

Periodismo ciudadano y medios de comunicación. La colaboración entre ambos mundos

El periodismo ciudadano es un fenómeno consolidado e imparable. Algunos medios de comunicación han incorporado sus propios canales para la participación activa de la ciudadanía en el trabajo informativo. Las nuevas tecnologías son el mejor aliado para llevarlo a acabo como demuestra, por ejemplo, el hecho de que la cadena de televisión CNN haya incluido en su redacción a miles de corresponsales internacionales gracias a Google Glass, con el fin de potenciar la participación de la ciudadanía en el periodismo. Y aquellos medios que no han optado por esta línea de colaboración, sin embargo no han dudado en abrir sus puertas a la opinión y la implicación del público a través de las redes sociales; un hecho que expone la relevancia del punto de vista ciudadano en el proceso informativo.

Planteado este marco podemos extraer algunas conclusiones en relación con la capacidad de los medios de aprovechar la información ciudadana en favor de la transparencia y de una mayor cercanía a al público lector que a las y los propietarios. La colaboración entre ambas partes, periodismo profesional y ciudadanía participativa, puede enriquecer la información, sin embargo cabe preguntarse: ¿Estamos realmente aprovechando el potencial de este tipo de colaboración?

1. Introducción

Marzo de 2003, Irak espera el ataque de Estados Unidos contra el régimen de Saddam Hussein. En medio de este contexto de guerra surge una voz alejada del periodismo profesional para compartir con el mundo el significado de ser una persona corriente en Bagdad. Según TheGuardian, en junio de 2002, SalamPax comenzó a escribir su blog para comunicarse con un amigo Raed Jarrar, que estudiaba un master en Jordania. Vivía en el extrarradio de Bagdad y relataba -sin más pretensiones- su día a día con su familia, amigos y vecinos, pero empezó a indignarse con el hecho de que otros blogs árabes manipulaban la información y aludían constantemente a Dios y a Allah. Entonces decidió redactar con detalle lo que pasaba en Irak. “No pretendo ser un activista famoso al frente de ninguna corriente, sino una voz escondida detrás de una pantalla de ordenador”, declaró a TheGuardian. Para ilustrar sus textos, incluía fotografías, por ejemplo, sobre coches de civiles bombardeados. Recorría el país para dar cifras reales de civiles muertos. Gracias a la colaboración con la ONG CampaignforInnocentVictims in Conflict (CIVIC), reveló que en menos de una semana, en Nasiriyah, habían muerto 1.500 civiles. Denunciaba que “la administración americana en Bagdad rehúsa categóricamente a registrar la cantidad de víctimas civiles”, así que decidió utilizar elementos tangibles para ironizar y contextualizar las cifras: “Una granada de mano por un cuarto de dólar, una caja de ayuda humanitaria por 16, 8 la hora de Internet, 6 una pizza, son algunos de los datos que este juglar de guerra menciona”, escribía en su blog. En pocos meses conseguía millones de lectores y lectoras. Además, medios como la BBC, TheGuardian o New York Times citaban sus relatos. Se había convertido en un periodista ciudadano sin precedentes.

2. El periodismo ciudadano se consolida

Hoy el periodismo ciudadano se consolida como una tendencia de futuro en el ámbito del activismo y la solidaridad. Es imparable el crecimiento y puesta en marcha de proyectos en los que son los propios individuos los que generan la información que creen útil para su comunidad. Seguramente no sea el origen de facto del periodismo ciudadano, pero sí podríamos etiquetar a SalamPax y a sus informaciones como el punto de arranque de una cadena de cambios en el mundo de la comunicación; una revolución, más bien, que se ve potenciada y amplificada gracias a la evolución de las nuevas tecnologías de la información. La ciudadanía lectora y pasiva es un concepto finito. Las personas participan, cada vez más, a medida que van tomando conciencia del nuevo contexto informativo; que ya no se entiende sin su implicación. La paradoja es que, a pesar de la velocidad a la que se actualizan a diario el mundo online y las herramientas sociales, la participación de la ciudadanía en los grandes medios de comunicación no ha trascendido al mismo ritmo. La convergencia de las redacciones, la resistencia (o diferentes velocidades) de algunos y algunas periodistas a utilizar nuevos canales 2.0 u otras transformaciones estructurales, sin duda, han ralentizado la incorporación de esa la voz ciudadana a los “grandes tabloides”.

No sólo estamos hablando de dar voz a periodistas no profesionales. Los profesionales y propietarios/as de los medios, tienen que cambiar la forma de entender la profesión; que nada o poco tiene que ver el periodismo que funcionaba hace apenas 10 años. Esto es, abrir un ojo más a la otra calle... La que lleva al ilimitado Internet. Y aquí nos encontramos con nuevas voces, nuevas fuentes, nuevos canales, nuevos medios, más opciones de amplificar nuestras propias noticias, más contactos, más historias, etc. Un hecho que obliga al profesional a reforzar por un lado sus métodos de contraste, a ampliar su abanico informativo, y por otro, a configurar una nueva identidad digital.

El proceso de cambio no es fácil. Sin embargo, la voz ciudadana no calla ni espera. Al contrario. Ha encontrado su propia velocidad, independencia, sus huecos y llega a todas partes; como demuestra el papel de canales como Twitter en conflictos sociales internacionales. La fuerte penetración de esta red social, por ejemplo, en Venezuela durante 2013 y 2014 ayudó a validarlo como el canal más “confiable”. La escasa o nula difusión de noticias y la fantasía de una “primavera caribeña” conspiraron en esta consolidación prácticamente instantánea. Sin embargo, el periodista argentino de Télam, Diego Sánchez, en su columna titulada “Venezuela y los bordes del periodismo ciudadano” advierte sobre el mal uso de Twitter:

“Internet golpea y cura. Fue la misma red la que ofreció las herramientas para desvelar el engaño. Que estudiantes chilenos o manifestantes ucranianos habían sido pasados por venezolanos en el fragor de la batalla (...) Venezuela vive una disputa política grave. Es un país que sufrió un golpe de Estado en 2002. **Twitter** no es lo que ocurre. Pero lo que sí permite ver todo esto es que también ahí hay un campo de batalla político. Que la instantaneidad tampoco queda exenta de las manipulaciones y las tensiones, aunque se presente como su superación. Y también otra cuestión igual de obvia: que esto no se resuelve yendo hacia atrás, retrotrayendo la política, la difusión y el consumo de información a la situación previa a la irrupción de la vulgarmente llamada era 2.0. Hay una nueva dinámica y eso no implica la desaparición del velo de intereses, deseos y recursos desiguales que caracteriza a los medios de comunicación tradicionales. Si se los deja, los ‘nuevos’ medios no van a tardar en volverse viejos”.

En un contexto más local encontramos otra tendencia cada vez más frecuente, esto es, abrir una edición con una foto ciudadana. **El Diario**

de Navarra, el lunes 10/06/2013, llevaba en su portada una impactante fotografía sobre las inundaciones que la intensa lluvia de esos días había provocado en la región. La instantánea muestra el aspecto de una calle de la localidad de Villava. En un principio la imagen salía del usuario de Twitter, @irauli, pero rápidamente saltó a la portada. Claro que, como cuenta el blog 233grados, en este caso hay controversia: “El ‘tuitero’, que en una serie de mensajes respondiendo a las felicitaciones de otros usuarios reconocía estar orgulloso del material y de la repercusión que ha tenido, también lamentaba a primera hora de esta mañana que Diario de Navarra no le haya pedido permiso ni le haya mostrado agradecimiento por la imagen”. Finalmente, el diario le pidió disculpas por no “haber podido contactar con él hasta ahora, por falta de tiempo”.

Ante esta realidad, agencias como **Demotix**, quieren mover y remover el ecosistema del periodismo participativo para situarlo en equilibrio con el periodismo profesional. Es uno de los pocos medios que remunera el trabajo de sus corresponsales ciudadanos. Su modelo de negocio divide al 50% los beneficios con sus colaboradores. Para el fundador, TuriMunthe, es más correcto hablar de “periodismo de calle” en lugar de ciudadano porque lo que interesa en Demotix es la información que sucede en la calle, los problemas cotidianos del ciudadano de a pie. Una forma innovadora de entender y practicar el oficio que, entre otros hitos, ha llevado la actividad de los bloggers iraníes a ocupar dos portadas del New York Times en tres días.

3. La incorporación del periodismo ciudadano al medio tradicional

El acceso a las ‘herramientas de información’ ya no implica una infraestructura sólo al alcance de un medio de comunicación. En una entrevista del periodista argentino José Curiotto (@curiotto), para el diario El Litoral, realizada al vicepresidente del International Center for Journalists, se muestra –significativamente– el marco del periodismo ciudadano. Destaca primero esta cuestión de la simplificación en las herramientas informativas; lo que antes necesitaba prohibitivas inversiones actualmente se resuelve con un portátil, un smartphone o una tableta. La Primavera Árabe o el Movimiento de Indignados son algunos de los ejemplos de la conexión entre ciudadanos y su necesidad expresarse. Afirma que “todos podemos ser periodistas”, por eso insiste en que la incidencia del público no se puede detener y propone a los medios tradicionales de comunicación que “abracen todo lo bueno de los periodistas ciudadanos”, incorporándolos a la propuesta informativa, sumándolos y hasta organizándolos.

Otros medios, como el diario **20minutos** a través de su certamen “20blogs” ofrece la oportunidad a bloggers y bloggers de convertirse en columnistas del periódico. Las entradas, por ejemplo, del blogger y taxista Daniel Díaz (@simpulso) son un testimonio único de historias que pasan cada día en Madrid a través de sus carreras.

Otra forma de incorporar y potenciar el periodismo ciudadano, es la llevada a cabo por los propios periodistas profesionales que han entendido la relevancia del asunto; saben que nadie como ellos, desde la esencia del oficio, pueden formar a los y las participantes en el periodismo. Y así establecer un punto de encuentro común desde el que trabajar en equilibrio y en conjunto. Hablamos de profesionales que no sólo aceptado que la profesión no es terreno exclusivo de nadie, sino que es vital diseñar

desde la colaboración, un espacio y/o concepto donde la información cuente con todos los puntos de vista posibles. Siempre con el rigor por delante. Es el caso, por ejemplo, de los fundadores del diario digital de Bolivia, “**La Pública**”. Sus impulsores, desde “quiénes somos” aseguran que “no es un medio de comunicación ni una agencia de noticias”. No reproducen notas de prensa ni practican “periodismo de declaración”. Quieren tomar el pulso al ciudadano y, desde allí, amplificar su voz y encender el debate sobre asuntos de interés colectivo”. Es una comunidad que pretende activar la participación de los ciudadanos e indagar en temáticas que hacen a la transparencia y la rendición de cuentas de las instancias estatales. Actualizarán una parte de sus contenidos gracias a la actividad de la gente en las redes sociales. Además quieren hacerse eco de las preocupaciones expresadas en Facebook, Twitter y otras plataformas.

En octubre de 2011, en Estados Unidos, The Corporation for Public Broadcasting (CPB) donaba 4,1 millones de dólares a la American Public Media (APM) para contribuir a la expansión de su red de “fuentes ciudadanas”; una comunidad de fuentes contrastadas que utilizan para dotar de noticias a los medios locales -bajo el nombre de PublicInsight Network (PIN)-. Es una iniciativa centrada en la “participación ciudadana”, eso sí, con un importante matiz, que son los periodistas profesionales los responsables de verificar la información que viene de estas fuentes, de entrevistar a los ciudadanos y de mantener cierto control editorial.

La lista de iniciativas que buscan potenciar el oficio entre la ciudadanía más activa es amplia. El Centro SKeyes y la Fundación para la Libertad Cultural Samir Kassirhan crearon la “**JournalistSurvival Guide**”. Una guía y plataforma que acerca a los usuarios/as diversas claves para manejarse enseña a verificar una información, a proteger nuestra identidad como periodistas, qué hacer en caso de amenaza so cómo proteger nuestro ordenados ante un ciberataque, entre otras lecciones. A través de vídeos interactivos, explica de una manera muy sencilla las aptitudes necesarias en la profesión. Esta herramienta está pensada para que cualquier persona pueda acceder desde cualquier lugar. Puede cargarse fácilmente así la velocidad de Internet sea lenta.

4. La tecnología, mejor aliado del periodismo ciudadano

Un acontecimiento tecnológico que ha supuesto una vuelta más de tuerca al periodismo y una puerta más abierta a la participación ha sido la tecnología de las gafas de Google o “Google Glass”; un dispositivo de visualización (con acceso a Internet mediante voz) que muestra información a través de un smartphone sin utilizar las manos. Medios como CNN no han tardado en aprovechar este “movimiento” en favor del periodismo ciudadano ¿Cómo? Poniendo en marcha la plataforma iReport “para informar mejor al mundo de lo que ocurre y facilitar la participación de todos en el proceso. Por eso hoy anunciamos el lanzamiento de una función que permitirá compartir fotos y videos con CNN a través de Google Glass”, apuntan desde CNN. De este modo, el proyecto se suma a la revolución de los “wearables”, o tecnología para ponerse.

Los blogs y las redes sociales supusieron el primer empujón al periodismo ciudadano; ahora, a la catarsis se une el lado tangible de las nuevas tecnologías. E incluso empieza a llegar al ámbito universitario; porque hay programas que ya se están adaptando a la nueva era 2.0. Por ejemplo, la University of Southern California ya cuenta con su programa

“GlassJournalism”. El objetivo: poner a investigar a los estudiantes para hallar nuevas formas de contar historias a través del uso de la realidad aumentada y las gafas de Google.

La utilización de drones (vehículos aéreos no tripulados) en el periodismo ciudadano empieza a extenderse. Gracias a estos pequeños aviones se pueden tomar imágenes en terrenos tan peligrosos o inaccesibles como una guerra, una crisis, desastres naturales, etc. La Primavera árabe o protestas puntuales, como las grabadas por la empresa polaca RoboKopter Varsovia o en Afganistán, han sido algunos de los escenarios que han podido conocerse a través de los drones. El fenómeno ha llegado a tener apodo propio: “Periodismo Drone” o “DroneJournalism”. De hecho, ha crecido tanto el uso de estos aparatos que el aparato jurídico ha entrado en juego. En abril de 2014, la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) emitió una nota para frenar, definitivamente, la burbuja generada alrededor del uso civil de drones. Tanto España como la UE están postulando normas para regular su uso civil.

5. El periodismo ciudadano y sus antecedentes

Y volviendo al marco universitario, facultades de Periodismo y Comunicación como la de la Universidad de Nebraska, han lanzado “DroneJournalismLab”. Un laboratorio de periodismo que fue fundado en 2011 y que forma parte del programa universitario sobre periodismo e innovación digital. La idea es tratar de formar a los periodistas del futuro tanto en el contexto de las nuevas tecnologías como en las repercusiones éticas y legales que implica su aplicación.

Son algunos de los ejemplos de una corriente, o sencillamente, de una actitud periodística positiva y constructiva con un fin claro: informar desde la inclusión, y nunca desde la exclusión. Sin embargo, la misma definición de “periodismo ciudadano” todavía hoy sigue despertando controversias. Aún continúa en los debates la pregunta ¿Se puede considerar periodista quien ejerce el periodismo o captura imágenes -en vídeo o fotografía- sin ningún tipo de formación?

Si nos dejamos llevar por el Diccionario de la Real Academia Española, la respuesta está servida en las dos acepciones que nos ofrece sobre la definición de **periodista**:

- 1. com. Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo.**
- 2. com. Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.**

En este sentido, se termina el debate. Por tanto, y retomando la cuestión inicial sobre si estamos aprovechando este flujo de información constante, como vemos en los anteriores ejemplos, se ve claramente que poco a poco, pero con paso firme, sí se empieza a aprovechar este tipo de información cívica.

Incluso no es necesario que un ciudadano o una ciudadana grabe o capture imágenes para transmitir una información útil para la sociedad. Sus ojos y la descripción de los hechos que tiene delante pueden convertirse en la única fuente de información para un gran medio de comunicación. Durante las primeras horas de los atentados contra el WorldTrade Center de Nueva York, la información llegaba con cuentagotas, apenas había datos de lo que pasaba, sin embargo, canales

como TVE tenían que informar puntualmente. En la primera conexión todavía no sabían si había sido una avioneta o un avión lo que se había estrellado contra las Torres Gemelas. La improvisación y la interpretación eran el único modo de construir argumentos veraces. “Era muy curioso porque no sabíamos de dónde salían esas imágenes, el caso es que fueron apareciendo, se iba cubriendo la tarde, se iban cubriendo las horas con esas imágenes” cuenta Juana Romero (Realizadora del TD1) en el especial realizado por los medios interactivos de RTVE (rtve.es). Por lo tanto el caos no sólo se había instalado en Nueva York, también en los medios reinaba el baile y la confusión de datos. En palabras de Ana Blanco sobre eso primemos momentos: “Cuando empezó el TD al principio es más o menos fácil, tienes unas imágenes, te apoyas, tratas de dar algunos datos, lanzas la primera hipótesis, parece que ha sido una avioneta, son las 9:00AM en Nueva York, no podemos contar mucho más porque es lo que tenemos, imágenes en directo, van por delante de los datos, estaremos pendientes... Y de repente ves que ‘el control’ no se va. Pendientes siguen de tí”.

Las circunstancias obligaban a ejecutar un plan informativo distinto y poco convencional comandada, como dice la periodista Ana Blanco, por unas imágenes que entraban en riguroso directo sin más detalles que los que se veían. Desde ese momento, explica en el vídeo Juana Romero, el TD se transforma en “un ejercicio de colaboración entre la presentadora -que ya no es una presentadora, sino la conductora real de un programa que ella tiene que interpretar- y el realizador, Eugenio Calderón -que en ese momento no tiene un apoyo, no hay guión, no hay entradillas, no hay nada a lo que agarrarse-; y hay que improvisar”. En medio, la redacción de los servicios informativos de TVE pendiente al 100% de lo que iba ocurriendo. Y es por esta vía, por la que se abre la puerta a la participación ciudadana. Fue el contacto de un redactor del TD quien llevó a la fuente que terminaría convirtiéndose en el ‘otro ojo’ (más allá de la señal oficial que aportaba las imágenes oficiales); en la voz colaborativa de un Telediario sin más recursos que la agilidad del momento. Se trataba de Carlos Galtier, delegado comercial de Exteriores, que trabajaba en el edificio Chrysler (a unos cuatro kilómetros de las Torres Gemelas) y quien estaba siendo testigo de la explosión sobre las 14.50 (hora española). Según su testimonio, había sido un “avión de pasajeros bastante grande, que iba haciendo pequeños giros y apuntaba hacia la torre el objeto que había impactado, a la altura del piso 70, a unos 300 metros del suelo. El segundo avión volaba un poco más bajo, probablemente a la altura del piso 60 y apareció por la otra dirección”.

Ana Blanco, por su parte, insiste en que “era el primer testigo del ataque a las Torres Gemelas. El primero en contar que había oído un ruido, que un avión se había estrellado contra las Torres. Nosotros, de momento, teníamos muy pocos datos. Él estaba en el edificio Chrysler, donde se veía perfectamente todo lo que ocurría. Y mientras hablábamos con él se cayó la torre. Era un testigo muy valioso. En su caso era muy llamativo porque relataba muy bien los hechos. Yo siempre pienso que todos en el fondo somos periodistas, por ejemplo cuando le cuentas a un amigo algo que te ha sucedido... La clave de hacerlo bien es esa, saber de lo que estás hablando y él lo sabía perfectamente porque lo tenía delante. Es verdad que tú, como periodista tienes que ayudarle a hacer las preguntas adecuadas para que cuente lo que sabe”. De este modo, Carlos Galtier se convertía, sin pretenderlo, en paradigma de la necesidad de incorporar (y más en un momento crucial) la participación ciudadana en el periodismo. Su testimonio vino a complementar el valor informativo de las cámaras. De hecho, se adelantó unos segundos al primero plano llegado al TD1 de la caída de la primera torre. Momento en el que se puso punto final a la conexión con Galtier, porque evacuaron a todo el personal de los edificios colindantes. Estamos, por tanto, también ante una muestra de que el ciudadano que participa en el periodismo,

necesita el apoyo del profesional para estructurar y optimizar sus recursos. Ana Blanco guió, interpretó y canalizó eficazmente la información que Carlos Galtier iba aportando. Y gracias a las sinergias entre ambas partes del escenario, los telespectadores pudieron entender, en esos primeros momentos, los hechos durante el 11 de septiembre de 2001.

6. La participación del ciudadano como motor de cambio

Y sin salir de TVE, en noviembre de 2007, arrancaba en La2 el primer programa informativo que utiliza el periodismo ciudadano como eje de la estructura del programa. Se trata de Cámara abierta 2.0., espacio que nació de una sección de La2 Noticias (Cámara abierta), donde se invitaba a los telespectadores y telespectadoras a mandar sus historias a través de un vídeo. El apartado tuvo gran éxito, lo que le llevó a independizarse y convertirse en programa. El primero dedicado íntegramente a informar sobre la actualidad a través de Internet; y la sección llamada Tú ruedas, recogía la voz y visión de la ciudadanía mediante los vídeos que enviaban. Los teléfonos móviles empezaban la transición hacia el dispositivo inteligente o Smartphone, y ya muchos incorporaban cámara; un hecho que facilitaba mucho la labor. Al mismo tiempo, los medios interactivos de RTVE lanzaban la nueva web rtve.es, que incluía de lleno la participación como parte esencial de una nueva forma de entender la información. Cámara abierta 2.0 se acercaba de este modo a cientos de miles de personas que participan en el periodismo, de la misma forma que Alive in Baghdad, o grandes plataformas internacionales como NowPublic, Oh My News, Le Post, Global Voices, etc. Gracias a la implicación colectiva y a la participación, profesional y ciudadana, la ONG Reporteros sin Fronteras convocó con éxito la primera cibermanifestación en 2007 en defensa de la libertad de expresión, porque en muchos países contar lo que pasa todavía sigue suponiendo penas de cárcel. Todo este conjunto de medios e iniciativas ciudadanas empezaban a dar forma al nuevo marco de colaboración.

Es necesario hacer una parada en la tendencia de los datos en bruto, el “big data”. La fuerza de la información “sin forma”, empezando por ejemplos para la historia como Wikileaks o las revelaciones del exanalista de inteligencia Edward Snowden, es imparable e imprescindible para el nuevo modelo periodístico. Porque en este maremágnum de datos no sobra ninguno de los elementos que lo alimentan; al contrario, son clave para dibujar un contexto concreto. Por ejemplo, los procesos demográficos y migratorios pueden seguirse a través de la actividad de teléfonos móviles y aportar un mapa de migración y de formación de grupos sociales en ciudades; los hábitos de salud como el ejercicio físico o el consumo de drogas y alcohol quedarían plasmados en un gráfico también con un adecuado análisis de información en los medios sociales; u otros contextos como las tendencias económicas; o conocer en tiempo real los riesgos de pandemias. La visualización de datos se ha convertido en una de las vertientes periodísticas más importantes de los últimos años.

En este marco la implicación de la ciudadanía en la información es clave para conocer con más detalle determinados asuntos. Las injusticias sociales, los abusos de poder contra la población o los desastres naturales componen la columna vertebral. A saber, Kenia, Haití, Pakistán y el Golfo de México. La crisis política tras unos comicios electorales,

un terremoto en el país más pobre de América y el vertido causado por un accidente en una plataforma petrolífera en Nueva Orleans. Son tres contextos que han encontrado los recursos básicos para sobrevivir al desastre gracias a una herramienta online desarrollada en Kenia: Usahidi (*testimonio* en lengua swahili). Un sistema que, ante la falta de soluciones 'oficiales', ha permitido (gracias al uso de los datos en bruto) optimizar las ayudas. Se trata de una plataforma que recopila información desde blogs, páginas web, mensajes de texto o tuits, y que permite combinar todos los datos en forma de mapas y distribuir la información después. Y no sólo es útil en situaciones extremas. En España se ha usado, por ejemplo, para ubicar las fosas del franquismo sobre un mapa.

Se trata, en definitiva, de una forma de canalizar o filtrar información que ya no escapa ni a grandes medios u organizaciones como la NASA o el mismo Google, que no han dudado en integrar el sistema que ofrece la plataforma Vizzuality. Una plataforma dedicada a visualizar datos que comenzó siendo un blog sobre temas de cambio climático hasta que alguien de la ONU se fijó en su herramienta. Ahora tienen oficinas en Nueva York y Madrid, unos 18 empleados, y da servicio a otros grandes clientes como el Wall Street Journal, BBC o TheGuardian, entre otros.

El CEO de Vizzuality, Javier de la Torre, tiene claro que su objetivo como empresa: "Ayudar a la sociedad a tomar decisiones con datos, no basadas en factores ideológicos, religiosos... Y por eso convertimos los datos en mapas". Uno de sus proyectos más cuidados es la "ciencia ciudadana", donde entra por ejemplo el programa Planethunters que en colaboración con la NASA les ha impulsado mapear el espacio en busca de planetas con la colaboración entusiasta de miles de usuarios y usuarias de todo el mundo.

Vamos, por tanto, viendo en el mapa de la participación, cómo a los medios de comunicación también se suman otros organismos (más allá del periodismo) que aprovechan la voz ciudadana para ampliar todo la información. Como hemos visto, desde el principio, TheGuardian, ha sido uno de los grandes medios de comunicación que ha apostado por nuevas narrativas, por las herramientas 2.0, la tecnología aplicada a la información y por el periodismo ciudadano. Una muestra más es su apoyo a la financiación colectiva en el periodismo a través de Contributoria una plataforma para potenciar y mover la publicación de artículos de calidad. Apostar por una mayor transparencia en el proceso informativo es una de los puntos clave en la filosofía de la web, según sus cofundadores MattMcAlister, director general de nuevos negocios digitales de TheGuardian Media Group y Sarah Hartley.

Y como ocurre en la comunidad de Demotix, los textos publicados no sólo podrán leerse en el sitio web, sino que podrán compartir los derechos con sus autores y la comunidad para poder venderse a otros editores. Se trata de aumentar los ingresos y ganar en visibilidad. Quieren aprovechar al máximo los contenidos, por ejemplo buscando salida y amplificación a las informaciones no publicadas en los medios. Aplican, al mismo tiempo, la gamificación o ludificación para implicar más a lectores/as, periodistas profesionales o ciudadanos/as a través, por ejemplo, de un sistema de puntos. Cuando se incorporan a la comunidad reciben 150 puntos que pueden utilizar para apoyar las propuestas de los escritores. Los autores tasan el valor económico de su artículo en un número de puntos que, de conseguirlo, podrán financiar su trabajo. Por otra parte, la web incluye la participación en toda la producción de la noticia. De este modo cualquier persona -previa suscripción- podrá ser editora, al mismo tiempo que financia y publica sus textos.

En definitiva, Contributoria es un síntoma más de la búsqueda –cada vez más generalizada– de nuevas fórmulas para el periodismo donde la participación es piedra angular.

7. La influencia ciudadana en el periodismo profesional

Pero quizá uno de los elementos más interesantes y relevantes de esta catarsis periodística que estamos viviendo, sea que el periodista profesional (más allá del medio de comunicación) se ha dado cuenta de que tiene que reinventarse, reactivarse y trabajar –sin no más– sí optimizar al máximo todos los recursos a su alcance. Incluso, si algo está consiguiendo el reflejo que nos devuelve la ciudadanía más participativa a través de su activismo informativo, es que el o la periodista actúe como un o una periodista ciudadana. Esto es, construyendo una identidad digital en internet y sus redes; informando desde su propio medio (blog, microblog, Tumblr, comunidad de fotografías, etc), actuando de una manera más autónoma, por ejemplo, saliendo a la calle con una cámara conectada (fácil de usar) que antes nunca tuvo, con nuevos contactos adquiridos en la red, y habiendo ampliado sus fuentes y sus canales de información. Sería la figura del o de la freelance, pero sumando las características del periodismo ciudadano.

Citaré tres ejemplos de periodistas, que considero paradigmáticos en el sentido en que estamos tratando este asunto. Me refiero Judith Torrea, Daniel Burguilguzkiza, y Alejandro Nicolás Martínez.

Judith Torrea es el caso de una periodista (premio Ortega y Gasset de Periodismo 2010) que pasó de trabajar en la revista *People* en Nueva York, a informar/denunciar los crímenes de Ciudad Juárez (México) a través de su blog personal, **Juárez en la sombra del narcotráfico** y sobre todo desde su cuenta de Twitter: “Si los periodistas no contamos lo que tenemos que contar nos convertimos en partícipes de genocidios, en nombre de una guerra contra el narco que en el fondo es una guerra por el control del negocio”.

Daniel Burgui es un fotoperiodista independiente que desde 2007 invierte lo que gana en “trabajos convencionales” en viajar por el mundo para investigar y después publicar reportajes, normalmente alejados de los grandes titulares. Y en 2011 viajó al campo de refugiados de Dadaab, en Kenia. Allí reportó la dramática historia una madre, un padre y sus tres hijas que se vieron obligados a abandonar su poblado en Somalia y caminar durante 30 días (sin recursos y unas sandalias en los pies) hasta llegar a Kenia. Lo cuenta y fotografía en su crónica “Una joya para Sabeedo”: “Mohamed y su familia llevan cansada hasta la ropa. La camisa de Mohamed está consumida, descolorida y gastada por la fricción. Sus cuatro hijas y su mujer, Yadiya Mahadi, de 37 años, llevan las ropitas que asoman bajo su khimar hechas jirones. Sus cabellos —lo que enseñan— están rebizados en arena, los rizos duros como esparto. Las costuras de la ropa y las de su cuerpo (las arrugas y los pliegos de la piel, reseca y tirante) están subrayadas por el polvo naranja que los cubre de arriba abajo y se incrusta en cada rendija, marcando sus gestos, haciendo sus expresiones más severas. Más dramáticas”.

Alejandro Nicolás Martínez es un periodista que ha trabajado 30 años para TVE. Se jubiló en 2007. Su figura es muy significativa porque hablamos de un veterano del periodismo, que vivió los inicios de la

televisión y fue protagonista de la transición hacia la digitalización de un medio tan grande como analógico (en sus orígenes), y que hoy sigue publicando historias, pero desde su propia web. Fue director de Internet y Contenidos Multimedia de RTVE y subdirector de los Servicios Informativos. Entre los contenidos de su página podemos encontrar: Reportajes para TVE (con textos descriptivos sobre los mismo y sobre las circunstancias que rodearon su elaboración, también hay vídeos complementarios y un listado por países); fotos hechas durante sus viajes (que muestran otra cara que nunca vemos en los reportajes); curiosidades (sobre modelos de entrevistas, fenómenos naturales espectaculares, objetos extraños, ejemplos geográficos únicos, etc.); “hechos para recordar” (deportivos, musicales, políticos, etc.), y viajes (“Marchas y Caminatas”).

8. Conclusión

La evolución del mundo online trae cada día nuevas herramientas, actualizaciones y más argumentos para la amplitud de miras de periodistas y dirigentes de medios de comunicación. En efecto se está aprovechando el trabajo informativo procedente de la colaboración ciudadana, pero queda mucho por hacer todavía... Queda aceptar de una vez que una gran parte de la ciudadanía se ha unido al proceso informativo y que un segmento no profesional cuenta, incluso, con más ‘oyentes’ o influencia que otros canales de comunicación oficiales. Queda aceptar que periodismo ciudadano y periodismo profesional deben estar en el mismo barco; siendo el profesional, por su compromiso social, el máximo responsable de velar por la difusión de rigurosa información.

Desde los grandes medios de comunicación, sobre todo desde la prensa de papel, se mira con recelo a Internet. Ha ocurrido desde el principio. El porqué es obvio, la amenaza que representa la multitud de opciones y herramientas accesibles a todos que llegan desde la red. Un caramelo para toda aquella persona que quiera dedicar tiempo a contar historias; un golpe en el estómago para un modelo de negocio que se queda obsoleto. El auge y consolidación de los blogs y las redes sociales como fuentes de información (y/o canales independientes de divulgación) representan una nueva realidad con la que los medios tienen que convivir. Y en este punto continúan las voces divergentes. En un extremo se sitúan quienes defienden la idea de incorporar las nuevas fuentes ciudadanas (sin formación oficial de periodistas) paulatinamente a puestos ocupados por profesionales de la información, o bien, compartir espacio y convivir con ellos bajo la misma consideración ofreciendo noticias frescas y cercanas al lector sin ningún mediador de por medio; por otro lado están los que rechazan frontalmente la posibilidad de que voces no profesionales, o al menos sin el título de periodista, y al margen de las compañías periodísticas comiencen a hacer sombra y a compartir soportes con los periodistas. De hecho, a principios de 2014, en Turquía, el gobierno de RecepTayyipErdogan prohibió el uso de Twitter y YouTube durante las protestas de principios de 2014; cerró webs locales sin orden judicial y recogió datos de navegación por Internet a los particulares. Se condenó a un columnista (ÖnderAytac) a 10 meses de prisión por lanzar un tuit donde increpaba al primer ministro. En Ucrania, las protestas apresuraron la marcha del gobierno que presidía Viktor Yanukovich. Algunos de los mejores reportajes llegaron desde una comunidad de periodistas ciudadanos que informaban en tiempo real a través de las cámaras de sus smartphones, aplicaciones de streaming y las conexiones de red. Sus imágenes fueron aprovechadas por medios de todo el mundo.

Por otra parte, más allá de los medios tradicionales de comunicación, encontramos otro síntoma de integración en plataformas como Youtube con su canal ciudadano: Truthloader, dedicado a la búsqueda de opiniones alternativas, imágenes sorprendentes, extraordinarias y espectaculares, así como dar una profundidad a historias dadas por obsoletas en los grandes medios de comunicación. Ofrece multitud de fuentes de vídeo y contenido independiente.

Sin embargo, los grandes medios cuentan con una ventaja única, como es la marca, una firma que garantiza calidad y confianza. Un beneficio labrado durante décadas de trabajo riguroso e intenso. Pero no olvidemos que el público manda y que, como ocurre con la gente más activa, está más preparado que antes de la “revolución digital”, más informado y cuenta con más opciones para contrastar las noticias; lo que amplía su papel crítico y participativo. Quiere / busca más puntos de vista, más ‘ojos’ en la calle, en la noticia; conocer las historias desde un “interior más implicado”, si se me permite la expresión. Es importante matizar este “más”; más puntos de vista con mayor implicación no significa “sólo” este punto de vista. Es decir, la elaboración que aporta el periodismo profesional es insustituible, necesaria... Y lo más importante: transferible. Esto es, que el periodista ciudadano o ciudadana puede formarse e informar profesionalmente, con el mismo rigor, ética y sentido del trabajo. Está en manos de los medios que se dé con lógica y equilibrio esta integración en el oficio. Para el periodismo profesional esta convergencia implica más beneficios que perjuicios, porque aumenta sus fuentes y la capacidad de llegada. A través de blogs u otras plataformas la ciudadanía puede llevar al periodista a historias interesantes u ofrecerle noticias. Se trata de incorporar las audiencias activas en el ecosistema del medio de comunicación. Una fórmula muy adecuada es establecer clubs diseñados para que lectores y lectoras participen en la producción de las noticias. Puede llevarse a cabo desde un contexto virtual o incluso “analógico” y tangible. Es el caso, una vez más, del programa (o filosofía) de innovación en el periodismo de TheGuardian con su apertura de redacciones ciudadanas (#GuardianWitness) donde fusiona “café y periodismo”. En este caso se llama #Guardiancoffee, y es su propia cafetería situada en el barrio de Shoreditch, al este de Londres. Alan Rusbridger, editor jefe del diario, es un exponente del “open journalism o periodismo abierto”. Y para difundir su apuesta no ha dudado en aprovechar la autopista de Twitter; de hecho el nombre, “#GuardianWitness” es un claro guiño al microblogging. Los y las periodistas trabajan en este espacio compartido con lectores/as, a los cuales se invita a participar en el proceso informativo; en la toma de decisiones sobre cómo cubrir los temas locales. Después es el mismo diario aplicará su filtro de calidad, seleccionando y moderando la información adquirida. El resultado es una relación beneficiosa para ambas partes. El medio gana puntos de vista diferentes sobre temas locales, próximos a su público y el periodismo ciudadano suma en relevancia y alcance por encima de los límites del blog.

TheGuardian no es el único medio que apuesta por esta línea, también conocemos el caso del NewsroomCafe, TheRegisterCitizen, News Café del diario canadiense Winnipeg Free Press, o el Radiobubble y su Café/Bar. El objetivo es trabajar en conjunto para acabar con los muros separadores entre periodistas y la audiencia, sumar a la agenda la información generada por el usuario o usuarias y establecer una conexión con la ciudadanía.

En definitiva, sirvan dichos ejemplos de espacio paradigmático. Lugares donde queda expuesta claramente la idea de que ambas versiones de la información no son sino una, la versión que entiende el periodismo como un oficio abierto con el nítido fin de contar “lo que pasa en la sociedad”... a la sociedad. Y nunca ese “lo que pasa” ha contado con tantas miradas

de atención (conectadas) como ahora. Aprovecharlas todas no es una opción, es un deber del oficio.

En definitiva, las redes sociales, los blogs y demás herramientas 'interneteras' han surgido para quedarse y ya tienen su espacio. Cualquiera, usando estas opciones 2.0, puede hacer periodismo de calle libremente, siendo la misma persona periodista y editora. Desde plataformas sociales como Facebook o Twitter, o su propio blog pueden contar sus historias a un público global sin filtros. Hablamos de información libre de mediadores, algo que algunos medios siguen viendo con recelo por considerarlo una amenaza. Sin embargo, la visión tendría que ser la contraria, incluyente. No es negativo/destrutivo que haya personas que aprovechan las circunstancias tecnológicas para abrir su propio 'canal' de comunicación con la sociedad. Lo que no excluye al profesional. El periodista profesional, como ya he apuntado en este artículo, debe estar al lado de la ciudadanía más participativa para guiarla en la elaboración de las noticias. En este sentido, insisto en el ejemplo de Ana Blanco y el informativo durante el 11-S; si bien es cierto que **Carlos Galtier** no pretendía ejercer de periodista cívico, las circunstancias le llevaron a convertirse en informador, guiado y acompañado en todo momento por un equipo de profesionales de TVE. **El resultado** fue un trabajo extraordinario fruto de la colaboración y el sentido común.

Una vez se acepte y/o incorpore esta idea, la optimización de los recursos informativos con origen en la mirada ciudadana, será mucho más ágil y beneficioso para todas las partes. Mientras tanto, la innovación en el periodismo, la inquietud ciudadana, las injusticias sociales, los desastres naturales, la censura, los abusos contra la libertad de prensa, las nuevas tecnologías, el sentido común, etc., seguirán marcando el ritmo y las estructuras del nuevo periodismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Judith Torrea.** <http://twitter.com/Judithtorrea>
- **Daniel Burguilguzkiza.** www.dburgui.com
- **Alejandro Nicolás Martínez.** www.rinconcete.com
- **Rebeca Polo.** "Contributoria, el sitio web de periodismo colaborativo para escritores" ([www.what'snew](http://www.what'snew.com), 11/01/2014)
- **Paula Gonzalo.** "Contributoria y el periodismo crowdfunding: una apuesta por la información de calidad" (*Periodismo Ciudadano*, 20/05/2014)
- Diccionario de la Real Academia Española (rae.es)
- **Antonio Ortiz.** "CartoDb, porque todo pasa en algún sitio" (*Xataka*, 12/05/2014)
- **Diego Sánchez.** "Venezuela y los bordes del periodismo ciudadano" (*Télam*, 24/02/2014)
- **Norma Palomino.** "10 maneras de mejorar nuestra calidad de vida usando 'big data'" (*El País*, 25/04/2014)
- **233Grados.** "Impactante portada de Diario de Navarra sobre las inundaciones con imagen tomada por un 'tuitero'" (*Lainformacion.com*, 10/06/2013).
- **Rory McCarthy.** "Salam's story" (*The Guardian*, 30/05/2003).
- **Paula Gonzalo.** "TheGuardian abre su redacción a los ciudadanos con la cafetería: #Guardiancoffee" (*Periodismo Ciudadano*, 31/05/2013).
- **Paula Gonzalo.** "GlassJournalism": Google Glass y periodismo desde la Universidad de California (*Periodismo Ciudadano*, 26/03/2014).

- **Redacción.** "El decálogo de las Google Glass" (El Universal, 24/03/2014)
- **Wikipedia.** "Google Glass"
- **V. Moreno.** "Nuevas leyes para regular la moda de los drones" (Expansión, 07.05.2014).
- **Rachel McAthy.** "ITN Productions launches citizen journalism channel" (www.journalism.co.uk, 26/011/2012)
- **Tim Karr.** "On World Press Freedom Day, A Look at New Media's Double-Edged Sword" (PBS, 5/05/2014)
- www.rtve.es
- www.rtve.es/camaraabierta
- www.lainformacion.com
- www.elpais.es
- www.elmundo.es
- <http://www.youtube.com/user/truthloader>
- www.periodismociudadano.com
- <http://gglassday.com/>
- <http://googleblog.blogspot.com>