo.

La crisis del periodismo y la desaparición de la prensa en papel

Desde la publicación de los primeros diarios digitales, allá por la segunda mitad de la década de los noventa, se empezó a hablar del fin del periódico en papel. A pesar de que los primeros ciberperiódicos no eran más que transcripciones informáticas de las ediciones en papel, los investigadores de la periodística ya hablaban de la inminente desaparición de la prensa en papel y su sustitución por el nuevo medio digital. Por ejemplo, en 1995 Nicholas Negroponte, director del Laboratorio de Medios de Comunicación del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), en su obra *El mundo digital*, vaticinaba la muerte de los periódicos tal y como los conocemos hoy. Negroponte hablaba del fin de un proceso totalmente digital, pero que culminaba cuando "la tinta se depositaba sobre árboles muertos".

Sin embargo, nadie en aquellos años se habría atrevido a insinuar el fin de los recién nacidos periodistas digitales y su sustitución por lectores, reconvertidos en redactores, como ya se empieza a escuchar en nuestros días. El ocaso del periódico se ha convertido en la extinción de los periodistas.

Periodistas, lectores y colaboradores de la prensa digital no se ponen de acuerdo sobre si los lectores tienen una función en los medios informativos más allá de las "cartas al director", de toda la vida. Para algunos, los usuarios reclaman un papel protagonista en el mundo de

la información; para otros, los ciudadanos desconocen las normas deontológicas básicas que implican la praxis del periodismo. En medio, se encuentran un buen número de periodistas y estudiosos de la Comunicación que reconocen que hay un lugar para los lectores en el campo de la información local y en ciertos temas muy específicos (ciencia, tecnología, algunos deportes, etc.).

Nos acercamos a la celebración del 15 aniversario de presencia de periódicos digitales en Internet y no podemos decir que las versiones digitales hayan evolucionado tanto como se esperaba. El profesor de la Universidad de Columbia, John Pavlik, proponía en 1997, en su obra *Future of Online Journalism*, tres etapas en la evolución de los medios digitales que, en pocas palabras, podrían resumirse como:

1. Volcado directo del periódico de papel al medio digital.
2. Volcado con algunas noticias propias y modificaciones sobre las que publica el papel.
3. Un medio independiente con noticias exclusivas, que no es la versión de otro formato.

Si bien se puede constatar que algunos medios han cubierto estas etapas y otros se han creado desde cero en cada una de ellas, no podemos afirmar todavía que el periodismo electrónico haya encontrado un lenguaje propio, una forma de expresión, que saque partido a las ventajas del medio, tal y como lo consiguieron la radio y la televisión, en su momento.

El periodismo electrónico se ha enredado en cuestiones empresariales y técnicas, que poco o nada han contribuido al desarrollo de un lenguaje periodístico de la era digital o a la elaboración de nuevos formatos que aprovechen la riqueza del nuevo canal.

Mientras los editores analógicos y digitales no se ponían de acuerdo en si una noticia exclusiva se debe reservar y sólo tras su publicación en papel se puede publicar en digital o en si los medios digitales quitan o aportan lectores a los de papel, los usuarios de la Internet seguían su camino ,y gracias a las posibilidades del medio, empezaban a contar cosas en la Red.

Las incipientes páginas personales de finales del siglo pasado se han convertido, por obra de los gestores de contenidos en línea, en medios informativos unipersonales, cuya mayor o menor aceptación dependen de la calidad y credibilidad de sus autores, llegando en algunos casos a rivalizar en visitantes con las versiones digitales de medios locales y regionales, con decenas de años de vida.

Poner en funcionamiento una bitácora, o hasta un portal completo, está al alcance de cualquiera que tenga una conexión a Internet y algo que contar.

La explosión de la burbuja tecnológica

El siglo XXI no comenzó bien para Internet. Todo el esfuerzo para captar inversores de nuevos modelos de negocio, el crecimiento de la publicidad o el fomento de la Red entre los ciudadanos de a pie se vio ralentizado por una desaceleración del sector que puso en crisis todo el orden establecido.



La crisis del sector, junto a la comercialización de tarifas planas de banda ancha en ADSL, propició la desaparición de la mayoría de portales y la reconversión de los demás. Al bajar la oferta publicitaria ya no tenía sentido servir tantas páginas y no hacía falta publicar tanta información. En cuanto a los usuarios, el modelo de pago mensual por el uso de ADSL dejaba fuera del negocio a los portales/proveedores

que cobraban un porcentaje por los minutos de conexión telefónica que consumía cada usuario dentro del sitio. El mercado del acceso quedaba reducido a finales del año 2001 a las operadoras telefónicas que ofrecían ADSL y a algunos operadores de cable.

La relación de esta crisis con el tema que nos ocupa es que se produjo, por una parte un déficit de la información ofrecida por los portales, junto a un aumento de la demanda de contenidos por parte de los usuarios que, gracias a la tarifa plana de banda ancha, podían estar conectados a Internet sin límite de tiempo, incluso permanentemente.

La Internet aumenta el número de usuarios y su característica de interacción es muy atrayente para quienes desean colaborar con los medios digitales.

La Web 2.0 y las aplicaciones en línea

La salida del mercado de la Internet de un gran número de agentes que aportaban contenidos, precisamente cuando más demanda había, generó un hueco que fue llenado por los propios usuarios que empezaron a dedicar su tiempo libre y sus conexiones de banda ancha sin límite de tiempo a la administración y participación en foros, *blogs* y todo tipo de proyectos en los que los internautas interactuaban entre ellos: *Wikipedia*, *ebay*, redes P2P, por ejemplo.

La European Interactive Advertising Association (EIAA) detectó, en un estudio de noviembre de 2007, que el consumo de Internet en los hogares europeos había aumentado considerablemente frente al descenso del resto de medios de comunicación, especialmente la televisión. Los jóvenes españoles de 16 a 24 años ya pasan más horas navegando por la Internet que viendo la televisión. Aunque la aplicación más usada es el correo electrónico, sin embargo los vídeos, las redes sociales y los foros están colocándose entre las actividades favoritas de los internautas. El concepto de Web 2.0 ha supuesto un

renacimiento de la *Word Wide Web*. La información aportada a la Web por los periódicos digitales se va diluyendo cada día más en un mar de contenidos generados por los usuarios. La mayor parte de estos contenidos no son periodísticos, sino que hacen referencia a ocio, viajes, tecnología, deportes y muchos otros temas que interesan a los internautas. La interacción entre pares les resulta más interesante que leer periódicos donde no se puede tocar nada.



Los proyectos digitales en los que participan los usuarios (*blogs*, foros, *wikis*, etc.) son participativos y colaborativos por naturaleza. Tienen una estructura que permite las aportaciones de todos, pero con una ordenación de los contenidos en la que se prima a quien más aporta y a quien es más valorado por el resto de colaboradores. En el caso de los foros, una forma de comunicación que merece un estudio detallado por su enorme importancia en la creación de conocimiento en red, los moderadores se encargan de que no se publiquen temas repetidos y recolocan los artículos que se encuentran fuera de lugar, cumpliendo una misión de vigilantes que no dudan en expulsar del sistema a los miembros conflictivos. Los lectores son, a su vez, redactores que comentan las aportaciones de los demás y las complementan con su experiencia. Todo esto se articula en diferentes hilos de conversación perfectamente estructurados.

La participación ciudadana llega a los medios digitales

Tras constatar el enorme éxito que tienen los sitios mantenidos y administrados por los usuarios y contagiados por la fiebre de la Web

2.0, son muchos los medios que empiezan a incluir secciones que permiten la participación y colaboración ciudadana. Steve Outing, editor del *Poynter Institute*, un centro estadounidense de investigación de referencia en el campo de la información, en especial de nuevas formas de hacer periodismo, publicó en la web del *Poynter*, en el verano de 2005, un interesante artículo titulado *The 11 Layers of Citizen Journalism*, en el cual el profesor y periodista analizaba el proceso que lleva desde la inclusión de comentarios en las noticias hasta la realización teórica, por el momento, de un *wikimedia* elaborado exclusivamente por usuarios que publican, editan y comentan sus propias noticias en el cibermedio.

Analizaremos a continuación algunas de las etapas que menciona *Outing*, y veremos algunos ejemplos de periódicos digitales en castellano que incluyen estas funcionalidades.

La Web 2.0 ha potenciado la participación de los usuarios y esta tendencia se ha afincado en los medios digitales.

1. Comentarios abiertos a los lectores. Es el nivel más básico y el que es ya habitual en todo tipo de medios digitales, tanto en España como en América. En este sentido, Steve Outing propone desde el simple comentario en el artículo, hasta la posibilidad de que los lectores complementen con su experiencia la noticia, e incluso se llega casi al reportaje colectivo. En el mundo real, son muchos los medios que permiten comentarios a las noticias, con mayor o menor control de lo publicado, por parte del periódico, pero no se ha llegado a esta coescritura que propone Steve Outing. Por ejemplo, el diario español *Público* ofrece comentarios en todas sus noticias. Hay que identificarse con un nombre y una dirección de correo, que no se comprueba, por lo que se podría casi hablar de comentarios anónimos, al igual que podemos encontrar en *El Clarín* (Argentina) o en *La Vanguardia* y *El País* (España). Por el contrario, *El Mundo* (España) no permite comentarios en las noticias, y *El Comercio*

(Ecuador) solo los permite a los usuarios registrados, previa comprobación de que el correo electrónico que han usado para registrarse existe.

2. Uso de blogs en los medios. La inclusión del *blog*, como formato periodístico para columnistas y colaboradores del medio comienza también a ser popular. Un paso más allá es ofrecer blogs a los lectores, en el interior del medio, o publicitar los *blogs* de los usuarios. En esta línea destacan los *blogs* ciudadanos que ofrecen *El Comercio* y *El Clarín*, donde cualquier lector puede proponer un tema y gestionar un blog sobre él, dentro del periódico.

3. Medios elaborados por los lectores. *Outing* propone diversos tipos de medios en los que son los lectores los que aportan las noticias, con o sin edición de profesionales. Posiblemente, el medio escrito más conocido por ciudadanos sea el publicado en Corea del Sur, *OhmyNews*, donde miles de lectores publican sus noticias y pueden llegar a cobrar pequeñas cantidades de dinero por sus artículos. El ejemplo de este medio digital coreano se ha extendido a otros lugares del mundo, aunque no con el éxito que ha tenido en su país de origen. En el ámbito latinoamericano encontramos varias experiencias, algunas son *blogs* colectivos editados por periodistas, como *Guía 3.0* dirigido por la periodista peruana Luz María Helguero, o *Ahora Bolivia* de los periodistas Sebastián Molina y Rosa Jiménez Cano.

Los medios digitales locales son los que en mayor cantidad y mejor manera explotan los recursos de la web 2.0 con su colaboración.

Especialmente interesante es el caso de una red chilena de periódicos ciudadanos que reúne a ocho medios regionales, en los que con la coordinación de algunos periodistas profesionales, cientos de periodistas voluntarios escriben sobre lo que ocurre cada día en su ámbito local. Los sitios de esta red consiguen cada día miles de visitas, superando en páginas vistas a la mayoría de medios locales con los que compiten.

El origen de esta red está en la publicación en 2005 de *El Morrocotudo*, ligado al movimiento *Atina Chile* que apoyaba la candidatura del senador Fernando Flores a la presidencia del país.

Soitu.es: un medio diferente



El 12 de diciembre de 2007, aparecía un nuevo medio digital en español con un planteamiento diferente a lo que habíamos visto hasta ahora. En castellano hay periódicos que están ofreciendo un espacio a los contenidos redactados por lectores e incluso algunos medios se realizan casi exclusivamente por periodistas voluntarios; sin embargo la oferta de Soitu es innovadora porque combina en un mismo medio noticias de periodistas profesionales y de ciudadanos que escriben sus propias informaciones. No hablamos de una sección al estilo de *Yo periodista* de *El País* (España), donde se reserva un lugar en el medio para los contenidos aportado por los usuarios, sino de que los artículos de los redactores voluntarios comparten la portada con las noticias elaboradas en la redacción.

En palabras de Gumersindo Lafuente, director de *Soitu*:

"Nuestra fórmula es mixta. Una redacción profesional, con periodistas y colaboradores, muchos de ellos procedentes del mundo de los blogs y una permanente llamada a la colaboración de los lectores.

Nuestro esquema es diferente, va más allá. Es verdad que la participación y la colaboración de los lectores está presente ya en todos los sitios, pero que esas historias escritas por los lectores aparezcan en la portada o que constituyan la mayor parte del contenido de una sección (Vida Urbana), eso no es tan habitual. Y, aún menos, que esas personas reciban una compensación económica por su trabajo."

En *Soitu* todo es nuevo, desde la original campaña de promoción, usando técnicas de marketing viral, con vídeos que se podían

soitu.es no MASS MEDIA

Un sitio de información independiente, útil y abierto. Principios activos e instrucciones de uso »
 » ¿Quieres ser Uno de los Nuestr@s?

| | | | | | |
|----------------|--------------|------------|--------------|-----------------|----------------------|
| Portada | Vida urbana | Tendencias | Salud | Videopatía | TV El Descodificador |
| Medio ambiente | Vida digital | Sexo | Sobre ruedas | Top of the tops | El blog de Anatoli |

miércoles, 26 marzo 2008 | Actualizado 00:14 CET

Iniciar sesión | Registrarse | ¿Por qué registrarse?

Temas calientes | Lo último | Lo más visto | Convierte soitu.es en tu página de inicio »

actualidad

00:12 26-03-08 **Mamá, quiero ser guionista... como Rafael Azcona**
 por LUIS MURILLO ARIAS (SOITU.ES)

Si quieres ser guionista sin duda tu ejemplo debe ser Rafael Azcona, el mejor escritor de la historia del cine en España. Se ha ido como vivió, sin ser protagonista y fiel a sus convicciones. [Sigue»](#)

Archivado en: cultura, cine, rafael azcona | [Ver comentarios](#)

flashinfo

CULTURA | [Bob Dylan cierra el cartel del Rock in Río en Madrid »](#)

FUTBOL | [Competición sanciona con cuatro partidos al sevillista Maresca »](#)

CINE | [Muere en Madrid, a los 81 años, el guionista y escritor Rafael Azcona »](#)

Ver más noticias »

Tráenos tu hipoteca y te regalaremos

BUSCAR

Por palabras

Noticias por tema

Los más vistos

- televisión
- el descodificador
- internet
- sexo
- tendencias
- musica
- sucesos
- vida digital

Los más habituales

- política
- economía
- deportes

descargar desde *Youtube*, en los que se veía cómo poco a poco se iba construyendo la estructura de la página como si fuera un edificio, hasta la original forma de navegar por la página que no usa las típicas secciones (nacional, internacional, deportes, etc.) sino que realiza agrupaciones de temas como: Vida Urbana, Tendencias, Salud, Medio Ambiente...

Pero vayamos por partes, *Soitu*, según sus responsables, es un medio independiente, que no forma parte de un gran grupo de comunicación, no tiene compromiso ideológico con nadie más que con sus lectores y no es la versión digital de otro medio publicado en prensa, radio o televisión.

Desde el primer momento, han tenido una voluntad de separarse de la forma tradicional de hacer periodismo, abandonan la trillada metáfora del periódico de papel (con sus secciones, su portada y contraportada), en lo

formal, y abrazan una nueva forma de entender la información que busca el internauta, en lo conceptual. Esto significa que en un mismo espacio se mezclan noticias de actualidad, tendencias, medio ambiente, informaciones locales, etc., tanto escritas por redactores profesionales de la plantilla de *Soitu*, como por voluntarios entre los que hay incluso periodistas de otros medios y todo tipo de ciudadanos.

Soitu crea sus noticias de producción propia a partir de tres fuentes principales: Redactores en plantilla, colaboradores expertos en diferentes temas y ciudadanos voluntarios que aportan sus noticias y que tienen un espacio propio donde ubicarlas, casi como un *blog*.

Según Gumersindo Lafuente, se quiere "crear un sitio en la Internet que dé utilidad informativa y también se convierta en el sitio en que podamos poner en relación a unas personas con otras".

El lector que llega a *Soitu* se encuentra con tres formas de navegar por el sitio.

1. Portadas: *Soitu* ofrece tres pestañas con tres formas de navegar por la portada.

-Temas calientes: una portada elaborada por la redacción de *Soitu* donde se mezclan toda clase de noticias, tanto de los redactores del medio, como de los colaboradores y voluntarios.

-Lo último: como su nombre indica, las últimas noticias que llegan a la redacción desde agencias.

-Lo más visto: de forma automática se crea una portada con la información que más lectores han leído, es una forma de consultar fácilmente lo más popular del medio.

Soitu no es una copia digital de un medio tradicional, es un cibermedio que utiliza todas las potencialidades de la plataforma

2. Áreas temáticas: 11 etiquetas de colores que podemos encontrar en la cabecera. Corresponden a secciones especializadas, nichos de interés informativo, que irán creciendo en número según pasen los meses, según informan los responsables del medio. Cada una de estas secciones tiene una portada, constituyen casi un mini sitio, en el que se pueden encontrar noticias sobre el tema de la sección, noticias publicadas en otras secciones que pueden estar relacionadas, recomendaciones a otras páginas, vídeos y hasta enlaces a noticias de otros sitios. Estas áreas están alimentadas por colaboradores expertos en cada tema, que no suelen ser periodistas, aunque algunas son coordinadas por un miembro de la redacción, incluso encontramos entre ellas dos *blogs*: el descodificador, un blog sobre televisión y el *blog de Anatoli*, sobre actualidad y sociedad en España.

Las áreas temáticas de *Soitu* son: Medio ambiente, Vida urbana, Vida digital, Tendencias,

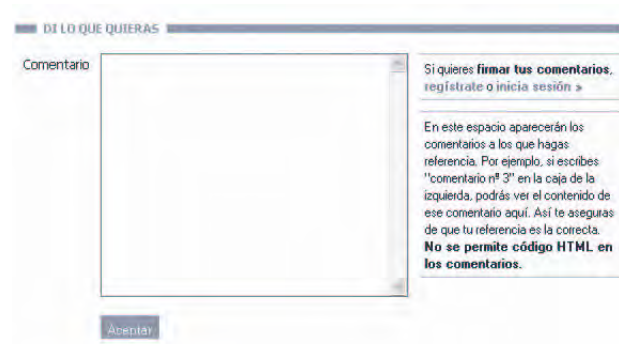
Sexo, Salud, Sobre ruedas, Videopatía, Top of the tops, TV El Descodificador y El blog de Anatoli.



3. Buscador: Gran parte de la columna derecha de *Soitu* está ocupada por un potente buscador que permite buscar por palabras y por temas; aquí encontramos dos posibilidades: los más vistos y los más habituales, que casi podrían equipararse a las secciones clásicas de un diario. También puede buscarse por fecha, por cualquiera de las comunidades autónomas españolas o incluso las noticias del día.

Una vez dentro del buscador, podemos restringir la búsqueda a cualquier sección o incluso ampliarla a otros medios digitales.

Los usuarios de Soitu



Al igual que en otros sitios, todos los lectores, sean o no usuarios registrados tienen la capacidad de comentar cualquier noticia. En el caso de los usuarios registrados aparecerá su nombre y un enlace a la página donde se

pueden ver las noticias que ha publicado dicho usuario. Una novedad de *Soitu* es que los editores pueden seleccionar un comentario o parte de él para colocarlo en un lugar destacado de la noticia, de esta manera las opiniones de los lectores van enriqueciendo la información.

En su primer mes de vida se han registrado en *Soitu* 1.282 usuarios, que han enviado 666 historias propias. El objetivo de *Soitu* es que los colaboradores sientan el medio como algo cercano y propio, para ello hay que fomentar la participación de los lectores.



por colaboradores que se encuentran en diversas partes del mundo. Cada uno de los más de treinta corresponsales urbanos publica artículos sobre lo que ocurre en su ciudad.

Pepe Villoslada es un fotógrafo de prensa que trabaja en Granada (España) y es el colaborador de *Vida urbana* de su ciudad. Envía artículos, fotos y hasta vídeos. Para Villoslada escribir para *Soitu* es como escribir para su propio *blog*. Lo que busca la sección es el punto de vista del habitante de la ciudad, una opinión cercana sobre lo que pasa en varios sitios del mundo. Dice Pepe Villoslada: "Para trabajar en *Soitu.es* no

hace falta cambiar tu forma de pensar. Hay que escribir como si lo hicieras para tu propio blog. La forma de trabajar es sencilla. Yo por ejemplo ando siempre al tanto de la actualidad, puesto que soy reportero gráfico en un medio local, y trato de seleccionar temas que despierten curiosidad no solo por el titular sino por la ciudad de la que provienen".

Poco a poco van apareciendo medios que empiezan a sacar partido de las posibilidades de la

Soitu tiene dos niveles de participación entre sus lectores registrados: usuarios y superusuarios. Todos pueden publicar noticias y todos reciben 10 por cada noticia que se publica en una sección y 20 si aparece en la portada del medio. Sin embargo, los superusuarios pueden subir imágenes a sus noticias y también asignar etiquetas. Los responsables de *Soitu* pueden cambiar el nivel a aquellos usuarios más activos para convertirlos en superusuarios. Actualmente el porcentaje de noticias, elaboradas por redactores voluntarios dentro del medio alcanza un 10%.

Vida urbana, corresponsales en todo el mundo

Una de las secciones más activas de *Soitu* es la de *Vida urbana*, compuesta casi en su totalidad

Internet, medios que integran los contenidos que demandan los usuarios con el rigor que debe tener un periódico digital del siglo XXI. *Soitu* conjuga acertadamente la práctica periodística tradicional con la inclusión de contenidos aportados por los lectores. La participación y colaboración ciudadana se dan la mano con el trabajo de una redacción profesional, creando un nuevo formato que sin duda va a dar que hablar en los próximos meses y que abre una tercera vía entre los medios digitales ya conocidos y los medios formados casi exclusivamente por redactores voluntarios.

Es posible que, finalmente el lenguaje específico del periodismo digital surja de estos nuevos medios que exploran nuevos caminos uniendo lo mejor de los profesionales de la comunicación y la frescura de las aportaciones de los lectores. 