



Edita: LAboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 9 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Almiron Roig, Núria (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61 (La Laguna, Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>

[**Revisor/ra:** Es un artículo que contribuye en el desarrollo del periodismo como ciencia. La discusión sobre el periodismo cívico y la convergencia digital es bastante apropiada. El autor o autora, lejos del determinismo tecnológico, busca base teórica para discutir los puntos positivos y negativos de la revolución tecnológica y sus efectos en los medios de comunicación... Describe su punto de vista con riguroso criterio científico.]

Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder

The Values of Journalism in the Digital Convergence: Civic Journalism and Fifth Power

Artículo recibido el 17 de junio de 2006
Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 18 de junio de 2006
Enviado a revisión el 19 de junio de 2006
Aceptado el 1 de julio de 2006
Publicado el 5 de julio de 2006

Dra. Núria Almiron Roig © [C.V.]

Profesora ayudante
Departamento de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona
nuria.almiron@uab.es

Resumen: La convergencia digital está teniendo repercusiones de enorme magnitud sobre la profesión periodística. Entre ellas la modificación de los patrones de producción, distribución y consumo de la información y, para algunos, también, lo que podríamos denominar la creación de una nueva versión de periodismo, el periodismo cívico. Todo ello repercute, a su vez, directamente, sobre la crisis de credibilidad del periodismo tradicional. Este artículo reflexiona acerca de si la convergencia digital fortalece o debilita los valores del periodismo y si puede considerarse que las nuevas tecnologías favorecen la creación o consolidación de un nuevo periodismo y de un quinto poder –una plataforma en posición de multiplicar la transparencia informativa al convertirse en vigilante de los vigilantes. Para la autora la actual crisis de valores del periodismo sólo se resolverá protegiendo el ejercicio de esta profesión, por su responsabilidad social, o bien asumiendo la pérdida de su función democrática –con las consecuencias que ello puede tener para nuestros sistemas sociopolíticos.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC – convergencia digital – periodismo cívico – crisis de valores – quinto poder – plataformas independientes – profesión periodística – consumo de la información – credibilidad.

Abstract: Digital Convergence is having a big impact on the journalism profession. It alters the patterns of information production, information distribution and information consumption. For some, it's also generating what could be called a new version of journalism, the civic journalism. All this has a direct impact on the credibility crisis suffered by traditional journalism. This paper tries to answer two questions. First, does digital convergence strengthen or weaken the values of journalism?; Second, do new technologies favour the creation and consolidation of a new journalism and of a Fifth Power or info-communicative platform, able to multiply information transparency by becoming the watcher of the watchers? According to the author, the current crisis of values of journalism will only have a chance to be overcome by protecting the professional practice, due to its social responsibility, or assuming the lost of its democratical function –altogether with the consequences that this may have on our sociopolitical systems.

Key Words: Information and Communication Technologies, ICT – digital convergence – civic journalism – participative journalism – values crisis – fifth power – independent platforms – journalism profession – information consumption – credibility.

Sumario: 1. Introducción. 2. La función del periodismo y los elementos o valores que definen a la profesión. 3. Los valores del periodismo frente a la convergencia digital. 4. La crisis de los valores del periodismo. 5. Civic Journalism: Periodismo 3.0 o periodismo cívico. 6. Las plataformas independientes: el embrión de un quinto poder. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía. 9.

Notas.

Summary: 1. Introduction. 2. The role of journalism and the elements or values that define the profession. 3. The values of journalism in front of the digital convergence. 4. The crises of the values of journalism. 5. Civic journalism: journalism 3.0. 6. The independent platforms: the 5th power seeds. 7. Conclusions. 8. References. 9. Notes.

1. Introducción

Cuando a mediados de los noventa el uso de Internet empezó a extenderse en los países desarrollados en paralelo al proceso que ha venido en denominarse convergencia digital –la fusión de la informática, las telecomunicaciones, el audiovisual y los medios de comunicación–, algunos auspiciaron el fin de la profesión periodística. En un escenario en el que todos tenemos acceso por igual a toda la información disponible, el intermediario periodístico parecía dejar de tener sentido. Ante la evidencia de que, no por disponer de toda la información a su alcance, la sociedad estaría mejor informada y sabría interpretarla, la posterior emergencia en Internet de nuevos géneros ciberperiodísticos aportaba el elemento que faltaba a la teoría del fin del periodismo: los periodistas ya no serían necesarios porque cualquiera podría acceder a los hechos y un ingente colectivo de individuos pertrechados tras nuevos ciberformatos [1] ayudaría a interpretarlos. Con la aparición de estas nuevas fórmulas, y muy destacadamente con el denominado civic journalism o periodismo cívico, el fin del periodismo tradicional y el surgimiento de un quinto poder se han convertido en reivindicaciones comunes en las páginas de publicaciones digitales de todo tipo [2].

En el extremo opuesto, numerosos profesionales de medios tradicionales han considerado y hecho públicas sus escépticas, cuando no reticentes, visiones del resultado de tal convergencia. En las interpretaciones más radicales, las nuevas tecnologías no aportarían nada nuevo a la profesión periodística, en la medida que lo esencial de ésta, sus elementos principales, no se ven alterados en forma alguna por la convergencia digital. La convergencia sería exclusivamente tecnológica, estructural, si se quiere, pero en modo alguno afectaría a los objetivos de la profesión periodística, a sus cimientos y a sus valores o, en su defecto, incluso los dañaría. El periodismo tradicional seguiría siendo imprescindible en las sociedades democráticas para garantizar la libertad de sus individuos.

Lo que proponemos a continuación es analizar los argumentos que subyacen bajo estas dos visiones y confrontarlos entre sí. Para ello se empezará definiendo el marco de análisis: cuáles son los elementos o principios esenciales de la profesión periodística y qué implicaciones tienen para ellos las nuevas tecnologías y en especial la convergencia digital. Este contexto estaría incompleto sin el análisis de la situación actual, en crisis, del periodismo con respecto a esos principios esenciales. A continuación se evaluará la noción de periodismo cívico y su papel en el periodismo actual así como la potencial creación de un quinto poder en forma de nuevos medios fiscalizadores de los tradicionales.

2. La función del periodismo y los elementos o valores que definen a la profesión

De la importancia de los medios de comunicación en un Estado de derecho han teorizado muchos filósofos y sociólogos políticos desde Alexis de Tocqueville (1805-1859). “La prensa es, por excelencia, el instrumento democrático de la libertad”, afirmó el ahora reivindicado pensador francés (Tocqueville: 1989: 389). La libertad de prensa, argüía Tocqueville, constituye un recurso democrático de la mayor importancia para constituir una opinión pública independiente que actúe de salvaguarda de las libertades. Y para que haya opinión pública se requiere en primer lugar que haya libertad de opinión y, a su vez, para que las opiniones libremente formuladas circulen rápidamente y tengan una auténtica repercusión en una sociedad igualitaria, el recurso más apropiado es lo que hasta ahora denominábamos la prensa (Ros: 250), actualmente en proceso claro de redefinición por causa de la convergencia digital.

Desde Tocqueville, los medios de comunicación como sector de producción han pasado por distintas etapas en una evolución que ha recorrido un largo camino no siempre acorde con la noción del pensador francés (ver por ejemplo Curran, 2002: 13-86). Sin embargo, actualmente, es una axioma aceptado de forma bastante consensuada que el propósito principal del periodismo debería ser proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos. Así lo definían por ejemplo Bill Kovach y Tom Rosenstiel en la obra que plasmaba los resultados de un estudio realizado por el Project for Excellence in Journalism y el Comité of Concerned Journalists (Kovach y Rosenstiel: 2003: 24). En este estudio, realizado a partir de entrevistas con periodistas estadounidenses, se intentó averiguar cuáles eran los elementos esenciales que debían caracterizar al periodismo en opinión de sus profesionales y los resultados mostraron nueve rasgos en los que todos los entrevistados coincidían inusualmente. Según los periodistas estadounidenses, la profesión debe regirse por nueve principios:

- Buscar la verdad.
- Mantener la lealtad ante todo a los ciudadanos.
- Mantener una disciplina de verificación.
- Mantener la independencia con respecto a aquellos de los que se informa.
- Ejercer un control independiente del poder.
- Constituirse en foro público de la crítica y el comentario.
- Esforzarse por ofrecer información sugerente y relevante.
- Esforzarse por ofrecer información exhaustiva y proporcionada.
- Respetar la conciencia individual del profesional del periodismo.

En conjunto, convenientemente matizados, estos elementos pueden constituir un referente de valores básicos –como ideales perseguibles– del ejercicio del periodismo. Los propios autores se encargan de realizar la imprescindible matización, a la que sumamos aquí la propia para poder tomar los resultados de su investigación como un corpus del que poder partir para nuestra reflexión.

Sin duda, la principal puntualización debe realizarse a la formulación del primer principio. Kovach y Rosenstiel ya dejan claro que “Buscar la Verdad” no significa caer en la trampa de la objetividad. El periodista, sujeto en sí mismo, no puede ser objetivo, pero, según estos autores, sí puede serlo su método. Perseguir la mejor versión posible de la verdad empleando un método de trabajo objetivo tampoco significa dejar que hablen los hechos. Los hechos por sí solos pueden no transmitir la verdad, de forma que la interpretación de los mismos es necesaria, siempre y cuando sea desinteresada. Esta función de búsqueda de la verdad de forma desinteresada (objetivamente, con un método) es lo que diferencia al periodismo de otras formas de comunicación según Kovach y Rosenstiel. Y nos parece éste un precepto con el que se puede estar muy de

acuerdo. Sin embargo, la formulación del principio como búsqueda de la “mejor versión posible de la verdad” no deja de reconocer implícitamente la existencia de Una única Verdad perseguible, algo que implica una objetivación subyacente del hecho. Es decir, la creencia en que los hechos son objetivables o, para ser más exactos, que hay algo o alguien que aporta el parámetro definitivo para su objetivación. Parece mucho más sensato, no obstante, formular el principio como de búsqueda de la mejor información posible, tal y como defiende el profesor Francesc Burguet en su magnífica obra sobre las trampas del periodismo, donde se argumenta profusamente que la mejor información no es la que pretende ceñirse a los hechos, sino aquella que los contextualiza, explica e interpreta (Burguet, 2004). Kovach y Rosenstiel vienen a decir lo mismo pero no consiguen desprenderse de la retórica de la verdad de la potente escuela positivista norteamericana.

El resto de principios vendrían a definir ese método que, objetivo o no, aportaría unas mínimas garantías de la honestidad del trabajo periodístico. En primer lugar se propone la lealtad, pues a quién debe lealtad el periodista también le define como tal. Si la lealtad es para cualquier otro que no sea el lector, oyente o telespectador, no se está ejerciendo periodismo sino que se están haciendo otras cosas (por ejemplo propaganda, publicidad, negocios). Kovach y Rosenstiel llegan a afirmar que no traicionar esa lealtad con el ciudadano es la fuente de la credibilidad del periodismo y su mejor activo. En segundo lugar se exige la verificación, pues verificar una información antes de hacerla pública es lo que diferencia al periodismo del entretenimiento, la propaganda, la ficción o el arte. La verificación, a su vez, requiere de un método, para que los aspectos personales o culturales no interfieran en la veracidad de las noticias. Subsiguientemente, debe mantenerse una independencia con respecto a aquellos de quienes se informa y ejercerse una vigilancia o función de control hacia los agentes que ostentan el poder en la sociedad.

El periodismo debe constituirse así mismo en foro público, esto es, en foro plural, proporcionando un espacio de crítica y comentario de todas las tendencias ideológicas. La función de los medios como espacios de foro público fortalece a la democracia al posibilitar la expresión de la pluralidad. Por otro lado, el principio de que el periodismo debe ofrecer informaciones sugerentes y relevantes es especialmente significativo. Con ello se hace referencia a la necesidad del periodismo de ocuparse de los temas importantes y de explicar por qué lo son. Pero además, el periodismo debe abordar los temas de forma exhaustiva y proporcionada, lo cual distingue a la información importante de la intrascendente –para evitar la confusión que genera, por ejemplo, una cobertura desproporcionada de hechos que afectan estrictamente a la vida privada de las personas.

Por último, el noveno principio expresado por los periodistas estadounidenses vendría a ser la plasmación de una evidencia. La responsabilidad de los periodistas con su propia conciencia, y su obligación de no traicionarla ni permitir que sus empleadores no la respeten, sería un requisito previo para cualquiera que pretenda seguir los principios anteriores. Ahora bien, se traduce de todo lo anterior que no sería un requisito suficiente, porque la honestidad no se basta sin un método. Del mismo modo que el método no es suficiente si no existe un comportamiento honesto. Todo lo cual está verbalizado de forma teórica e impecable por Burguet, en su prolija defensa de que no puede haber ética sin competencia –ni competencia sin ética– en la práctica periodística honesta, pues tan peligroso es un manipulador competente como un honesto incompetente: “[...] l'objectivitat i la veracitat informatives remeten sense solució a la voluntat i la intenció de la periodista, que només podrà ser ètica des de la competència professional i la responsabilitat personal” (Burguet, 2004: 81).

Atendiendo a estos nueve principios, definidos en la dirección apuntada, es posible trazar un análisis de la salud del periodismo actual –algo que realizan Kovach y Rosenstiel, concluyendo que los valores del periodismo actual están en crisis–. Pero también es posible realizar un análisis comparado de los mismos para dilucidar cuál es su interrelación con la convergencia digital; para detectar, en suma, qué implicaciones tienen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en ellos. La cuestión que se plantea es, pues, si las nuevas tecnologías de la información y la comunicación provocan y/o aceleran esta crisis de valores de la profesión periodística o si, por el contrario, constituyen un aliado valioso para luchar contra ella. La cuestión que, en definitiva, se pretende aclarar es si la convergencia digital motiva el debilitamiento de los elementos esenciales del periodismo o si, por el contrario, los fortalece.

Atendiendo a lo anterior, también, es posible observar que tanto los más tecnófilos como los más tecnófobos, cuyas posturas esbozábamos vagamente al inicio de este artículo, comparten una misma visión, a saber: que para considerar a algo periodismo deben satisfacerse buena parte de –cuanto no todos– los criterios anteriores. Podríamos decir que unos y otros defienden los mismos valores, o la existencia de unos valores comunes cuanto menos –de ahí el consenso demostrado en el estudio citado–, pero les diferencia el peso que las TIC tiene en ellos. Mientras que para los primeros el periodismo está en crisis y sólo puede ser salvado por las tecnologías o, en su defecto, el periodismo que permiten las TIC es el único que recupera el sentido de la profesión; para los segundos, las TIC, y sus nuevas fórmulas, no pueden salvar al periodismo, e incluso pueden acabar de socavar sus principios fundamentales [3].

El verdadero papel de las TIC y de la convergencia digital en el ejercicio del periodismo se erige pues como factor clave para dilucidar lo que le está sucediendo a la profesión.

2. Los valores del periodismo frente a la convergencia digital

Del estudio realizado para un seminario impartido a periodistas colombianos en 2005 con respecto a los citados principios básicos del ejercicio del periodismo, se desprendieron distintas implicaciones negativas y positivas de la convergencia digital con los valores del periodismo, que se presentan sintetizadas a continuación [4].

En primer lugar, con las TIC, y con Internet en particular, las versiones de los hechos (la verdad de Kovach y Rosenstiel) en circulación se multiplican exponencialmente, generándose versiones infinitas de lo que llamamos realidad. Y “dada la falta de fiabilidad de las nuevas fuentes de información” (Echeverría: 1999: 319), la convergencia digital conduce a un aumento todavía mayor de la confusión. Pero si bien es cierto que tenemos infinitas versiones de la información a nuestro alcance también es cierto que, entre ellas, casi siempre se encuentra también a nuestro alcance la mejor versión posible. O, cuanto menos, la mayor información disponible permite aumentar las posibilidades de conseguir la mejor versión posible de un hecho, entendiendo por mejor aquella que atiende de forma más rigurosa al contexto implícito y explícito del mismo (Burguet, 2004: 223-240).

En segundo lugar, las TIC generan una revitalización de la trampa de la objetividad. La posibilidad de que todos tengamos acceso a los hechos fomenta un periodismo de los hechos, fundamentado en el “escepticismo epistemológico” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 56): dado que la verdad no existe, remitámonos sólo a los hechos. Pero los hechos pueden resultar insuficientes incluso para trasladar algo lejanamente próximo a una información honesta. Es preciso informar de la “intención” que esconden los hechos (Burguet, 2004: 148). Para Burguet, la objetividad además de imposible es “insuficiente”, porque los datos reclaman ser interpretados para que el receptor de la información pueda saltar de su significado inmediato, a

menudo insustancial, a su sentido profundo, contextual (Ibid: 129).

Pero si las TIC revitalizan la trampa de la objetividad también pueden suponer un beneficio en la metodización del periodismo. La informatización de la profesión facilita la instauración de métodos objetivos de obtención de la información (para garantizar la búsqueda desinteresada de la mejor versión) –piénsese en cualquier tipo de técnica informatizada que se pueda aplicar a las fases de recopilación y manipulación de la información–. La tecnología dota de mayores recursos para construir ese método o disciplina de trabajo que suministra al periodista honesto la competencia necesaria.

Por otro lado, y paradójicamente, la tecnología puede llegar a debilitar el proceso de verificación periodístico. A medida que los periodistas pasan más y más tiempo tratando de sintetizar la cada vez mayor afluencia de datos que facilitan las fuentes cada vez más numerosas (todo ciudadano con capacidad de volcar información en las redes es una fuente potencial), existe el riesgo de que lleguen a desempeñar un papel más pasivo, de que lleguen a ser meros receptores de la información que fabrican otros. Existe el peligro que el viejo periodismo de verificación sea sustituido por un periodismo de pura “aserción” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 109).

Pero si bien la tecnología debilita el proceso de verificación, también es cierto, al mismo tiempo, que la tecnología aporta mayores posibilidades de verificación. Si las rutinas diarias no se dejan someter a la dictadura de la velocidad, evitando convertir a la tecnología en un fin, la verificación puede tener en la tecnología a una gran aliada. Las mayores posibilidades de verificación vienen dadas por la ubicuidad y la mayor accesibilidad de la información –piénsese aquí en registros públicos, en documentación oficial, en la interacción con investigadores de otros países o en cualquier posibilidad de corroboración inexistente antes de la llegada de las TIC y, muy especialmente, de Internet.

En cuarto lugar se experimenta hoy en Internet una proliferación de actos comunicativos que confunden con la bandera de la independencia. Las nuevas actividades comunicativas e informativas surgidas en Internet, especialmente los Weblogs, confunden al reivindicar para sí una independencia presuntamente superior a la del periodismo tradicional. Muchas ocultan, sin embargo, un apoyo, e incluso una financiación, de ideología nada neutra, mientras la mayoría confunden la ausencia de fuentes de financiación con la ecuanimidad, la objetividad o la equidad. Pero no basta con no recibir dinero de nadie para ser independiente. La independencia en periodismo está formada por otros elementos, además de por un modelo de financiación cuya lógica no predomine por encima de los objetivos del periodismo. Están también la transparencia (no ocultar la fidelidad a determinados principios), el distanciamiento personal (a fin de mantener la claridad de ideas y hacer valoraciones independientes) y el compromiso personal (la conciencia de responsabilidad social). La blogosfera no garantiza automáticamente ninguno de ellos.

Sin embargo, la tecnología aporta, paralelamente, mayores posibilidades de distanciamiento del periodista. Distanciamiento proporcionado por la mayor disposición de fuentes, canales de verificación, contactos e interacción con otros profesionales. Distanciamiento que puede, no obstante, correr el peligro de derivar en aislamiento si como descubre David Randall el mayor número de canales de información digitales impiden que el periodista salga a la calle lo suficiente (Randall, 2005).

En quinto lugar, el modelo económico de organización dominante que se ha impuesto a lo largo del siglo XX en la industria de la comunicación tiende a lo que los estadounidenses denominan el *corporate media* (McChesney, 2005 y Artz y Kamalipour, 2003), la integración de los medios de comunicación en corporaciones de enormes dimensiones cuyas actividades principales se realizan crecientemente en sectores distintos al de la comunicación. En España, los conglomerados de comunicación todavía no han diversificado tanto sus actividades como para constituirse en *corporate media* pero se rigen principalmente por los mismos objetivos de rentabilidad empresarial (Reig: 1998: 35-149). –objetivos muchas veces incompatibles con los criterios periodísticos que deben primar en las empresas de comunicación. La llegada de las TIC no sólo no acaba con este modelo (como afirma Robert McChesney, “merely having the ability to launch a website does not magically transform the media system”, 2005: 17) sino que constituye en realidad parte del mismo (“la nueva sociedad que surge de ese proceso [la revolución tecnológica] es tanto capitalista como informacional” afirma Manuel Castells quien reconoce que, si bien no puede reducirse a la simple expresión de los intereses capitalistas, esta revolución tecnológica es “remodelada en su desarrollo y manifestaciones por la lógica y los intereses capitalistas”, Castells: 1998: 39). De modo que las TIC, base y sustrato de la actual economía informacional, si algo hacen a priori es fortalecer el modelo económico dominante de organización de la industria de los medios de comunicación más que debilitarlo [5] y por ello la función democrática del periodismo sigue igual de amenazada o incluso más. Y ello es así porque la propiedad de los medios de comunicación permite hoy, con su convergencia y ubicuidad, controlar más que nunca la versión de los hechos que se extiende.

Así que el modelo de organización económica no cambia por la revolución digital pero, no obstante lo anterior, la tecnología nos dota de más herramientas para la fiscalización. Efectivamente, la función de fiscalización de los poderes públicos y privados es mucho más viable hoy gracias a las tecnologías de la información y la comunicación. La contabilidad pública de las empresas, la normativa vigente, las declaraciones oficiales –sea cual sea su sede de emisión geográfica– están a unos pocos clics de distancia. Y no es menos cierto que las TIC afectan de lleno al modelo de negocio de las industrias basadas en la explotación de los derechos de autor o copyrights, vinculadas en algunos casos a grupos de comunicación. Los propios medios de comunicación tienen problemas para aplicar su modelo tradicional de negocio a Internet, para algunos incompatible con la red [6] –aunque esto último no significa que el modelo de organización económica de la industria de los medios, basado en criterios estrictamente comerciales y amparado por grandes estructuras empresariales, se vea por el momento alterado.

En sexto lugar, la tecnología también crea la falsa ilusión de la innecesariedad del periodista. Innecesariedad en un doble sentido: por la supuesta prescindibilidad de los intermediarios en una era en la que todos, aparentemente, tenemos el mismo acceso a la información, por un lado; y, también, por la aparente posibilidad de que cualquiera, al disponer de la información y de acceso al canal, pueda actuar de intermediario. Pero, retomando lo dicho antes, los hechos por se no bastan y es inverosímil esperar que los ciudadanos lleven a cabo la ardua tarea de identificar todos los contextos posibles, explícitos e implícitos, para poder interpretar los hechos de los que tengan conocimiento. Y si, además, la tarea de los periodistas viene a ser sustituida por foros sin consideración por los hechos y por debates basados en los prejuicios, las creencias personales y las suposiciones estaremos sustituyendo espacios informativos por otra cosa, llámese tendenciosidad, libertad de expresión o simple “provocación” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 187).

Bien al contrario, ante la falsa ilusión de innecesariedad del periodista, podemos afirmar lo contrario: en el marco de la convergencia digital el periodista es más necesario que nunca. Lo es para ampliar el contexto y la interpretación de las noticias en una sociedad sobrecargada de información y de versiones de la verdad pero con “una capacidad interpretativa” disminuida porque la mayoría de sus individuos se mantiene en “su ‘cueva cibernética’, sin conocimiento de la realidad profunda de lo que tiene ante sí y de los mensajes que recibe”; es decir, desconociendo en gran medida “las claves de las

intencionalidades informativas y de las políticas de comunicación, así como el entramado de la economía política de la información y la comunicación” (Reig, 2001: 227 y 211).

Adicionalmente, las nuevas tecnologías se caracterizan por muchas cosas pero, sin duda, uno de sus rasgos más visibles es la aceleración que imprimen a todos los procesos. La velocidad es tal que posibilita la inmediatez y el tiempo real, y ambas cualidades, en periodismo, son sinónimas de rentabilidad pero también disparan la competitividad [7]. No es exagerado afirmar que en muchos casos la velocidad se acaba convirtiendo en un fin en sí misma. Así, lo urgente puede acabar restando fuerza a lo importante y la prisa por informar o comentar, sustituyendo a la verificación. No son pocos los que piensan que, con frecuencia, la revolución de las comunicaciones afecta más a la mera transmisión que a su recopilación. Las TIC pueden servir, en definitiva, para espolear la tendencia de desear ser los primeros en informar de algo, aunque sea al precio de restarle rigor y verificación.

Por contra, frente a los peligros de la velocidad, se hace evidente que el cambio tecnológico en realidad puede ser un gran aliado del periodismo de investigación. Las TIC dotan de poderosas armas a la investigación periodística en general y al periodismo de investigación en particular. Mediante la multiplicación de las fuentes, de su acceso a distancia y ubicuo, de la informatización de la explotación y gestión de los datos y de la posibilidad de compartir éstos en tiempo real con investigadores de todo el planeta, la tecnología se constituye en la mejor aliada del periodista de investigación. Ello es tan cierto que algunas de las principales plataformas independientes de las que hablaremos después basan sus objetivos en la optimización del uso de las TIC por parte de los periodistas.

Por último, con las nuevas tecnologías se experimenta una falsa ilusión de amplitud del foro. La amplitud del foro –supuesto garante del pluralismo que debe reflejar el periodismo para ejercer su función democrática–no aumenta automáticamente el abanico informativo. Las TIC podrían de este modo estar ayudando a alimentar lo que el profesor Reig denomina la dinámica del “pluralismo aparente” (Reig, 2001: 220) o del “pluralismo aplural” (Reig, 1995), dinámicas que se explican con la frase de Guillem Gironés: “Los medios de información no se distinguen por lo que dicen –todos lo mismo–sino por lo que callan” (en Reig, 2001: 229). Y desgraciadamente ese lo mismo no siempre es relevante ni se explica proporcionalmente. A pesar de que es evidente que la amplitud del foro no garantiza la relevancia del contenido informativo ni su proporcionalidad, a menudo parece olvidarse que la tecnología no basta para garantizar el pluralismo.

Por otro lado, no deja de ser también obvio que al margen de la decepción que pueda producir constatar la ausencia de pluralismo real –ausente a pesar de las bondades de la tecnología–, sin embargo, esta misma tecnología es una gran impulsora de las plataformas independientes que pueden devolver la credibilidad al periodismo o, cuanto menos, actuar como vigilantes del mismo. Y lo hace al dotarlas de más recursos y poner en contacto de forma más estrecha a sus miembros, cuyo ámbito de interrelación e interacción es hoy planetario. Es en este aspecto donde las tecnologías e Internet a la cabeza están provocando que algunos hablen del surgimiento de un quinto poder; un quinto poder que vendría a vigilar al cuarto, que vendría a fiscalizar el ejercicio de una profesión clave para la democracia y que hoy se encuentra subsumida en una importante crisis. Pero antes de abordar en qué consiste este quinto poder y su capacidad para contrarrestar la crisis del periodismo debemos describir cuál es esta crisis y sus causas.

3. La crisis de los valores del periodismo

La convergencia digital ha tenido consecuencias evidentes en la forma en como se produce, distribuye y consume la información a lo largo de los últimos veinte años. Desde la aparición de los ordenadores personales a principios de la década de 1980 –que, entre otras cosas, dejó sin trabajo a miles de tipógrafos al adoptarse la tecnología informática para la composición de los textos– hasta la creación de la World Wide Web a principio de la de 1990 –que unificó todas las redes de comunicaciones del planeta– se sucedieron profundas transformaciones. Tecnologías de comunicación esenciales en el periodismo como los teletipos y el fax quedaron obsoletas y las redacciones conectaron todos sus puestos de trabajo entre sí y éstos con el exterior. La proliferación de nuevos medios de comunicación gracias a la ubicuidad y el abaratamiento de la tecnología confirmó los peores augurios: en pleno inicio de la expansión de Internet, David Randall reconocía que el primer paso para clarificar las ideas era “aceptar que, en un mundo donde los medios alternativos de comunicación están proliferando a un ritmo acelerado, la difusión general de los periódicos descenderá” (Randall, 1999: 246). Efectivamente descendería, pero en España lo haría, al menos hasta hoy, más por efecto de los nuevos periódicos gratuitos –impresos y distribuidos en papel y a través de Internet– que por causa y efecto de la aparición de los llamados periódicos digitales, la prensa tradicional o nueva distribuida a través de Internet (Cerezo y Zafra, 2003).

El modelo de negocio de los periódicos tradicionales –que no el sistema económico de organización del sector– puede estar en crisis –o no, pues algunos están empezando a rentabilizar sus versiones digitales (Pisani, 2005)–, pero de lo que no cabe ninguna duda es del difícil cumplimiento en el contexto actual de buena parte de los valores que definíamos anteriormente como esenciales para la práctica periodística. Estos valores son hartamente incalcanzables en el actual escenario, el del periodismo corporativizado “o de mercado” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 44) que supone la sumisión de la empresa periodística a criterios de mercado y amenaza con disolver al periodismo independiente en la lógica empresarial movida exclusivamente por criterios comerciales. La crisis del periodismo es pues una crisis eminentemente de valores, que lo llevan a estar “cada vez más disociado de cualquier noción de responsabilidad cívica” [8].

Para Kovach y Rosenstiel la crisis de los valores del periodismo no se debe sin embargo a las TIC ni a Internet sino principalmente a la corporativización de los medios: “La fusión de empresas periodísticas amenaza la supervivencia de la prensa como institución independiente a medida que el periodismo se convierte en una actividad subsidiaria dentro de grandes corporaciones que basan su gestión en otros objetivos”(ibid: 45) –esencialmente económicos, cuantitativos, y no de responsabilidad cívica o cualitativos.

Pero que las TIC no sean las causantes directas de la crisis del periodismo no significa que no contengan amenazas para el mismo. El análisis del apartado anterior muestra tantas oportunidades como peligros en lo que constituye un reflejo de la ausencia total de determinismo [9]. En este sentido, asumimos como propias las palabras de Robert McChesney al respecto de la revolución digital y su mitificación:

“The (...) myth is that the Internet will set us free. We have no reason to worry about corrupt policymaking, corporate control, lousy journalism, or hypercommercialism because the advent of the Internet ends the problem of broadcast scarcity (...) and means that everyone communicates on a relatively equal playing field. (...) Anyone can launch a blog or website to finally compete with the big guys. It is just a matter of time until the corporate media dinosaurs disappear beneath the tidal wave of new media competition” (McChesney, 2005: 17).

Mito que se enfrenta a esta realidad:

“The Internet and the digital communication revolution are in fact radically transforming the media landscape, but how they do so will be determined by policies, not by magic. (...). How the Internet develops in the future will have everything to do with policies, ranging from the application of copyright law through the allocation of spectrum for open wireless systems to policies that assist in the production of independent media content on the Internet. The one point that is already clear is that merely having the ability to launch a website does not magically transform the media system” (Ibid.).

Como describe Sasha Costanza-Chock (2005: 259-274), las políticas de comunicación relativas a los medios de comunicación se han globalizado para insertarse en el proceso global de desregulación y liberalización en el que está inmersa la economía del planeta desde la revolución conservadora de 1980. Estas políticas, progresivamente en manos de estamentos no democráticos internacionales [10], son las diseñadoras de un modelo organizativo económico basado en lo que algunos autores denominan la corporatocracia –la alianza entre grandes gobiernos, bancos y corporaciones (Perkins, 2005). Se trata de un reducido grupo de agentes, entre los que destacan un grupo de grandes empresas multinacionales que basan su actividad en la concentración, la globalización y la diversificación. Es decir, en aumentar su tamaño tanto como sea posible, en distribuir y vender sus productos en todo el planeta y en ampliar sus actividades para diversificar riesgos.

En síntesis, la actual crisis de valores del periodismo se enmarcaría en una crisis más global, la crisis de la política que, por activa o por pasiva, ha conducido o permitido la mercantilización de una actividad clave para el correcto funcionamiento de las democracias modernas. Y siendo así, bastaría con que las políticas de comunicación aprovecharan las oportunidades que brindan las TIC para impulsar la recuperación de los valores del periodismo. Pero esta ya es otra cuestión. Centrémonos a continuación en esa mezcla de mitos y realidad referidos por McChesney.

4. Civic Journalism: Periodismo 3.0 o periodismo cívico

Uno de los fenómenos que más expectativas parece estar generando en términos de influencia en el futuro del periodismo es el denominado como Periodismo 3.0 [11] o periodismo cívico, concepto extendido especialmente a raíz de la proliferación de los cuadernos de bitácoras personales o Weblogs. Los defensores del mismo lo presentan actualmente como sucesor de la corriente de pensamiento nacida en la primera mitad del siglo XX y representada por el filósofo John Dewey, quien ya hablara de civic o public journalism. Y al hacerlo, están implícitamente erigiéndose en alternativa frente a los herederos de Walter Lippman, su otrora antagonista intelectual.

En 1922, Walter Lippman publicó *Public Opinion* (Lippman, 2003), un texto que tendría enorme influencia y en el que criticaba abiertamente cualquier modelo de democracia que situara excesivo poder en manos del público. Su tesis era que la democracia participativa era impracticable y que el gobierno debía delegarse a los especialistas (políticos aconsejados por técnicos). Lippman no divagaba, su obra iba acompañada de abundantes pruebas de los efectos de la propaganda política y la publicidad comercial sobre las ideas de la gente y argüía que tales ideas no eran más que el resultado de una manipulación. A este proceso de manipulación de la conciencia lo denominó “fabricación del consentimiento”, una expresión que Noam Chomsky y Edgard S. Herman popularizarían muchos años después (Herman y Chomsky, 1988). En el ejercicio del periodismo, Lippman, periodista él mismo, fue el impulsor del concepto de objetividad, cualidad que debía lograrse con la verificación. El periodista era pues un especialista de la información y cualquiera no estaba en disposición de hacer su trabajo –o al menos de hacerlo objetivamente.

En franca oposición a las tesis de Lippman y como réplica directa a las mismas, John Dewey publicó en 1927 *The Public and its Problems* (Dewey, 2004), un alegato a favor de la democracia participativa. Dewey no se oponía a la idea de Lippman que la política, y el periodismo, debían estar en manos de los expertos, pero defendía que los temas se discutieran públicamente, entre todos los ciudadanos, una vez se les hubiera informado sin manipulaciones. Dewey reconocía las dificultades de lo que proponía pero abogó por aplicar más imaginación –y más educación y cultura– a los problemas. Llegó a decir que la falta de confianza de Lippman hacia la democracia participativa era fruto de su falta de imaginación –precisamente una de las acusaciones que los defensores del webloging lanzan actualmente contra sus críticos.

Los citados Kovach y Rosenstiel bien podrían considerarse herederos de la búsqueda de la objetividad de Lippman, una búsqueda que es considerada una entelequia para los defensores del periodismo cívico. Si bien los primeros recuerdan que tal objetividad no proviene del sujeto periodista, sino de su método, lo cual les hace independientes incluso de sus propios prejuicios, los segundos defienden el compromiso, en forma de activismo social y político, de los blogs y se definen como platónicos. Frente al realismo de Lippman, cuya objetividad consideran ha fracasado, oponen el reino de las ideas: “Este nuevo periodismo es la manifestación informativa de la Política 3.0. (...). La Política 3.0 es platónica, no aristotélica. Es de ideas, no de hechos” (Varela, 2005).

Entre Platón y Dewey, los defensores del periodismo platónico sitúan también en las raíces del fenómeno a Tom Paine, el activista norteamericano cuyos panfletos políticos inspiraron al movimiento en pro de la independencia de los Estados Unidos en el siglo XVIII. Dan Gillmor, por ejemplo, lo hace en su libro *We the Media* (2005), donde define este “nuevo periodismo” como un periodismo de fuente abierta (open source journalism), colaborativo, personal, ciudadano (citizen reporter) o de base (grassroots journalism). La lectura de este texto, cuyo autor es un acérrimo defensor de los blogs, es reveladora pues pone de manifiesto la manifiesta confusión que se está generando entorno al fenómeno y su vinculación con el periodismo. No se afirma con esto que Gillmor esté confundido pero sí que su postura, y la de muchos otros, puede llevar a confusión, en la medida que no sea lo suficientemente explícita. En el caso de Gillmor, no es hasta las últimas páginas del citado libro cuando su autor aclara que su defensa del periodismo de fuente abierta se refiere exclusivamente al uso que los periodistas puedan hacer de Internet y, más en concreto, de los blogs. La conversación en que se convierte el periodismo, la colaboración y participación ciudadana, la construcción de las noticias por parte del público que se defiende en el libro, lo es siempre canalizándose a través de un periodista. Gillmor no sólo reconoce que cualquiera no puede ejercer de periodista (“Being a reporter involves some basic practices”; Gillmor, 2005: 189), sino que reivindica la figura del editor que valida el trabajo de sus periodistas:

And we still need editors. (...)

Good editors add their own experience in a different way. They are trained, mostly through long experience, to look for what’s missing in a story. They ask tough questions, demand better evidence for assertions, and, ultimately, understand how this thing we call journalism comes together (Ibid.: 135).

En realidad Gillmor, a pesar de su retórica apasionada reconoce que estos nuevos formatos no son nada nuevo. O, mejor

dicho, que lo único nuevo de los mismos es su carácter global y su tempo: "Blogs and other modern media are feedback systems" (Ibid.: 217), algo que ya eran los periódicos y la radio antes que ellos, afirma. Y aunque Gillmor termine su libro con un alegato que pueda llevar a error ("You can make your own news. We all can", Ibid.: 241), en las páginas inmediatamente anteriores no deja lugar a dudas: el cambio está en la actitud de los periodistas y los medios ("journalists must (...) embrace the technology that makes collaborative reporting possible", Ibid.: 130) y en la actitud de los ciudadanos ("they must be active users of news, an not mere consumers", Ibid.: 238), no en la desaparición de los periodistas y los valores de la profesión. El periodismo open source de Dan Gillmor no es más que el periodismo de siempre, basado en sus principios elementales, pero mejorado y ajustado a las necesidades de la sociedad gracias al multiplicado feedback ciudadano que permite la tecnología (y que ni siquiera es nuevo: "Inviting the audience to contribute isn't a new phenomenon", Ibid.: 120).

El mejor ejemplo de lo que Gillmor entiende por open source journalism se encuentra al final del texto, cuando el autor narra cómo en su confección aplicó explícitamente las técnicas del periodismo de código abierto que promueve en sus páginas; lo cual no significa que fueran sus lectores los que le escribieran el libro sino que, tras publicar en su blog los borradores de los capítulos, los lectores los leyeron y dieron sus opiniones. Y uno de estos lectores le replicó con una interesante observación que hacemos nuestra:

"If what you are describing is truly tomorrow's journalism, I fear that democracy is doomed. I lead with this alarmist statement because as I understand what you're describing only a tiny elite engages with political/news blogs; democracy needs a tomorrow's journalism that reaches and activates a broad audience. (...). The sad truth is, most people are passive consumers of news who, because of the insider jargon blogs tend to be written in, couldn't decipher most blogs even if they signed on; the segment of the citizenry that are savvy and proactive newsseekers is very small, and I don't expect that to change much" (Ibid.: 244).

Es decir, que si la democracia depende del periodismo socializado gracias a las TIC entonces está perdida porque el fenómeno es tremendamente elitista, esto es, sólo una minoría de ciudadanos parece estar dispuesta a realizar esta implicación intelectual. De los 190.000 blogs que había en España en 2004, los ocho millones generados por estadounidenses o el millón publicado por franceses (Varela, 2005), por poner algunos ejemplos, apenas una muy ínfima parte puede ser considerada habitante "de la opinión pública crítica e lustrada, que desde la Escuela de Frankfurt describiera Jürgen Habermas, unos años después de Dewey" (Ibid.). En realidad, la mayoría practican un solipsismo digital harto intrascendente. Sólo un pequeño porcentaje realiza una actividad que pueda ser calificada como de pseudoperiodismo o actividad comunicativa con vocación informativa e interpretativa, y cuyo análisis permita llegar a la conclusión de que, si bien no constituyen un ejercicio periodístico, pueden ser un buen complemento a la información periodística (Almiron 2004 y 2005).

Obviamente la confusión no proviene de no distinguir entre blogs comprometidos (o pseudoperiodísticos) y blogs no comprometidos (o intrascendentes), sino de la tendencia a considerar todo el fenómeno en su conjunto como algo más que la mera expresión personal de individuos más o menos informados, por el simple hecho de que esta expresión se realiza públicamente. La confusión procede de la tendencia creciente a otorgar categoría de género periodístico a lo que, en su mayoría, hasta hoy, sólo eran meras conversaciones privadas. La famosa frase de Lippman de que el periodismo no debía ser practicado por "testigos accidentales no entrenados" (Lippman, 2003) recobra todo su sentido con la actual tentación de confundir compromiso con periodismo. Si bien para muchos el periodismo debe ser siempre una actividad realizada con compromiso, es evidente que no toda actividad comprometida es un ejercicio periodístico. Pero debido a que una parte de las aportaciones ciudadanas en Internet pueden ser consideradas de un modo u otro activismo, esto es, actividades comprometidas, y debido al carácter y vocación informativa e interpretativa de muchas de ellas, se genera una equívoca asociación que permite hacer cábalas a muchos sobre si el futuro del periodismo, en plena crisis de valores, pasa por desprofesionalizarse [12].

Pero el sentido común más bien parece indicar lo contrario: si queremos que el periodismo cumpla la importante función de informarnos para hacernos libres se requiere de profesionales capaces de seleccionar, gestionar y trasladar honestamente contextualizada y contrastada la información relevante a los ciudadanos. No parece sensato que, porque unos determinados valores –consensuados como ideales– no puedan cumplirse por culpa de un determinado contexto –eminente económico–, optemos por olvidar, cambiar o eliminar los valores en lugar de intentar modificar el contexto. Tampoco parece sensato que en una sociedad saturada de información en la que lo trascendente corre el riesgo de quedar sepultado por lo intrascendente se apele a la desprofesionalización de aquellos que más preparados están para gestionarla. Y todavía parece menos sensato que se deje todo en manos de la interpretación del "testigo accidental", cuando es evidente que no puede haber interpretación que se quiera de valor periodístico sino hay un conocimiento profundo y exhaustivo de los hechos.

Todo parece indicar que el nuevo periodismo cívico defendido por autores como Gillmor supone una convergencia muy positiva de las nuevas tecnologías con la actividad periodística que no sólo no hace entrar en crisis al periodismo tradicional, sino que puede tener implicaciones positivas para la lucha contra la crisis de los valores del mismo –que, como observábamos, no está provocada por la tecnología sino por la abierta contradicción existente entre la responsabilidad social de la profesión y su inserción en un entorno profundamente mercantilizado.

Adicionalmente, que el concepto de periodista esté cambiando para abrazar una versión más socializada del mismo, gracias a la interactividad que permiten las TIC, no es sinónimo de que cualquier ciudadano pueda ejercer de periodista. Sin embargo, la crisis de los valores del periodismo está sirviendo de excusa para sobredimensionar actividades que ni son nuevas ni pretenden ser periodísticas y, al hacerlo, está desfigurando su verdadera potencialidad. La crítica al periodismo corporativo no debe hacerse a costa de los valores ciudadanos de los blogs activistas.

Parece evidente, pues, que las nuevas actividades informativas e interpretativas realizadas por ciudadanos en Internet pueden tener –cuando no persigan intereses espurios– valores cívicos importantes para la democracia, pero en modo alguno pueden sustituir la función democrática del periodismo. Estas actividades cívicas tampoco pueden realizar una tarea rigurosa de fiscalización del poder –medios de comunicación incluidos–, en la medida que no cuentan con la competencia ni los recursos para ello; lo cual no significa que, gracias a las redes que entretejen entre ellas, no puedan ejercer presión política y funcionar como lobbies ciudadanos. Sin embargo, la función de un quinto poder, entendido éste como agente fiscalizador del poder de los media, va más allá de esta capacidad de presión demostrada hasta hoy por los activistas digitales. No sucede lo mismo, por el contrario, con las mucho menos visibles plataformas profesionales o académicas independientes no exclusivamente vinculadas a Internet pero cuya tarea se ha visto multiplicada gracias a las TIC.

5. Las plataformas independientes: el embrión de un quinto poder

Fiscalización de los medios: plataformas independientes (*)		
Entidad	Dirección	Carácter
<i>American Journalism Review</i>	www.ajr.org/	Publicación vinculada a la Facultad de Periodismo de la Universidad de Maryland (EEUU)
<i>Center for Public Integrity</i>	www.publicintegrity.org	Fundado por el periodista Charles Lewis.
<i>Columbia Journalism Review</i>	www.cjr.org/	Publicación vinculada a la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia (EEUU)
<i>Committee of Concerned Journalism</i>	www.journalism.org/	Consortio formado por periodistas, investigadores y editores de los EEUU.
<i>FAIR</i>	www.fair.org	Organización fundada en 1986 por el periodista Jeff Cohen (EEUU)
<i>Media Global Watch Venezuela</i>	www.observatoriodelosmedios.org.ve	Vinculado al Media Global Watch creado en el Foro Social de Porto Alegre en 2003.
<i>National Security Archive</i>	www.gwu.edu/~nsarchiv/	Fundado por periodistas e investigadores para agrupar y hacer pública la información política confidencial desclasificada en los EEUU.
<i>Nieman Reports</i>	www.nieman.harvard.edu/	Publicación vinculada a la Fundación Nieman de la Universidad de Harvard (EEUU)
<i>Observatoire français des médias</i>	www.observatoire-medias.info	Vinculado al Media Global Watch creado en el Foro Social de Porto Alegre en 2003.
<i>Observatorio sobre la cobertura informativa de los conflictos</i>	kane.uab.es/occ	Vinculado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona
<i>Observatorio y grupo de investigación sobre migración y comunicación</i>	www.migracom.org	Vinculado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona
<i>Project for Excellence in Journalism</i>	www.journalism.org/	Comité fundado por periodistas de los EEUU.
<i>Transactional Records Access Clearinghouse</i>	trac.syr.edu/	Organización impulsada por el periodista David Burnham y asociada con la Universidad de Siracusa

FUENTE: Elaboración propia

(*) Sólo se incluyen los mencionados en el artículo.

6. Conclusiones

Los cambios que el ejercicio del periodismo ha experimentado en las dos últimas décadas a raíz de la convergencia digital propiciada por las TIC en los medios de comunicación son evidentes tanto en la organización del trabajo –en su producción y distribución– como en su consumo. Ello está teniendo repercusiones importantes en el modelo de negocio de los medios de comunicación –por las inversiones en digitalización, tecnología e infraestructuras de redes requeridas y por el reto que supone a modelos económicos tradicionales como el de la prensa–; y también en el ejercicio periodístico como profesión –ante la mayor interactividad, inmediatez, personalización y multimedia que permite–. Sin embargo, el modelo de organización económica dominante no se ve alterado –e incluso sale reforzado–, y, por el contrario, se están sobredimensionando determinadas realidades cuyas sobrevaloradas expectativas podrían neutralizar sus potenciales efectos positivos.

En esta tesitura entre implicaciones positivas y negativas de la convergencia tecnológica, este trabajo apunta las siguientes conclusiones:

1. La crisis de valores del periodismo es independiente de las TIC y de Internet y está causada por la enorme dificultad del periodismo de mercado –profundamente mercantilizado y con intereses aperiodísticos, por su vinculación a grandes corporaciones–de cumplir con los elementos principales de la profesión. Es posible afirmar, por ello, que el problema del periodismo actualmente no son las nuevas tecnologías ni es Internet, sino la corporativización de la empresa periodística, su sumisión a criterios antitéticos a una responsabilidad social que, incluso en países profundamente liberalizados, como los Estados Unidos, se asume de forma consensuada como exigencia subyacente a la profesión.
2. La convergencia digital no determina la dirección en la que se resolverá la crisis de valores del periodismo. Existen implicaciones muy positivas e implicaciones muy negativas de la interacción entre TIC y periodismo, pero la preeminencia de unas sobre otras –y que, por tanto, se agrave o neutralice tal crisis– no depende de las tecnologías ni del mercado. Depende exclusivamente de las políticas de comunicación que las autoridades políticas decidan adoptar (u omitir) a cada momento.
3. El denominado periodismo cívico, periodismo participativo, 3.0 o de base, supone una gestión muy positiva de la interactividad que permiten las nuevas tecnologías al periodismo. Sin embargo, la participación ciudadana en los medios de comunicación y la aceptación, por parte de estos, de esta interacción no bastan para atajar la crisis de valores del periodismo. El motivo de ello es que el verdadero problema del periodismo es su pérdida de credibilidad por su mercantilización, y que la ciudadanía dispuesta a entablar una interacción de carácter intelectual con los medios es sólo una elite minoritaria.
4. Por otro lado, existe una notable confusión entre el carácter de la participación de esta elite y la crisis del periodismo. Se tiende a confundir el activismo político de muchos usuarios en Internet con la práctica del periodismo o con una actividad substitutiva del mismo. Adicionalmente, tampoco hay muestras por el momento de que la capacidad de presión de esta comunidad de usuarios comprometidos pueda llegar a constituir un verdadero contrapoder. Las nuevas fórmulas pseudoperiodísticas que han surgido en Internet –esencialmente Weblogs, confidenciales y servicios de noticias confeccionados sólo por lectores– no pueden ni pretenden sustituir al periodismo tradicional, ni pueden cumplir su función, de modo que denominarlas periodismo cívico genera confusión. El término periodismo cívico debería quedar restringido a la interacción entre periodistas y ciudadanos, las fórmulas antes citadas son meros actos de expresión de una ciudadanía que

incrementa su participación en la esfera pública.

5. Por último, existen plataformas independientes que están realizando actualmente una tarea importante de fiscalización y vigilancia y, también, de liderazgo, guía y producción de información de referencia multiplicada gracias al uso de las TIC. Constituyen una fuerza embrionaria con efectos limitados pero sus objetivos –la recuperación y defensa de los valores que hacen del periodismo una profesión clave para la democracia– tienen mayor trascendencia para la profesión que el de las voces alternativas representadas por los nuevos formatos o por el periodismo cívico (entendido éste como aquel realizado por profesionales en interacción con los ciudadanos).

De confirmarse lo anterior, la actual crisis de valores del periodismo sólo se resolverá protegiendo el ejercicio de esta profesión, por su responsabilidad social, y situándolo fuera del mercado –o cuanto menos, al margen de intereses aperiodísticos–; o bien asumiendo la pérdida de su función democrática –con las consecuencias que ello puede tener para nuestros sistemas sociopolíticos. La tecnología puede ser un instrumento útil para ahondar en cualquiera de las dos direcciones pues está libre de todo determinismo histórico y sus efectos sobre la sociedad están mediatizados por la sociedad misma. Porque, como afirma Robert McChesney, al final son las políticas de comunicación las que decidirán también en la era de los medios digitales.

8. Bibliografía

Aibar, Eduard, 2003: *Fatalismo i tecnologia*, Barcelona: UOC.

Almiron, Núria, 2004: “La verdad en Internet: la contribución de los Weblogs (el caso de los Warblogs en la guerra contra Iraq)”, Comunicación para el VIII Congreso de la Sociedad Española de Periodística, abril.

—, 2005: “Weblogs políticos: ¿Periodismo de opinión alternativo o nueva herramienta de persuasión colectiva?”, en *Anthropos*, noviembre.

Armañanzas, E.; Díaz Noci, J. Y Meso Ayerdi, K., 1996: *El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona: Ariel.

Artz, Lee y Kamalipour, Yahya (eds.), 2003: *The Globalization of Corporate Media Hegemony*, Nueva York: Suny Press.

Broullón, G., Hernández, T., López, X. y Pereira, J, 2005: “Los observatorios de Comunicación”, en *Chasquí* 90.

Burguet, Francesc, 1997: *Construir les notícies*, Barcelona: Deria.

—, 2004: *Les trampes del periodista*, Barcelona: Edicions 62.

Castells, Manuel, 1998: *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

Cerezo, J.M. y Zafra, J.M., 2003: *El impacto de Internet en la prensa*. Madrid: Fundación Auna.

Chomsky, N. y Herman E., 1990: *Los guardianes de la libertad*, Barcelona: Editorial Crítica.

Costanza-Chock, Sasha, 2005: “The Globalization of Media Policy”, en McChesney, Robert (ed.), 2005: *The Future of Media. Resistance and Reform in the 21st Century*. Nueva York: Seven Stories Press.

Curran, James, 2002: *Medios de comunicación y poder*. Barcelona: Hacer.

Dewey, John, 2004: *La opinión pública y sus problemas*, Madrid: Ediciones Morata.

Echeverría, Javier, 1999: *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*, Barcelona: Destino.

Gillmor, Dan, 2005: *We the media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, California: O'Reilly Media.

Herman, E.S. y Chomsky, N, 1988: *Manufacturing consent. The political economy of the mass media*, Nueva York: Pantheon Books.

Hernando, Bernardino M., 2004: “En qué ha quedado el cuarto poder”, en *Cuadernos de Periodistas*, nº 1, octubre, Asociación de la Prensa de Madrid.

Himanan, Pekka, 2002: *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*, Barcelona: Destino.

Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom, 2003: *Los elementos del periodismo*, Madrid: Ediciones El País.

Lippmann, Walter, 2003: *La opinión pública*, San Lorenzo de El Escorial: Cuadernos del Langre.

McChesney, Robert (ed.), 2005: *The Future of Media. Resistance and Reform in the 21st Century*, Nueva York: Seven Stories Press.

—, 2005a: *Corporate Media and the thread to democracy*, Nueva York: Seven Stories Press.

McLuhan, Marshall, 1998: *La galaxia Gutenberg*, Barcelona: Círculo de Lectores.

Mosco, Vincent, 2004: *Digital Sublime*, Massachussets: The MIT Press.

Musburger, Robert, 1992: *Periodismo electrónico*, Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.

Perkins, John, 2005: *Confesiones de un gángster económico*, Barcelona: Urano Tendencias.

Pisani, Francis, 2005: “Los cambios ya afectan a la mediasfera”, en *Ciberpaís*, 24 de noviembre.

- Postman, Neil y Powers, Steve, 1992: *How to Watch TV News*
- Postman, Neil, 1994: *Tecnópolis: la rendición de la cultura a la tecnología*, Barcelona: Círculo de Lectores.
- Ramonet, Ignacio, 1998: *La tiranía de la comunicación*, Barcelona: Debate.
- , 2002: *La golosina visual*, Barcelona: Debate.
- Randall, David, 1999: *El periodista universal*, Madrid: Siglo Veintiuno.
- , 2005: *The Great Reporters*, Londres: Pluto Press.
- Reig, Ramón, 1995: *El control de la comunicación de masas. Bases estructurales y psicosociales*, Madrid: Ediciones Libertarias.
- , 1998: *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Barcelona: Paidós.
- , 2001: *El éxtasis cibernético. Comunicación, democracia y neototalitarismo a principios del siglo XXI*, Madrid: Ediciones Libertarias.
- Ros, Juan Manuel, 2001: *Los dilemas de la democracia liberal. Sociedad civil y democracia en Tocqueville*, Madrid: Crítica.
- Siebert, F., Peterson, T. y Schramm, W., 1956: *Four Theories of the Press*, Illinois: Universidad de Illinois.
- Smith, Anthony D., 1982: *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Teilhard de Chardin, Pierre, 1950: *The Future of Man*.
- , Pierre, 1985: *El fenómeno humano*, Barcelona: Ediciones Orbis
- Tocqueville, Alexis, 1989: *La democracia en América*, Madrid: Ediciones Aguilar, vol. II.
- Van der Wurff, Richard (coord.), 2005: "Impacts of the Internet on newspapers in Europe", *Gazette* 67, Sage.
- Varela, Juan, 2005: "Blogs versus MSM. Periodismo 3.0 o la socialización de la información", en *Telos* 65 segunda época, octubre-diciembre.

9. Notas

[1] Esencialmente Weblogs, confidenciales y los servicios de noticias confeccionados exclusivamente por los propios lectores (como son el caso de Wikinews o el periódico surcoreano OhmyNews).

[2] De publicaciones digitales de formato periodístico tradicional, como Wired y Salon, por ejemplo, pero especialmente en las páginas de weblogs.

[3] Entre los primeros, los tecnófilos, encontramos a los sucesores de Pierre Teilhard de Chardin (1950 y 1985) y a los de Marshall McLuhan (1962) que, distribuidos por todos los ámbitos de la comunicación social, en el del periodismo impulsaron a partir de los ochenta la acuñación de una nueva categoría, el periodismo electrónico (Smith, 1982; Musburger, 1992; o Armañanzas et al, 1996), luego rebautizado como digital o ciberperiodismo, superadora de las viejas carencias del periodismo tradicional. Actualmente esta categoría ha sido sustituida, en beneficios para la profesión, por la blogosfera, concepto heredero de la noosfera de Teilhard. Entre los críticos con la visión redentora de la tecnología encontramos a autores muy diversos, entre los que están Neil Postman (1992 y 1994), Ignacio Ramonet (1998 y 2002), Vincent Mosco (2004) o Robert McChesney (2005 y 2005a).

[4] Seminario Tecnodigital para medios acreditados del XX Congreso Nacional y XI Andino de Telecomunicaciones Andicom 2005, Cartagena de Indias, Colombia, 25 noviembre 2005. La autora presentó la ponencia «TICs, periodismo y democracia: ¿hacia la creación de un quinto poder?».

[5] El desafío que, por ejemplo, supone Internet para la prensa tradicional es sólo un reto al modelo de negocio, pero el modelo económico subyacente al mismo —explotar comercialmente el producto informativo con el fin de obtener un lucro creciente— no sólo se mantiene sino que se refuerza ante las grandes inversiones que la convergencia digital exige a las corporaciones de medios líderes.

[6] Recuérdese por ejemplo la oposición que Pekka Himanen hace del espíritu de la era de la información con el del capitalismo tradicional: HIMANEN, Pekka: *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*, Destino, Barcelona, 2002.

[7] El aumento de la competitividad entre los medios de comunicación es una de las principales conclusiones a las que llegan diversos autores del estudio "Impacts of the Internet on newspapers in Europe", publicado en el volumen 67 de la revista *Gazette*, Sage, 2005 p.107-120.

[8] Kovach y Rosenstiel, op.cit. p.41 en alusión implícita a uno de los cuatro modelos de la prensa del texto ya clásico *Four Theories of the Press*, de Fred Siebert, Theodore Peterson y Wilbur Schramm, publicado por la Universidad de Illinois en 1956.

[9] Sobre la ausencia de determinismo en la revolución tecnológica se recomienda Aibar, Eduard (2003).

[10] Principalmente la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (WSIS), la Corporación de Internet para la asignación de nombres y números (ICANN), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y,

cada vez más, la Organización Mundial del Comercio (OMC).

[11] Según Juan Varela, el Periodismo 1.0 sería el que se limita a traspasar el contenido de los medios de comunicación tradicionales a Internet; el Periodismo 2.0 el que ya genera contenidos propios para la Red y adecuados a sus rasgos específicos, y el Periodismo 3.0 sería la socialización de la información (Varela, 2005).

[12] Algo que está sucediendo ya a pesar de la mayor necesidad manifiesta de profesionalidad, como ponen en evidencia los resultados de la investigación de Gazzete ya citada sobre los impactos de Internet en la prensa europea: "(...), standards in online journalism are threatened by publishers who attempt to reduce costs by employing inexperienced journalists on low pay, and by tight deadlines. According to the editors, maintaining high journalistic skills is imperative —but costs money, as does offering interactivity and communication between journalists and readers" (Van Der Wruff, Richard, 2005:109).

[13] Recuérdese por ejemplo los casos de Monica Lewinsky (1998), de Henry Hide (1998), de Trentt Lot (2002), todos ellos gestados o aparecidos por primera vez en la comunidad blogging, o, los casos de comunicadores estadounidenses que se vieron obligados a dimitir por informaciones publicadas en blogs como fueron los de Dan Rather (CBS), Jeff Gannon (Talon News) o Eason Jordan (CNN). La capacidad de presión política de la comunidad blogger ha quedado demostrada en más de una ocasión pero se trata todavía de casos puntuales y aislados.

[14] Existen otras muchas iniciativas que se autodefinen como observatorios de los medios de comunicación que no se incluyen en esta definición. Se trata de todas aquellas vinculadas a partidos políticos, organismos gubernamentales, empresas privadas o proyectos con intereses legítimos pero partidistas—y que por tanto no son independientes, aunque pueden tener como función la fiscalización de los medios—; y de aquellas cuya tarea, independientemente de su situación económica y de sus vínculos, radica fundamentalmente en la realización de estudios cuantitativos o cualitativos del sector, radiografías que permitan evaluar el estado de la situación. Para un listado no exhaustivo pero sí bastante completo de estos observatorios se recomienda: Broullón et al, 2005.

[15] Por ejemplo:

Fund for Investigative Journalism (ofrece becas a todos aquellos reporteros freelance que desarrollan su labor sin la protección y respaldo de los grandes medios informativos).

Alicia Patterson Foundation (concede ayudas económicas a reporteros y redactores que trabajan en empresas periodísticas tradicionales).

Open Society Institute (de la Soros Foundation, ha fundado también unas ayudas similares para aquellos reporteros que trabajan en reportajes de investigación centrados en temas de justicia y criminalidad).

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Almiron Roig, Núria (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61 (La Laguna, Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>