



**Universidad Abierta
Interamericana**

**El nuevo papel del Periodista Ciudadano Digital como fuente de información
en los medios de comunicación**

Trabajo Final Especialización Periodismo Digital

Tutora: María Adriana Bracco

OCTUBRE DE 2017

ALUMNA: JENNY NATHALY HERRERA SEGURA

Contenido

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN | 4 |
| ABSTRACT | 5 |
| ESTADO DEL ARTE | 6 |
| OBJETIVO GENERAL | 15 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 15 |
| HIPÓTESIS | 16 |
| JUSTIFICACIÓN | 16 |
| CAPÍTULO 1 | 17 |
| ANTECEDENTES QUE DIERON ORIGEN AL PERIODISMO CIUDADANO | 17 |
| 1.1 LLEGADA DE LA WEB 1.0 | 17 |
| 1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA WEB 1.0 | 18 |
| 1.3. EL PASO A LA WEB 2.0 | 19 |
| 1.4. INTRODUCCIÓN A LA WEB 2.0..... | 20 |
| 1.5. CARACTERÍSTICAS DE LA WEB 2.0 | 22 |
| 1.6 USO DE LA WEB 2.0 E INTERACTIVIDAD CON EL USUARIO | 24 |
| 1.7 PLATAFORMAS PARA LOS USUARIOS | 27 |
| 1.8 LA WEB 3.0 Y EL NUEVO PASO DE LA TECNOLOGÍA | 32 |
| 1.9 PARA DÓNDE VA DIRIGIDA LA WEB 3.0..... | 34 |
| CAPÍTULO 2 | 35 |
| ORIGEN DEL PERIODISMO CIUDADANO | 35 |
| 2.1. SURGIMIENTO DEL PERIODISMO CIUDADANO | 35 |
| 2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO CIUDADANO | 38 |
| 2.3 MEDIOS COMUNITARIOS | 41 |
| 2.4 INTERNET Y EL PERIODISMO CIUDADANO | 43 |
| 2.5 PERIODISMO CIUDADANO Y LA DIFUSIÓN EN BLOGS | 45 |
| CAPÍTULO 3 | 48 |
| PERIODISMO CIUDADANO DIGITAL | 48 |
| 3.1 INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN | 48 |
| 3.2 ¿QUÉ ES PERIODISMO DIGITAL? | 51 |
| 3.3 EL USO DE LOS FORMATOS MULTIMEDIA EN DIARIOS O MEDIOS DIGITALES | 52 |
| 3.4 CAMBIO EN LOS MEDIOS TRADICIONALES | 54 |

| | |
|---|------------|
| 3.5 EXPANSIÓN DEL PERIODISMO CIUDADANO DIGITAL..... | 56 |
| 3.6 NUEVOS PERIODISTAS CIUDADANOS | 58 |
| 3.7 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE LOS USUARIOS..... | 60 |
| 3.8 QUÉ ES EL CIBERPERIODISMO CIUDADANO | 62 |
| CAPÍTULO 4 | 66 |
| PERIODISMO CIUDADANO DIGITAL: EL CASO DE CANAL CAPITAL, ANÁLISIS DEL SITIO WEB. | 66 |
| 4.1 HISTORIA DEL NACIMIENTO DE CANAL CAPITAL | 66 |
| 4.2 LÍNEA EDITORIAL..... | 67 |
| 4.3 CRÍTICAS Y ATAQUES AL CANAL | 69 |
| 4.4 CAMBIOS Y REESTRUCTURACIÓN DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN | 70 |
| 4.5 TIPOS DE PROGRAMACIÓN | 71 |
| 4.6 CASO DE ÉXITO: LOS “REPORTEROS CIUDADANOS” DE CANAL CAPITAL..... | 72 |
| 4.7 RECOPIACIÓN DE LAS NOTICIAS HISTORIAS Y COMPROBACIÓN DE LA INFORMACIÓN | 75 |
| CAPÍTULO 5 | 80 |
| POSTNEWS APP..... | 80 |
| 5.1 ¿QUÉ ES POSTNEWS APP? | 80 |
| 5.2 TIPO DE PLATAFORMA..... | 81 |
| 5.3 TIPO DE CONTENIDO..... | 82 |
| 5.4 EL LOGO | 83 |
| 5.5 TIPO DE DISEÑO | 85 |
| 5.6 LOGIN..... | 86 |
| 5.7 PORTADA DE INICIO: HOME | 87 |
| 5.8 PERFIL DE USUARIO | 89 |
| 5.9 CATEGORÍAS..... | 90 |
| 5.10 VISTA GENERAL DE UNA CATEGORÍA | 91 |
| 5.11 ¿CÓMO CREAR UNA NOTICIA EN POSTNEWS? | 92 |
| 5.12 TUTORIALES | 94 |
| 5.13 PREGUNTAS FRECUENTES (FAQ’S) / CONTACTO | 95 |
| 5.14 MÉTODOS DE DIFUSIÓN DE LA APP | 96 |
| 6. CONCLUSIONES | 99 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA | 101 |

RESUMEN

Hoy en día uno de los retos que tienen tanto los medios de comunicación como los periodistas, es poder aumentar la audiencia digital y divulgar la mayor cantidad de información posible en la web que facilite al usuario a mantenerse informado con respecto a temas de actualidad de su entorno. Fenómenos como el ciberperiodismo y el periodismo ciudadano, se están fusionando a través de Blogs, portales de medios de comunicación web, redes sociales y otros.

Sin embargo, hoy en día, el público no se reduce a recibir únicamente los contenidos informativos, ahora el lector puede contrastar los mensajes que recibe a través de distintas plataformas y con pulsar sólo una tecla desde su ordenador y su dispositivo móvil también puede producir contenido con respecto a sus problemáticas o situaciones que afectan su comunidad. Todo esto requiere llevar a cabo una reflexión sobre el nuevo papel del periodismo ciudadano, los propósitos del periodista digital y el nuevo modelo de negocio actual que le corresponde al medio de comunicación divulgar la información que llega a las salas de redacción a través de distintos canales digitales.

Es así como uno de los retos que quiere resaltar el periodismo ciudadano, es el trabajo que realizó el Canal Capital de Colombia, al integrar dentro de su programación a los reporteros ciudadanos digitales, quienes fueron directamente los protagonistas de las historias y quienes contaron la noticia. Se trata de una oportunidad que presta un canal público, al abrir un espacio en el que busca acercar a la audiencia y la invita a ser más participativa divulgando sus problemáticas a través de los medios digitales de un medio de comunicación.

Palabras claves: Periodismo ciudadano – internet – aplicación – redacción digital – periodismo digital – medios de comunicación – redes sociales - digital.

ABSTRACT

Today, one of the challenges of both the media and journalists is to be able to increase the digital audience and disseminate as much information as possible on the web, which will enable the user to keep informed on topical issues of its environment. Phenomena such as cyberjournalism and citizen journalism are being merged through Blogs, web media portals, social networks and others.

However, today, the public is not reduced to receive only informational content, now the reader can contrast the messages received through different platforms and with the press of a key from your computer and your mobile device can also produce content With respect to their problems or situations that affect their community. All this requires a reflection on the new role of citizen journalism, the purposes of the digital journalist and the current new business model that is the responsibility of the media to disseminate the information that reaches the newsrooms through different channels Digital images.

This, one of the challenges that citizen journalism wants to highlight is the work carried out by the Colombian Capital Channel, by integrating digital citizen reporters into their programming, who are directly the protagonists of the stories and are the ones who tell the story. News. It is an opportunity that a public channel offers, opening a space in which it seeks to bring the audience closer and invites it to become more participatory by disseminating its problems through the digital media of a medium of communication.

ESTADO DEL ARTE

Desde hace más de una década, hemos visto cómo ha evolucionado el arte del periodismo en todas sus ramas. De igual manera, lo ha hecho el periodismo ciudadano, el cual sumó a sus herramientas de difusión la tecnología y la web para divulgar todo aquello que genere interés, definición que más adelante será mencionada.

Algunos trabajos representativos han sido referentes al periodismo ciudadano con respecto a la influencia y la comercialización que tienen los medios de comunicación para atraer a la audiencia sin importar el valor comercial, tal como lo cita Elisa Yilin Duan, Máster en Investigación y periodismo, en su tesis la transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital¹.

De esta manera ella buscó en su investigación, evidenciar que la forma como logra lucrarse un medio de comunicación y la rentabilidad de una 'empresa informática' proviene mayoritariamente de sus ingresos por publicidad: para conseguir más anunciantes se necesita atraer a más lectores hacia sus contenidos. Al establecerse una relación de negocio entre una empresa y un periodista, la primera consecuencia es el descenso de la calidad de la información. Por ejemplo, para llamar la atención del público, se informa deliberadamente de temas sensacionalistas como escándalos políticos o sobre la vida privada de famosos o cotilleos.

Yilin, de manera crítica, menciona que muchos de los objetivos económicos de estas empresas, se han convertido en un tipo de flautista del poder, tal como ella cita a J. Heerbert Altschull: "La realidad es que el contenido de la prensa está directamente correlacionado con los intereses de quienes la financian. La prensa es el flautista y la tonada que toca el flautista la componen quienes pagan al flautista (Altschull, 1984)".

Así mismo, amplía su información asegurando que los editores "puros",

¹ Yilin Duan, Elisa, (2014). *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital*. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://bit.ly/2u23F7q>

comprometidos fundamentalmente con sus ideales y su negocio periodístico o editorial, ya que la toma de decisiones depende cada vez más de instancias superiores y exteriores, que responden a otro tipo de intereses estratégicos (especialmente económicos y culturales). Estos intereses son progresivamente más ajenos a los ciudadanos y prima el lucro por encima de los objetivos editoriales tradicionales.

De esta manera, los medios se apropian de los contenidos que aportan los usuarios o los periodistas ciudadanos y los usan como propios, aparentemente generados por los periodistas que trabajan para el mismo y en ocasiones dan el crédito a quien hizo el aporte del material.

Es así como Yilin menciona en su investigación, la manera de privatización y comercialización extrema, y con el objetivo más concreto y determinado de lucrarse lo más posible de cada una de los medios de comunicación al instalar pequeñas sucursales en distintas áreas o regiones.

De este modo, ella asegura que se agrava la situación del periodismo como oficio. Para ahorrar en costos, las empresas reducen la calidad del producto informativo y, lo que es peor, la diversidad de ideas y opiniones. A causa del poder dominante de las grandes empresas en el control de los contenidos de información, los conglomerados seleccionan qué información publicar y cuál no. Poco a poco e inevitablemente, la comunicación pasará a ser un instrumento de la expansión empresarial.

Por otro lado, otras facetas que ha tenido el periodismo ciudadano en su trayectoria, ha sido en la utilización de nuevas rutinas en el mundo laboral: Networking y Network Marketing, tal como lo plantea Noelia García Estévez², en su tesis *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social*.

² García E. Noelia, (2013). *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social*. Universidad de Sevilla. Recuperado de <http://bit.ly/2u71sYb>

En esta investigación, García destaca además que las TIC, la web 2.0 y las Redes Sociales, son los nuevos elementos del actual tejido social. Internet forma hoy parte de nuestras vidas. Según ella, se ha 'transformado un instrumento que nació con fines militares a una red eminentemente social y participativa'. La web 2.0 ha creado un espacio de comunicación y participación ciudadana en el que se puede fomentar la cooperación y la ayuda mutua. Este aspecto de los social media hace que sea posible vincular la instauración de las Redes Sociales con el fortalecimiento de la sociedad civil y de la conciencia democrática.

Así mismo menciona, que no existe democracia sin participación. La democracia acaba donde acaba la posibilidad de hablar. Por eso la democracia griega acababa en el Ágora y por eso la democracia aumenta conforme aumentan las posibilidades de hablar. Los ciudadanos en Internet están tomando conciencia de que pueden participar. Una democracia participativa se caracteriza por prolíferos espacios públicos en los que quepan todas las voces y opiniones. Ahora bien, el poder participar no significa necesariamente que se participe. Es decir, una vez superada las limitaciones de participación, es necesario que la ciudadanía no sólo pueda, sino que deba hacerlo y que además quiera. Para ello es necesario que se pase de una ciudadanía negativa y pasiva a una positiva y activa.

Para García, una de las ventajas de todas las herramientas en la era digital, es que se puede contar con la libertad de expresión donde los usuarios encuentran su mejor aliado en la web 2.0. Los ciudadanos comienzan a estar más informados e involucrados en los procesos sociales y políticos. Encuentran nuevos espacios ciudadanos donde acceder a una gran cantidad y diversidad de información, no ya exclusivamente canalizada por discursos mediáticos, políticos o institucionales. Son, o pretender ser, redes de comunicación alternativas al poder.

Es allí donde ella determina en su investigación, que los nuevos medios reformulan el concepto de ciudadanía y exigen nuevas formas de participación democrática. El contexto en red crea nuevos entornos intelectuales y simbólicos, el ciberespacio fomenta imaginarios colectivos, identidades y

conflictos sociales. De forma paralela, articula nuevas vías de acción y de actuación ciudadana, como una ampliación de la ciudadanía y sociedad civil.

De esta forma, destaca los movimientos a través de las Redes Sociales: ciberactivismo y ciberhacktivismo. Quien describe la formación de estructuras de organización colectivas tradicionales, como los partidos políticos, sindicatos o asociaciones. En este contexto de 'desconfianza' hacia la cúpula del poder, el ciudadano o ciudadano 2.0 empieza a utilizar las redes para canalizar la contestación. De esta forma, observamos un auge de movimientos espontáneos en torno a temas concretos más cercanos a cuestiones sociales - ecología, derechos humanos, etc.- que políticas.

Las nuevas manifestaciones ciudadanas se van a caracterizar por una gran informalidad y espontaneidad en su formación y estructura, utilizando los medios digitales como un arma de difusión de mensajes y propulsora de acciones concretas. Son movilizaciones que surgen a partir de preocupaciones compartidas por una serie de personas. Internet y las Redes Sociales han facilitado el encuentro de esas personas con inquietudes comunes que han hecho de la red una eficaz herramienta de discusión y movilización. Ya no son individuos aislados en una lucha personal y absurda, ahora están amparados por una multitud anónima pero activa que fomenta el valor necesario para que se echen a la calle.

Otro aspecto en el que el periodismo ciudadano digital, se ha hecho visible, fue el que manejó Cynthia Vanessa Lama Flores, en su tesis *De lo virtual a lo real: estrategia comunicacional desarrollada en Facebook por el movimiento social ciberactivista*³. En su investigación, manifiesta a través de distintos autores, como Internet y las nuevas tecnologías han ocasionado que aparezca un nuevo tipo de sociedad que coexiste con la sociedad real: la sociedad virtual. Esta sociedad tiene su territorio en el ciberespacio, el cual "se ha convertido en una ágora electrónica global donde la diversidad del descontento humano explota en una cacofonía de acentos" (Castells 2001:160).

³ Lama F. Cynthia, (2013). *De lo virtual a lo real: estrategia comunicacional desarrollada en Facebook por el movimiento social ciberactivista*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://bit.ly/2u6LzRk>

Entre ellos menciona a Nelson Manrique, quien deduce que la sociedad virtual, cuyo territorio es el ciberespacio, es intangible, ya que está formada por bits de información que circulan en redes sin ningún átomo de materialidad, pero, a pesar de ello, tiene un despliegue en la sociedad real. Esta sociedad virtual comparte un conjunto de características con la sociedad real.

Así mismo, en su investigación hace alusión que desde la aparición de Internet como medio de comunicación global y, por ende del ciberespacio, se ha generado todo un debate sobre la aparición de nuevos patrones de interacción social. No hay duda de que el ciberespacio tiene su propia particularidad de cómo la gente se relaciona e interactúa en un espacio no limitado territorialmente. Es así como Lama, entiende que en el ciberespacio, existe la posibilidad de que sea usado como el nuevo medio de batalla de los movimientos sociales no es reciente.

De este modo Lama, basada en la definición de Manuel Castells (2001: 161), expone varias razones explicativas de por qué Internet y el ciberespacio se convirtieron en el componente indispensable para organización y movilización de los movimientos sociales de las sociedades red, que son aquellas cuyas estructuras sociales están compuestas de redes potenciadas por tecnologías de la información y comunicación basadas en microelectrónica.

La autora, destaca en su investigación que los movimientos sociales han visto en Internet como una sede organizativa o base material, que permite a estos movimientos movilizarse en la construcción de una nueva sociedad.

Otro de los casos llamativos dentro del periodismo ciudadano, ha sido el caso del portal web periodismociudadano.com, fundado por Óscar Espiritusanto, quien también es Presidente de la Asociación de Comunicación Ciudadana. El proyecto creado, según menciona el propio medio⁴, es un observatorio alrededor de todo lo que ocurre en el entorno del periodismo ciudadano. Así mismo, se destacan por contar con la participación de los lectores y el ciberactivismo en la red.

⁴ Proyecto *Periodismociudadano.com*. 9 de abril de 2017. Recuperado de <http://bit.ly/2uEmEVK>

El principal objetivo de este medio ha sido colaborar en la difusión de este fenómeno, así como en la formación y puesta en marcha de nuevas iniciativas. Periodismo Ciudadano es un lugar para el debate, según mencionan. Su portal ha sido un canal para ofrecer información sobre periodismo ciudadano, así mismo, se han convertido en un canal de noticias de los ciudadanos y cuentan con blogs para ampliar todo tipo de temas.

Periodismo Ciudadano, se creó con el fin de que todos los que deseen participar enviando noticias, enlaces, comentando, dialogando o debatiendo sobre esta nueva forma de hacer periodismo en la web.

Mientras tanto, uno de los más reconocidos portales de periodismo ciudadano en la web fue Ohmynews, pionero en Corea desde el año 2000, el cual tuvo que cerrar su portal tras 10 años de funcionamiento, para dar una nueva línea de edición al trabajo que venían realizando.

En un post publicado en OhmyNews International⁵, anuncian que han sido: “víctimas de su propio éxito”, quienes afirman que se vieron desbordados por la cantidad de información ciudadana recibida, a lo que se suman las dificultades de contrastar debidamente cada uno de estos informes.

Este portal que abrió sus puertas a millones de ciudadanos del mundo, recibía miles de temas a diario, lo cual dificultó la manera de cubrir todas las historias de forma coherente. Debido a estas cuestiones, y a la existencia de muchos y prósperos nuevos sitios de periodismo ciudadano en todo el mundo, sintieron que era el momento de reenfocar OMNI.

Junto al cierre, OhmyNews anunció el relanzamiento de un blog específico, “cit-j”, que se centraría en el debate y la discusión del periodismo ciudadano y no en la publicación de noticias. OhmyNews International, actualmente se mantiene en línea como archivo inactivo.

⁵ Gonzalo, Paula, (2010). OhmyNews Internacional cierra “víctima de su propio éxito”. *Periodismociudadano.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2nScyt9>

El mismo portal de Ohmynews⁶ aseguraba que su nuevo portal pretendía cubrir y discutir los temas del mundo a través del periodismo ciudadano. El trabajo consistía en resaltar los eventos más importantes y las historias en el mundo del periodismo ciudadano.

OhmyNews se creó en Corea por una necesidad particular: ayudar a corregir el desequilibrio en los medios de comunicación coreanos. Desafortunadamente, para la gente fuera de Corea era muy difícil entender el trabajo que se realizó con este portal web.

Según menciona el portal, “queríamos mostrar al mundo cómo funcionaba; cómo OhmyNews había registrado personas de todo el país para convertirse en periodistas ciudadanos. Por ello se creó OhmyNews Internacional como un espacio donde cualquier persona del mundo podía participar.

Posteriormente, sitios web de periodismo ciudadano comenzaron a aparecer en otras partes del mundo. La gente de todo el mundo se estaba convirtiendo en periodistas ciudadanos capaces de generar información y de a poco fue conociendo las herramientas para hacerlo.

Dan Gillmor, dio los primeros pasos en este camino y por ello se le considera como uno de los pioneros del periodismo ciudadano. Este periodista estadounidense, creó su primer blog a mediados de 1994 para incentivar el periodismo participativo. Actualmente, continúa trabajando como periodista y profesor, quien a través de cátedras y charlas insiste en que los medios de comunicación deben escuchar más a las audiencias, no solo para leer la información que los mismos producen, sino también con el fin de que participen.

Con su libro publicado en 2004, *We the media: grassroots journalism by the people, for the people* (Nosotros los Medios de Comunicación: Periodismo de Base por el pueblo, para el pueblo), menciona que la información estaba siendo

⁶ El Equipo Internacional OhmyNews, 1 de agosto de 2010. El nuevo enfoque de OMNI de periodismo ciudadano. *Ohmynews.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2oUdOk8>

producida por la gente del común que tenían algo que decir y mostrar, y no sólo por las organizaciones de noticias “oficiales” que habían decidido tradicionalmente ser el primer medio de generar el borrador de la historia y como la misma se vería. Ahora, el primer borrador de las historias se estaba escribiendo, en parte, por la antigua audiencia. Era posible, era inevitable debido a las nuevas herramientas de publicación disponibles en Internet⁷.

De esta manera, Guilmor (2004) refiere que su libro trata de la transformación del periodismo, menciona como la estructura de los medios de comunicación del siglo 20 se convierte en algo más popular y democrático. Es una historia, en primer lugar, del cambio evolutivo. En segundo lugar, es una historia de una revolución moderna, menciona el autor; sin embargo, la tecnología nos ha dado un conjunto de herramientas de comunicación que permite que cualquiera pueda convertirse en un periodista a un bajo costo y, en teoría, con alcance global. Nada de esto habría sido posible antes.

Así mismo, en su libro *We the Media*, quiere destacar que la evolución del periodismo como conferencia de periodismo o como una conversación, obligará a las diversas comunidades de interés a adaptarse a los cambios que tiene a su alrededor.

Guilmor (2004) menciona que no se puede permitir que la noticia se trate como una mercancía y menos controlada por las grandes instituciones. No se puede permitir que como sociedad se limiten nuestras opciones como ciudadanos. Es así, como el autor alienta a que se deban preservar las redes de periodismo, así como se defienden otras libertades.

Su trabajo enfocado siempre por el periodismo busca que incremente el número de periodistas ciudadanos que ayuden a que otros puedan escuchar lo que los medios no quieren informar. Para el autor, la capacidad de cada uno para hacer la noticia dará nueva voz a las personas que han sentido que no tienen voz y cuyas palabras que necesitamos escuchar. Ellos (los nuevos periodistas ciudadanos) están mostrando que todos nosotros, los ciudadanos,

⁷ Gillmor, Dan (2004): *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Authorama Public Domain Books. Recuperado de <http://bit.ly/1xbAiyE>

periodistas, creemos una nueva forma de hacer noticia, una nueva manera de hablar, de aprendizaje.

OBJETIVO GENERAL

Indagar si el periodista digital de Canal Capital usó al periodista ciudadano como fuente de información para producir noticias o investigaciones más amplias y la utilidad de la creación de una plataforma (app para dispositivos móviles) en la que el periodista ciudadano aporte contenidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprobar si “Los Reporteros Digitales” recibió la información suministrada por los periodistas ciudadanos y la usaron para compartir en sus portales web o redes sociales.
2. Determinar con qué objetivo los portales web reciben información de los periodistas ciudadanos.
3. Verificar si la información que recibieron los Reporteros Digitales de Canal Capital por parte de los periodistas ciudadanos, como parte de la base de los contenidos que tuvieron publicados en el medio de comunicación.
4. Estructurar la base de una Plataforma digital para dispositivos móviles que permita la publicación de contenidos a los periodistas ciudadanos digitales.

HIPÓTESIS

Los periodistas digitales del Canal Capital de Colombia se acercan al periodista ciudadano y a los contenidos que ellos generan en espacios tales como “Los reporteros digitales” como fuente de información para producir noticias o investigaciones más amplias.

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo final tiene un enfoque comunicativo, que permite al público conocer un poco más sobre el periodismo ciudadano digital y la manera cómo hoy en día llegan a los medios de comunicación información sobre las diversas problemáticas sociales o proyectos a favor de los ciudadanos del común y éstas sean escuchadas. De alguna manera, desde hace años atrás los ciudadanos se han convertido en periodistas, en generadores de contenidos por medio de diversas plataformas web y, que con la ayuda de herramientas cotidianas como su teléfono móvil, logran captar y divulgar situaciones tanto positivas como negativas de su entorno.

Por esta razón, se pretende obtener información sobre los procesos para seleccionar los contenidos que los periodistas ciudadanos hacen llegar a los medios de comunicación, así mismo, conocer la manera como se utiliza dicha información para ampliar noticias e investigaciones y si la misma, es la base fundamental para formar los contenidos de las distintas plataformas web que maneja el Canal Capital.

Capítulo 1

Antecedentes que dieron origen al periodismo ciudadano

1.1 Llegada de la web 1.0

Seguramente, una de las grandes ventajas evolutivas que ha tenido el hombre ha sido la llegada del internet a sus vidas y con ello toda una revolución de la comunicación. En primera instancia, no todo fue tan sencillo, la web ha ido teniendo pasos evolutivos que con el paso de los años ha ido tomando forma para que la experiencia en la navegación sea óptima y al alcance de todos.

Uno de los primeros conceptos que se introdujeron fue el de 'Web 1.0', el cual en realidad se refiere a un estado de la World Wide Web o Red Mundial, con la que cualquier página web entra en funcionamiento. Adicional a ello, la Web 1.0 se denomina así para definir todo lo creado anteriormente al fenómeno de la Web 2.0, por lo que ambos conceptos son sincrónicos. Según Tim O'Reilly, fundador y CEO de O'Reilly Media Inc, es un término usado para describir la Web antes del impacto de la 'fiebre punto com' en el 2001, que es visto por muchos como el momento en que el internet dio un giro⁸.

Sin embargo, para algunos autores les resulta difícil definir la Web 1.0 por varias razones al considerar que no es un elemento que funciona por sí sólo en Internet. Lo primero que se debe aclarar, según Jonathan Strickland, creador del sitio web How Stuff Works y escritor senior de la electrónica y los canales informáticos, en su artículo '¿Hay una web 1.0?', es que la Web 2.0 no se refiere a un avance específico en la tecnología Web.

⁸ O'Reilly, Tim, (2005). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. OREILLY. Recuperado de <http://oreil.ly/13vrGTD>

En lugar de ello, la Web 2.0 se refiere a un conjunto de técnicas para la página web de diseño y ejecución. Por otro lado, Strickland menciona que algunas de estas técnicas han existido desde la World Wide Web y han lanzaron por primera vez, una Web independiente 1.0 y otra Web 2.0 en una línea de tiempo. Con ello, enfatiza que la definición de la Web 1.0 depende completamente de la definición de la Web 2.0., ya que la Web 2.0 es un conjunto de enfoques que son los más eficaces en la World Wide Web, y a partir de ello, la Web 1.0 incluye todo lo demás para complementarlo⁹.

1.2. Características de la web 1.0

Strickland, se basa en las teorías que ha manejado O'Reilly para identificar algunas de las características que presenta la Web 1.0., como por ejemplo, quienes hicieron una migración de las páginas web personales a los blogs con temas específicos para compartir con otros de intereses afines; el caso de quienes lograron experimentar la participación en las distintas publicaciones y que fue la manera de ser escuchados. A continuación, algunas de las características que representan a la Web 1.0 según O'Reilly:

- **Web 1.0 sitios son estáticos:** Contienen información que podría ser útil, pero no hay razón para que un visitante regrese al sitio más tarde. Un ejemplo podría ser una página web personal que da información sobre el propietario del sitio, pero nunca cambia. Una versión de la Web 2.0 podría ser un blog que los propietarios pueden actualizar con frecuencia.
- **Web 1.0 sitios no son interactivos:** Los visitantes sólo pueden visitar estos sitios; no pueden afectar o contribuir a los sitios. La mayoría de las organizaciones tienen las páginas de perfil que los visitantes pueden ver, pero no afectar o alterar, mientras que un wiki permite a cualquier persona a visitar y hacer cambios.

⁹ Strickland, Jonathan (2008). ¿Is there a Web 1.0? *Howstuffworks Tech*. Recuperado de <http://bit.ly/WGyquD>

- **Web 1.0 aplicaciones son propietarios:** Bajo la filosofía de la Web 1.0, las empresas desarrollan aplicaciones de software que los usuarios pueden descargar, pero no pueden ver cómo funciona la aplicación o cambiarla. Una aplicación Web 2.0, es una fuente abierta del programa, lo que significa que el código fuente del programa está disponible gratuitamente. Los usuarios pueden ver cómo funciona la aplicación y hacer modificaciones o incluso crear nuevas aplicaciones basadas en programas anteriores. Por ejemplo, Netscape Navigator fue un navegador Web propio de la era de la Web 1.0. Firefox sigue la filosofía de la Web 2.0 y ofrece a los desarrolladores todas las herramientas que necesitan para crear nuevas aplicaciones para este.

1.3. El paso a la web 2.0

Con la llegada de la web 2.0 a la cotidianidad de las personas, una nueva ola de revolución estaba por venir. Pues ahora el usuario tendría una relación con el desarrollo de nuevos servicios que le permitirán abrir puertas a nuevos conceptos, temas y relaciones con cientos de personas.

En la década del 2000 se produjo toda una evolución tecnológica, la cual hizo que cientos de empresas se vieran en problemas e incluso tuvieran que cerrar. Sin embargo, otras más ambiciosas y con ideas futuristas se mantuvieron en pie, como fue el caso de O'Reilly y MediaLive International, las cuales supieron manejar los nuevos conceptos de web 1.0 y 2.0, los cuales cada uno marcaba características claves para tener éxito.

Según, Dídac Margaix Arnal, bibliotecólogo y experto en documentación graduado en la Universitat de Valencia, asegura que las empresas que tenían éxito y fueron llamadas 'web 2.0', nacen de la observación y no de un replanteamiento teórico de los servicios de internet. Por otro lado, esta web nace en entorno empresarial y tiene, en su origen, una marcada impronta tecnológica y de marketing. La tercera característica, es que no hay un elemento clave que sitúe un servicio web en el lado del 2.0, sino que existe una

serie de factores que se pueden cumplir en mayor o menor medida, pero es difícil encontrarlas todas simultáneamente en un mismo servicio web¹⁰.

Adicional a ello, Margaix afirma que O'Reilly definió en su blog empresarial el concepto de Web 2.0, definiéndose de la siguiente manera: *“las aplicaciones web 2.0 son aquellas que sacan partido a las ventajas intrínsecas de la web, ofreciendo un servicio continuamente actualizado que mejora cuanto más gente lo use, utilizando y remezclando los datos de múltiples recursos, incluyendo los usuarios individuales, a la vez que ofrecen sus propios datos y servicios de tal forma que pueden ser reutilizados por otros, creando una ‘arquitectura de participación’ en red, yendo más allá de la página de la web 1.0 para ofrecer experiencias de usuario cada vez más ricas”* (O'Reilly, 2005b).

Con esta definición se puede decir que la tecnología se relaciona con la web 2.0 de manera puntual, pero para el usuario, lo principal es poder compartir y adaptar las cosas que están hechas para mejorarlas y de igual forma poder ser capaz de compartir su conocimiento con el resto del mundo.

De igual forma, Dídac explica que hablar de web 2.0, se refiere al uso de determinadas tecnologías como software social, rss u otras, así como la aplicación de un tipo de diseño de servicios web.

1.4. Introducción a la web 2.0

Una de las intenciones más importantes que han surgido en los últimos años ha sido la de dar una definición a todo lo que aparece en Internet, desde videos, links, wikis, feeds, redes sociales y mucho más. Sin embargo, la web acoge todos los agentes sociales que quieren formar parte de una sociedad de la información y del ciberespacio, que seguramente no pueden serlo en la realidad de su entorno social.

¹⁰ Margaix A., Dídac. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. El profesional de la información, marzo - abril, v. 16, n. 2, pp. 95-106. *E-prints in library & information science*. Recuperado de <http://bit.ly/2aK2dvl>

De allí que, Mariano Cebrián Herreros hace un análisis del libro Web 2.0 de Antonio Fumero y Genís Roca, con la colaboración especial de Fernando Sáez Vacas, en el que indica que se abarca el concepto de este término como una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva¹¹.

A partir de ello, se puede decir que ahora los usuarios pueden tener una capacidad para interactuar de manera más dinámica con distintos temas de su interés e incluso podrán compartir contenido que aporte conocimiento a otros que se encuentren en la web. La posibilidad de que nuevas herramientas e incluso páginas web permiten crear este tipo de contenidos, invita a que el usuario desarrolle capacidades únicas para interactuar, pero de igual forma lo induce a un mundo informático que puede ser real o no.

Para Cebrián, el concepto de red se distancia de su acepción técnica y adquiere una dimensión de vinculación social. Pierde su valor instrumental para erigirse en valor comunicativo, en algo que une a diversas personas y es lo que le otorga una significación social. Cambia el control sobre la comunicación. En los medios tradicionales y en la web 1.0 los dueños de las webs tienen pleno control sobre ellas, tanto sobre la información que exponen como sobre el acceso y nivel de interactividad que quieren fomentar. Sin embargo, en la web 2.0 el control pasa directamente a todos los usuarios en igualdad de condiciones. El control está en los propios usuarios de la red social. La web 2.0 propicia el incremento de modalidades dialógicas y procesos comunicativos para nuevos contenidos digitales, la información, el entretenimiento, el negocio y las relaciones interpersonales. Los usos y prácticas con la web 2.0 amplían los desarrollos de las redes sociales de información.

¹¹Cebrián, H., Mariano, (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Revistas científicas complutenses*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://bit.ly/2v49K0Y>

Seguramente, es muy difícil distinguir el concepto de la web 2.0 con lo que sucede en Internet actualmente, pero seguro fue un paso para que a través de una plataforma de redes sociales de información se puede compartir en sentido amplio y general distintos campos del conocimiento y de la vida real, en sentido periodístico o de información de actualidad, de igual forma temas light o virales, de interés general de la sociedad, información de relaciones entre dos o más personas y grupos, entre otro tipo de contenidos que se puedan identificar con los distintos tipos de usuarios.

1.5. Características de la web 2.0

Algunas de las características que definen a la web 2.0, parten ahora con un gran impacto social tanto para empresas, autores, organizaciones, instituciones y todo ente que tuviera referencia con el uso de nuevas tecnologías. A partir de lo planteado por Lorenzo García Aretio, Titular de la Cátedra UNESCO de Educación a Distancia, se habló y se sigue hablando de herramientas, contenidos, usuarios, marketing e incluso se menciona periodismo, gobierno, empresas, vida 2.0, etc., lo quiere decir, que para todos aquellos que usan herramientas 2.0 y manejan día a día contenidos, información y datos, prefieren no usar éste tipo de términos porque no saben cuánto pueda durar y pronto llegue la web 2.5, o la web 3.0 (esta última citada por García, ya denominada por Markoff (2006) como Web del sentido común al sumar a la Web semántica la inteligencia artificial).

En enero de 2004, el año que nacía la expresión Web 2.0, García señalaba en el editorial del BENED, los beneficios de los sistemas digitales de enseñanza y aprendizaje, según él, los sistemas basados en la Web, entre otras ventajas como las que presenta a continuación:

- **Interactividad:** Al hacer posible la comunicación total, bidireccional y multidireccional, la relación se convierte en próxima e inmediata, se posibilita la interactividad e interacción tanto síncrona como asíncrona, simétrica y asimétrica.

- **Aprendizaje colaborativo:** Al propiciar el trabajo en grupo y el cultivo de actitudes sociales; permitir el aprender con otros, de otros y para otros a través del intercambio de ideas y tareas, se desarrollen estos aprendizajes de forma más o menos guiada (cooperativo).
- **Multidireccionalidad:** Al existir gran facilidad para que documentos, opiniones y respuestas tengan simultáneamente diferentes y múltiples destinatarios, seleccionados a golpe de "clic".
- **Libertad de edición y difusión:** Dado que todos pueden editar sus trabajos y difundir sus ideas que, a la vez, pueden ser conocidos por multitud de internautas¹².

De esta manera, lo que los usuarios empezaron a ver, es que para el 2007, mucho de lo que había surgido de la web 1.0, era únicamente material de lectura con páginas estáticas y sin interacción, mientras que la 2.0, se convertía en páginas dinámicas de contenidos abiertos; cualquiera podía ser capaz de crear y editar.

Así mismo, las características propias de la Web, como el acceso a los contenidos e información, la recopilación y almacenaje de datos y la creación de todo lo que hoy día se encuentra en la web, es lo que se vio a través de lo que se logró construir con la web 2.0. Miles de usuarios a lo largo de los años pudieron ver los cambios de web 1.0, sobre todo los mismos autores y otros sectores que ofrecían servicios de información. Por eso, los contenidos, la información, la creación, fluyen con normalidad, en especial, porque la cantidad de los mismos creció en distintos formatos ahora que la información ya se encontraba, sólo faltaba darle movimiento e interactividad. La mejor cualidad que tuvo esta evolución no sólo como consumidores, es cuando los usuarios se convierten en productores y creadores. Y esa producción y creación se hacía con plena libertad de expresión.

¹² García, A., Lorenzo, (2014). Web 2.0 vs web 1.0. Contextos Universitarios Mediados, nº 14,1. *Boletín Electrónico de Noticias de Educación a Distancia (BENED)*. Recuperado de <http://bit.ly/2v3viPb>

A raíz de esto, García planteaba para el 2007 que la nueva Web tenía repercusión social. “Lo que realmente se quería significar con la Web 2.0 no era otra cosa que la imparable evolución de Internet hacia cotas cada vez mayores de interacción y, sobre todo de colaboración. La participación de los ciudadanos en esa Web, cada vez se hacía de forma más sencilla, amigable e intuitiva. Hablábamos en esta Web de actitudes más que de herramientas o software (de hecho, más que tecnologías se definían comportamientos), aunque bien es cierto que para activar ciertas actitudes deberemos facilitar los entornos donde éstas puedan expresarse”.

Se puede decir entonces, que dentro de las características de la web 2.0, las contribuciones del usuario iban construyendo la propia Web, según las investigaciones de García, además asegura que el ejemplo más paradigmático de esa Web, es la Wikipedia donde el saber se construye libremente por parte de los propios usuarios, una inteligencia colectiva que utiliza diferentes aplicaciones y sitios Web de forma complementaria, que traerán beneficios a la nueva ola digital. En definitiva, las aplicaciones Web faltantes, el software social que diseñan y articulaban otros con el fin de que los usuarios se encontraran como protagonistas de la producción, creación, gestión, actualización y organización de contenidos a través de la interacción y colaboración grupal.

1.6 Uso de la web 2.0 e interactividad con el usuario

En la actualidad, la web social o también web 2.0, se ha convertido en un fenómeno que ha traído tanto beneficios como afecciones a las actividades de los seres humanos en todo el mundo; la web, se ha hecho presente en las redes sociales interpersonales, culturales, económicas, educativas y mucho más. Las nuevas generaciones que hacen uso de internet, hacen uso permanente de las herramientas que le brinda las diferentes aplicaciones y el modo de interactuar con la información de tal modo que esta gestión de la información se ha convertido en la base de su ejercicio profesional.

En este sentido, José Antonio Merlo, Profesor del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Salamanca¹³, ha planteado la forma en la que los usuarios interactúan con la web, a través de 10 categorías en las que las aplicaciones de las herramientas digitales, le han permitido navegar de manera más interactiva:

1. El navegador como herramienta: La Web social es ante todo Web, por lo que sus sistemas y aplicaciones están asentados en lenguajes como Ccs, xhtml o xml, los cuales son las bases de esta tecnología, por lo que desde cualquier navegador se puede tener acceso a los servicios de la Web 2.0. El nuevo internet no anula a la anterior, sino que la complementa para mejorarla.

2. La cooperación como método: Las tecnologías sociales están diseñadas con arquitecturas de la información abiertas, que permiten que las opiniones se sumen y los comportamientos de todos sean tenidos en cuenta. En el nuevo internet se trabaja de forma distribuida, pero a través de relaciones directas, que se reflejan en acciones como la construcción conjunta de contenidos en línea o en la posibilidad de publicar comentarios en páginas ajenas. Es la consideración de la inteligencia colectiva.

3. La interoperabilidad como fundamento: Las tecnologías de la participación empleadas por la Web social, permite la integración de herramientas. Sistemas de programación como los lenguajes de etiquetas ofrecen la posibilidad de compartir códigos, reproducir en webs particulares contenidos externos o establecer interfaces con aplicaciones que se ejecutan en servidores remotos.

4. La sencillez como pauta: La facilidad para crear y mantener blogs o wikis, el desarrollo de favoritos vía web, la difusión de perfiles personales en redes sociales, son acciones que requieren escasos conocimientos técnicos. Para compartir archivos, re difundir recursos, filtrar noticias o integrar servicios

¹³ Merlo-Vega, José, (2008). Las diez claves de la Web social. *Anuario ThinkEPI 2009*. EPI SCP, pp. 34-36. Recuperado de <http://bit.ly/2tV6GWx>

ajenos en webs propias no es necesario ser un experto. La popularidad de los servicios de la Web social se debe en gran medida a la parquedad de los conocimientos requeridos.

5. El etiquetado como sistema: La información digital presenta la característica de poder incluir datos sobre sí misma. Los esquemas de metadatos y micro formatos o la inclusión de etiquetas en las aplicaciones sociales son determinantes para compartir información semántica, lo que equivale a compartir recursos digitales.

6. La participación como principio: En la Web social la información se comparte. Los datos personales son difundidos en redes sociales. Los sistemas de filtrado permiten que los contenidos considerados interesantes se destaquen entre los generados en un periodo de tiempo, en un medio o sobre un tema. Las tecnologías permiten una cooperación que se traduce en la colaboración de los usuarios a través de sus aportaciones, sus conductas y sus opiniones.

7. La variedad como realización: La Web social no admite límites, ya que existe una gran diversidad de manifestaciones. Servicios de información y aplicaciones informáticas muy diversos pueden ser catalogados como internet 2.0. Desde la compra de productos en proveedores que tienen en cuenta los gustos, acciones y hábitos de los usuarios, hasta los servicios en los que se puede etiquetar la información, pasando por los servidores de almacenamiento de archivos, en los que los documentos se relacionan independientemente de su origen. Un servicio de referencia basado en las respuestas de los usuarios es Web social. Una aplicación que permite integrar en una página las noticias de diarios digitales, consultar en la misma el correo electrónico o emplear herramientas ofimáticas, también es Web 2.0.

8. La personalización como posibilidad: El usuario decide cómo emplear las tecnologías de la participación, qué servicios le son útiles y bajo qué forma y condiciones los va a utilizar. La adaptación de las aplicaciones, el desarrollo de interfaces particulares de herramientas, la utilización de contenidos externos mediante sindicación o a través de la inserción de códigos, el uso de widgets para la integración de recursos informativos externos (mapas, temperatura,

diccionarios, noticias, etc.), son distintas piezas que el usuario empleará a partir de su creatividad y sus necesidades. Las tecnologías son las mismas; los servicios, también; los recursos, idénticos, pero el usuario los puede individualizar según su criterio y conveniencia.

9. La experimentación como norma: Nada es eterno en la Web. La renovación de los resultados es constante; las actualizaciones permanentes; las novedades cotidianas. La constante renovación de los recursos y las consiguientes posibilidades de mejora, esperan y asumen los permanentes cambios.

10. El desinterés como base: El carácter social de la nueva Web también incluye como elemento definitorio la búsqueda del bien común. La internet 2.0 también tiene una faceta comercial, aunque no suele afectar al usuario general, sino a las empresas que quieren dirigirse a sectores específicos, conocerlos y comunicarse con ellos de forma directa y pertinente.

1.7 Plataformas para los usuarios

Cada día surgen cientos de aplicaciones para compartir cualquier tipo información en la Web 2.0 y pueden utilizar múltiples herramientas de acuerdo a la necesidad de cada usuario y el tipo de contenido que desea divulgar.

Claudio Ariel Clarenc (2011), director de Conectarnos.com y quien también se desempeña como conferencista, consultor educativo y en posicionamiento y marketing digital, destacó el trabajo realizado por Tim O'Reilly al hacer popular el término de Web 2.0., al definir su concepto. Él junto a John Battelle y Creig Clain de MediaLive, resumieron los principios clave que creen que caracterizan a las aplicaciones web 2.0: la comunidad como plataforma; efectos de red conducidos por una "arquitectura de participación"

A partir de ello, Ariel Clarenc (2011), refiere el término Web 2.0 a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red.

Algunas de las plataformas más destacadas según Ariel Clarenc (2011) en su libro “Nociones de Cibercultura y Periodismo”¹⁴, se encuentran a continuación, cabe destacar que la mayoría de ellas, son utilizadas también por el grado de complejidad o por el contrario, la facilidad de sus herramientas:

Blogs: Un blog es un espacio web personal en el que su autor (puede haber varios autores autorizados) puede escribir cronológicamente artículos, noticias (con imágenes vídeos y enlaces), pero además es un espacio colaborativo donde los lectores también pueden escribir sus comentarios a cada uno de los artículos que ha realizado el autor. Algunos destacan Wordpress.com y Blogger.com como plataformas completas.



Imagen tomada de: www.informatica-hoy.com.ar

¹⁴ Clarenc, Claudio, (2011). *Nociones de cibercultura y literatura*. Editorial Lulu.com. Pág. 592. Books Google. Recuperado de <http://bit.ly/2tV3oIT>



Imagen tomada de: www.youtube.com Cómo subir una noticia a Wordpress



Imagen tomada de: laeducacionespecial18.blogspot.com

Wikis: Es un espacio web corporativo, organizado mediante una estructura hipertextual de páginas (referenciadas en un menú lateral), donde varias personas elaboran contenidos. Basta pulsar el botón "editar" para acceder a los artículos y modificarlos.

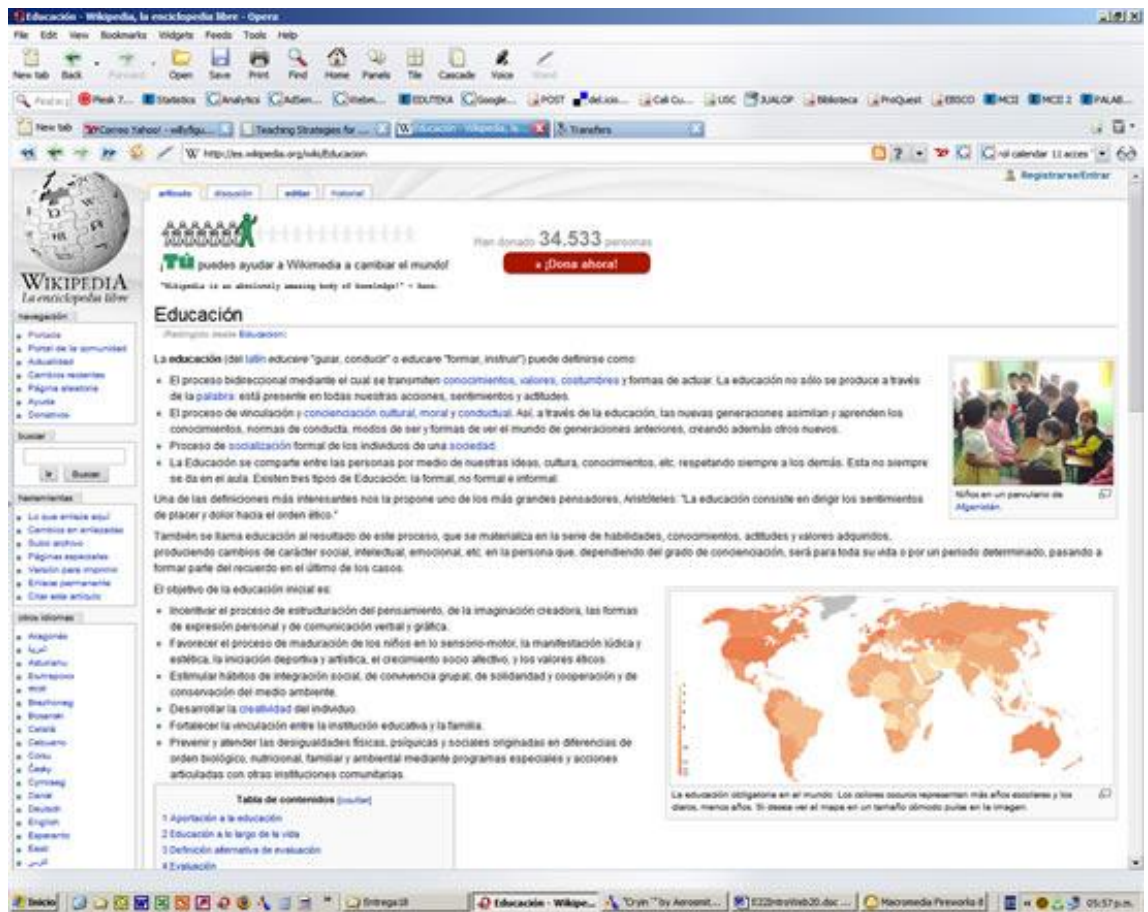


Imagen tomada de: eduteka.icesi.edu.co

Redes sociales: Sitios web donde cada usuario tiene una página donde publica contenidos y se comunica con otros usuarios. Ejemplos: Facebook, Twitter, Hi5, Myspace, Instagram, entre otras. También existen redes sociales profesionales, dirigidas a establecer contactos dentro del mundo empresarial (LinkedIn, Xing...).



Imagen tomada de: www.marketingyfinanzas.net

Entornos para compartir recursos: Permiten compartir y visualizar contenidos cuando al usuario le sea conveniente. Constituyen una inmensa fuente de recursos y lugares donde publicar materiales para su difusión mundial. Existen de diversos tipos, según el contenido que albergan o el uso que se les da:

- Documentos: Google Drive y Office Web Apps (OneDrive), en los cuales podemos subir nuestros documentos, compartirlos y modificarlos.
- Videos: Youtube, Vimeo, Dailymotion, Dalealplay, entre otros, que contienen miles de vídeos subidos y compartidos por los usuarios.
- Fotos: Picasa, Flickr, Instagram y más que permiten disfrutar y compartir las fotos también tenemos la oportunidad de organizar las fotos con etiquetas, separándolas por grupos como si fueran álbumes, podemos seleccionar y guardar aparte las fotos que no queremos publicar.
- Agregadores de noticias: Digg, Reddit, Menéame. Estos ayudan a guardar noticias de cualquier medio, luego son agregadas y votadas por los usuarios.
- Almacenamiento online: Dropbox, Google Drive, SkyDrive
- Presentaciones: Prezzi, Slideshare.

- Plataforma educativa.



Imagen tomada de: www.arantxavico.com

1.8 La web 3.0 y el nuevo paso de la tecnología

Muchos de los avances que tuvo la web 2.0 ya los vimos, sin embargo, lo que viene para futuras generaciones lo está generando la web 3.0. Aunque no se ha determinado del todo, cuáles serán los cambios que traerá. Para Lluís Codina, profesor de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, al parecer la primera mención a una supuesta Web 3.0 corresponde a un artículo publicado en ZDNet en noviembre del 2005 por Phil Wainwright en el que proporcionaba una visión técnica de la futura Web centrada en las aplicaciones de empresa. Por lo que se cuestiona, cuáles serían esos rasgos de esta futura Web¹⁵.

Por otro lado, la evolución de la Web 3.0 tiene semejanza y/o diferenciación con la Web semántica, la cual se puede comparar como una misma realidad, orientada hacia el protagonismo de motores informáticos y procesadores de información que entiendan de lógica descriptiva en diversos lenguajes más elaborados de metadatos, utilizando software avanzado, gestionada en la nube

¹⁵ Codina, Lluís, (2009). ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica?: El impacto en los sistemas de información de la Web. Universidad Pompeu Fabra. *lluís codina academia, comunicació y documentació*. Recuperado de <http://bit.ly/2tVe58e>

o cloudcomputing y ejecutada desde cualquier dispositivo con un alto grado de viralidad y personalización, constituye un nuevo tipo de Web, en la que se añade contenido semántico a los documentos que la forman y ello conlleva que la ejecución de la misma sea realizada por máquinas que, basándose en nuestros perfiles en la Red, descubren información para nosotros.

Un ejemplo claro que ellas presentan, es cuando en la Web tradicional se hace una búsqueda sobre "gatos", y Google nos presenta todo tipo de felinos que no nos interesan, pero en la Web semántica, nuestro perfil mostraría que no nos gustan los felinos y así la propia Web semántica nos presenta diferentes alternativas de "gato" pero desde una perspectiva mecánica. Desde el punto de vista del marketing, esta Web 3.0, permite construir un mensaje publicitario que será difundido mediante una tecnología digital avanzada, toda esta investigación surge del trabajo realizado por Inés Küster y Asunción Hernández de la Universidad de Valencia, España, quienes han ayudado a ampliar el concepto de esta nueva web¹⁶.

Para ellas, hoy día estamos ante un nuevo ciclo en el que la inteligencia artificial se combina con la capacidad de las personas a fin de lograr el establecimiento de una comunicación empresa usuario de manera directa, bidireccional, interactiva y de movimiento constante en atención a los hábitos del usuario y sus demandas. Es sin duda un valor añadido que repercutirá positivamente en la actitud favorable del consumidor hacia esa empresa y en su intención de compra presente y futura de sus productos. En este contexto, se hace necesaria una investigación de la gestión de marca en la Web 3.0, donde se debería tener en cuenta toda esta experiencia completa del usuario.

¹⁶ Küster, Inés & Hernández, Asunción (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. Universidad de Valencia. *Universia Business Review*. Recuperado de <http://bit.ly/2uqkQiK>

1.9 Para dónde va dirigida la web 3.0

Algunas de las conclusiones que determinaron Küster y Hernández con esta investigación, generan cambios en la manera de interactuar de los usuarios en el entorno 3.0, a partir de ello, las empresas siguen teniendo un objetivo fundamental que es incrementar la satisfacción del consumidor al facilitarle la interacción necesaria, no sólo con otros miembros de la red, sino con la empresa a través de su perfil social. Partiendo de la base de que la Web 3.0 tiene la capacidad de construir un sinfín de conocimientos sobre las preferencias de los usuarios y que, a través de una combinación entre su capacidad de conocimiento y la información disponible en Internet, sea capaz de atender de forma exacta las demandas de información por parte de los usuarios.

Estas nuevas formas de llevar a cabo un proceso en la web, genera una percepción efectiva por parte del usuario ante una facilidad de uso, a la adquisición de una utilidad y una gratificación, acompañada de una intención positiva y proactiva de uso de la red social en ese entorno 3.0.

Küster y Hernández, aseguran que en el contexto de estudio, y en relación con la norma subjetiva, las creencias o percepciones del usuario sobre la opinión que tienen las personas (familiares, amigos, compañeros) acerca de si debería o no debería hacer uso de las redes sociales 3.0, es un factor determinante en su predisposición favorable o desfavorable hacia el uso del entorno semántico unido a las creencias del individuo acerca de la posibilidad de acceder con control y operatividad a los recursos y oportunidades necesarios para poder usar todos estos servicios.

Capítulo 2

Origen del Periodismo Ciudadano

2.1. Surgimiento del periodismo ciudadano

A raíz de los cambios que ha tenido la sociedad y en su evolución por conseguir el mayor alcance posible de la información, el mismo usuario se ha decidido convertirse en el propio gestor de los contenidos con respecto a lo que sucede en su entorno. A modo de querer expresar lo que grandes medios de comunicación no divulgan, pero que desde las redes sociales, blogs y pequeños sitios web los ciudadanos se están encargando de la manera de ver su realidad.

Se entiende por periodismo ciudadano el conjunto de aportaciones que en el ámbito de la información realizan personas ajenas a la profesión a través de los nuevos medios y tecnologías. De esta manera, todos aquellos fenómenos que se caracterizan por la irrupción de la ciudadanía en los procesos de información o incluso en los de formación de opinión¹⁷.

Los primeros pasos que se sintieron del periodismo digital, fue a mediados de 1999, año en el que según Óscar Espiritusanto (2011), fundador de PeriodismoCiudadano.com y profesor de periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid, comienza la comunicación en línea con el movimiento Indymedia, The Independent Media Center, también conocido como IMC. De allí, se parte de lo que serían en el futuro los medios ciudadanos e Indymedia establece una red global de periodistas cuya misión es informar sobre temas de contenido político o social en diferentes países de todo el mundo. Esta red global de

¹⁷Salvat, M. Guiomar & Serrano, M., Vicente, (2011). Las políticas públicas de impulso a la sociedad de la información. Proyecto I+D 2008, Ref. CS02008–00587/SOCI. *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*. Análisis 41, 2011 69-85. Recuperado de <http://bit.ly/2tudmHy>

medios introdujo una particularidad de especial importancia ya que decidió contar con la participación ciudadana, es decir que, por primera vez, nos encontramos frente a un modelo de publicación de contenido realmente democrático y abierto¹⁸.

De esta manera, tanto Salvat como Serrano, también mantienen la idea que el origen del periodismo ciudadano surge como un movimiento creciente de participación de los ciudadanos en los procesos de transmisión de información mediante las nuevas tecnologías. A partir de ello, la interpretación que se le da es para mejorar la calidad de las democracias en términos de participación. Para estos autores, este término de “democratización”, es una tendencia vinculada a una mayor participación en los procesos en torno a la elaboración y difusión de la información.

Por otro lado, aseguran que además de los cambios tecnológicos, también aparece una reestructuración de lo que es el periodismo “tradicional”. Salvat y Serrano, mencionan en su texto que el llamado “periodismo ciudadano”, se caracteriza por un exceso de dependencia respecto de las fuentes profesionales y hace sentir su poder frente a una “ciudadanía” pasiva.

De igual forma, los usuarios ahora con el acceso a la web de manera más amplia, pudieron hacer valer su derecho a la libertad de expresión junto a lo que la Constitución española de 1978 indica en el artículo 20 sobre los derechos fundamentales y las libertades públicas¹⁹.

Se reconocen y protegen los derechos:

- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.
- b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.

¹⁸ Espiritusanto, Óscar (2011). *Periodismo Ciudadano, Evolución positiva de la Comunicación*. Fundación Telefónica. Primera edición. Pág. 3. Recuperado de <http://bit.ly/2uxGZNq>

¹⁹ *La Constitución española (1978)*. Título I. De los derechos y deberes fundamentales. Capítulo segundo. Derechos y libertades. Sección 1.ª De los derechos fundamentales y de las libertades públicas. Artículo 20. Recuperado de <http://bit.ly/1nqngkM>

c) A la libertad de cátedra.

d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.

-El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.

-La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.

-Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.

-Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial.

Otro de los elementos que rescata Espiritusanto (2011), es el trabajo que realizó Indymedia al reforzar dos conceptos claves en el nacimiento del periodismo ciudadano, fueron primero, la idea de incluir la colaboración de la ciudadanía, y por otro lado, la de informar de aquellos temas que los medios tradicionales ignoran. A estos dos elementos se incorpora el uso de la tecnología y de las herramientas que permiten a cualquiera participar y generar contenido de manera sencilla.

Es así como el periodismo ciudadano nace de forma inmediata, junto a los objetivos que muchos de los usuarios involucrados con la web y con acceso a múltiples medios digitales, les permite realizar o hacer parte de cientos de procesos de creación de la información. El desarrollo de diversas tecnologías, permite a gran parte de la población a trasladar la información o elaborarla

desde su lugar de trabajo, escuelas o en sus ratos libres. De esta manera, con este tipo de participación, la ciudadanía se abriría paso en distintos campos de la información.

2.2 Características del periodismo ciudadano

Con la producción de herramientas en la web y plataformas para que los usuarios inician la producción de contenidos, fenómenos como el software libre y los blogs comenzaron a hacer parte de la cotidianidad de las búsquedas de los usuarios en la web. Con estas nuevas herramientas según los desarrolladores de la Free Software Foundation que cita Espiritusanto (2011), “el software libre promueve la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, estudiar y modificar el software y distribuirlo. No se debe confundir con software gratuito, aunque en muchas ocasiones el software libre suele estar disponible sin coste alguno”.

Adicional a ello, se empiezan a abordar temas de trabajo colaborativo a través de las ‘wikis’, Aunque algo como la Wikipedia se percibe como un espacio neutral en el que cualquiera puede aportar (las bases del propio proyecto así lo definen), lo cierto es que existen un grupo de “súper usuarios”, como los llama Patricia Horrillo, quien forma parte del equipo de mediación de Medialab-Prado y coordina una investigación sobre periodismo ciudadano, desde la que ha puesto en marcha un grupo de trabajo sobre documentación colaborativa mediante tecnología de wiki semántica: Generando conocimiento libre en la wikiesfera, menciona que definen ciertas reglas del juego: “Hemos construido una nueva jerarquía en Wikipedia”²⁰.

En esas normas, se refieren a aquellos que tienen el poder para decidir lo que es y lo que no es relevante. Por otro lado, según Horrillo, este tipo de trabajos generan problemáticas de interface con las wikis y la existencia de etiquetas que no es intuitiva y produce rechazo, lo cual significa que se requiere de ciertos conocimientos durante la interacción a través de una pantalla, que en

²⁰ Horrillo, Patricia (2015). IV sesión del grupo de trabajo de edición wiki. *Periodismo Ciudadano*. Recuperado de <http://bit.ly/2t10sFL>

otros espacios digitales ya se ha intervenido para acercarnos un poco más a la sencillez de las cosas en la web.

Sin embargo, algunas de las características que definen a la Web 2.0, son las que definen el Dr. Raúl Santiago Campión el Dr. Fermín Navaridas Nalda de Universidad de La Rioja²¹, quienes han desarrollado un análisis crítico sobre los entornos Web 2.0., con una descripción de sus características, lo que les permitiría abordar su funcionamiento técnico.

Dentro de este análisis, recopilaron distintas maneras en la que los individuos interactúan con la web:

1. Modo de visualización: En la web 1.0 la clave era el Navegador, mientras que en la web 2.0 lo es el lector RSS. La ventaja de un lector RSS es que busca y selecciona por nosotros la información, frente al navegador, que requiere de la acción del usuario para buscar, seleccionar y acceder a esa misma información. Este nuevo modo de acceso a la información se denomina Sindicación de Contenidos y proviene, en parte, de la masiva proliferación de páginas web, especialmente de BLOGS.

2. Editores: Adicional a la información a la que se accede, el usuario escribe blogs, toma fotos, graba vídeos, los comparte, filtra y comenta. La participación de los individuos de forma activa constituye la razón de la existencia en la red, y así mismo, genera herramientas para suplir las necesidades y las formas de comunicación de las personas.

3. Arquitectura: La denominada arquitectura «cliente-servidor» consiste básicamente en un usuario que realiza peticiones a otro programa (el servidor) que le da respuesta. A través de aplicaciones o “servicios web”, los ciudadanos ven lo práctico que es el navegador como medio de acceso, y sobre todo, por la facilidad para actualizar y mantener aplicaciones web sin necesidad de distribuir e instalar software en los ordenadores. Algunas de las aplicaciones

²¹ Campión, Raúl & Navaridas, Fermín, (2012). La web 2.0. en escena. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. Nº 41. Pág. 19-30. Recuperado de <http://bit.ly/1NB2UCh>

más populares utilizadas por los usuarios han sido los web mails, wikis, weblogs, tiendas en línea, etiquetado y entre otras.

4. Protagonistas: Siguiendo las características de Campión y Navaridas en su artículo, los protagonistas de la web 2.0 son todos los usuarios que acceden, comparten y generan contenidos. Este tipo de interacción, le genera al usuario una “reputación” en la red influye en lo que le rodea, especialmente en la cantidad de atención y confianza que es capaz de generar a su alrededor.

5. Estado: En la web 1.0 el estado era estático mientras que en la web 2.0 lo es dinámico. Con esto se refiere a todas aquellas páginas web que fueron estáticas y luego pasaron a las dinámicas que están organizadas y basadas en aplicaciones de servicio a los usuarios incluyendo una importante función comunicativa abierta, con énfasis en las webs sustentadas en comunidades de usuarios.

6. Mínima unidad de contenido: Uno de los aspectos más importantes en el periodismo ciudadano y en la información que se transmite en la web, tiene que ver con el sentido dinámico y la mínima cantidad de contenido que tenga un artículo o video.

Un punto importante en este ítem, es cuando cada vez que un usuario modifica un contenido, un blog, etc., mediante un comentario, una opinión, un mensaje que deja, está cambiando al mismo tiempo ese sitio, no sólo por causa de su propia acción, sino por las reacciones que provoca en otros usuarios quienes, a su vez, comentan.

7. Modo: Al mencionar el “modo”, se refiere a la manera de editar y publicar los contenidos. Este aspecto es la causa de todo lo visto anteriormente. Mientras que en la web 1.0 el modo era de escritura, en la web 2.0 lo es de escritura compartida: cualquier usuario puede participar en la elaboración de un sitio web, de editar contenidos creados por otros, corregirlos, aumentarlos, mejorarlos (o no). La Wikipedia constituye un buen ejemplo.

De esta manera, tanto Campión como Navaridas, reúnen de forma específica lo que los nuevos usuarios, o mejor dicho, los nuevos periodistas ciudadanos, están encontrando en la web 2.0. al adquirir ciertas destrezas al ver la web como una plataforma global, en la que se puede aprovechar el trabajo colectivo y adquirir de alguna manera, bases de datos que en el futuro le puedan ayudar a realizar diversidad de contactos, o estos mismos, podrían realizar distintas actualizaciones de software según la necesidad.

La intención de esta web, además de traerle experiencias enriquecedoras del usuario, buscó generar mayor interactividad con el mundo exterior y contar las experiencias o denuncias que a su comunidad le afectan. Fue el modelo de comunicación de rápido alcance y con efectos de respuesta efectivo en algunas ocasiones.

2.3 Medios comunitarios

Desde el siglo XVI, la participación ciudadana se abrió paso en los periódicos a través de la sección 'Cartas al Editor', que si bien la audiencia podía expresar sus comentarios al respecto, lo hacía con la esperanza de que alguien leyera dichas opiniones.

Con la llegada del internet a la vida de miles en el mundo entero, la revolución en la comunicación y los mensajes directos a la misma sección se incrementó en lo que se refiere a mecanismos de participación de la audiencia en los medios y la posibilidad de insertar opiniones personalizadas de las noticias.

Ahora hablamos de periodismo ciudadano y, de forma paralela, se intensifica el debate sobre la posibilidad de que los ciudadanos puedan reemplazar a los periodistas en las tareas informativas, según mencionan Antonio López Hidalgo y Ángeles Fernández Barrero, miembros del Departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla.

Sin embargo, Hidalgo y Barrero generan cuestionamientos como, "¿a qué nos referimos realmente cuando hablamos de periodismo ciudadano? Si con este

término designamos un periodismo participativo, no podemos pensar que el único mecanismo de actividad de la audiencia sea la conversión del ciudadano en periodista. El periodismo ciudadano es, desde luego, cuestión de grados y las fórmulas para la intervención de la audiencia son muchas y variadas en su porcentaje de contribución a la producción de información”²².

La utilización del término “periodismo ciudadano”, que formulan dichos autores, recoge precisamente los distintos sentidos que puede adoptar esta etiqueta cada vez más extendida en el mundo de la comunicación, adicional a ello, para los efectos de definición los conceptos del periodismo ciudadano en este trabajo se cita la opinión de Dan Gilmor, conocido como el padre del periodismo ciudadano y autor del libro *We the Media*, quien engloba en esta tendencia “por los nuevos proyectos de periodismo participativo, por los blogs y por una nueva forma de hacer periodismo, más personal, más confiada en los criterios formados en la interacción, más enfocada a la conversación que al texto y, sobre todo, menos autoritaria y más participativa” y utiliza incluso un término propio para designar este fenómeno: “grassroot journalism (by the people, for the people)”.

Por otro lado, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), durante el XII Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación en Lima, Perú en 2014, presentaron una investigación hecha por Marisol Mesa Galicia y Rafael González Pardo de la Universidad del Tolima, Ibagué – Colombia²³, quienes a través de autores como Robert W. Greene y Gerardo Reyes, tratan de definir lo que es un medio comunitario, en el cual definen que el periodismo de investigación es la reportería que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto.

²² López, H., Antonio & Fernández, B., María Ángeles, (2008). Periodismo ciudadano. Los modelos de participación de la audiencia y sus grados de dependencia del periodismo profesional. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*. Estudios de periodística XIV: Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo. Pág. 187-194. Recuperado de <http://bit.ly/2v8Haup>

²³ Mesa, G., Marisol & González, P., Rafael, (2014). Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. *XII Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación*. Recuperado de <http://bit.ly/2uoIGMi>

Para estos autores, los tres elementos básicos que debe tener en cuenta un periodista son: que la investigación sea el trabajo del reportero, no un informe sobre una investigación hecha por alguien más; que el tema de la información trate algo de razonable importancia para el lector o televidente, y que haya quienes se empeñen en esconder esos asuntos al público. Entonces, teniendo en cuenta lo anterior, los medios comunitarios deben rescatar o tener como pilar estos elementos y buscar que exista una prensa comunitaria que se convierta en un medio de investigación que lleve a la reflexión y a la profundidad en la noticia.

Los periodistas entonces, dentro de los medios de comunicación comunitarios, deben ser capaces de generar nuevos contenidos y hacer la diferencia con respecto a los medios tradicionales, quienes han perdido algunos índices investigativos al tratar de manejar otras líneas periodísticas más inmediatas.

2.4 Internet y el periodismo ciudadano

La realidad que actualmente tienen muchos medios comunitarios para mantenerse vigentes y el entorno digital y la velocidad con la que se mueve, genera que el desarrollo y la participación de los ciudadanos sea más activa. Con respecto a la difusión de la información, estos medios comunitarios también han tenido que adaptarse incorporando medios de participación con la publicación de blogs, permitiendo comentarios de los lectores, usando este mismo canal como fuente de información y solicitando la participación de los lectores en la creación de la noticia o con la aportación de pruebas documentales cuando éstos sean testigos de un acontecimiento noticioso.

A este fenómeno, según Javier Celaya, socio-fundador de Dosdoce.com, vicepresidente de la Asociación de Revistas Digitales de España (ARDE) y vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de la Economía Digital, el periodismo participativo ha experimentado cambios en los medios tradicionales y han ido evolucionando en los métodos como le ceden la palabra a los lectores en sus ediciones digitales.

Celaya menciona durante su investigación y, al igual que en la actualidad, los medios comunitarios han incorporado algunas estrategias en dichas para las ediciones digitales en las que empiezan a recibir del público toda aquella información en la que son testigos directos de hechos noticiosos. Por otro lado, hoy en día tienen las herramientas a su alcance para hacerlo posible.

Millones de personas en el mundo, tienen la posibilidad de convertirse en periodistas ciudadanos digitales, ya que con las herramientas y el software indicado, pueden diseñar periódicos, revistas, radios on line, canales de televisión web; incluso aplicaciones para el celular que permiten transmitir en vivo.

Incluso el mercado se ha convertido en un aliado a la hora de comprar dichas herramientas, hoy en día vemos precios de cámaras, teléfonos celulares, grabadoras, etc., lo que le permite al ciudadano tenerlas si están al alcance de cualquier economía doméstica.

Además, un aspecto importante que siempre es considerado por el usuario, es todas estas herramientas sean cada vez más fáciles de usar y más cómodas de transportar. Por ejemplo, para grabar un hecho importante en el que un ciudadano está siendo testigo, podría utilizar simplemente su teléfono móvil: tiene cámara incorporada para grabar imágenes y hacer fotografías; dispone de grabadora de voz; le permite anotar aquellos datos que considere relevantes, y por supuesto le permite enviar directamente a su ordenador todo ese material o divulgarlo a través de las redes sociales de los medios de comunicación o las propias.

“Los que hasta ahora eran potenciales usuarios de un medio se pueden convertir en reporteros para ese mismo medio si, por cualquier casualidad, están antes que los propios periodistas en el lugar en que acontece un hecho noticioso. Y por simple probabilidad matemática, ante hechos inesperados, siempre será más fácil que llegue un ciudadano antes que un periodista”, asegura Celaya²⁴.

²⁴ Celaya, Javier, (2006). La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales. *Dosdoce.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2ta0hTK>

2.5 Periodismo ciudadano y la difusión en blogs

Una de las alternativas que tuvieron cientos de ciudadanos e incluso periodistas profesionales, que si bien no podían divulgar sus noticias o comentarios en un medio privado, lo podían lograr a través de medios alternativos al tener acceso a la web. Un comunicador o periodista que trabaje a nivel privado o en el ámbito público, resulta siendo un relacionista público capaz de publicar comentarios en un foro, weblog, blog, todos aquellos conocimientos personales, académicos o comunitarios.

Según un estudio llamado “Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?”, realizado por Real, Agudiez y Príncipe de la Universidad Complutense de Madrid²⁵, quienes en su investigación, aseguran que “cualquier persona no actúa ni se convierte en periodista por relatar una experiencia sobre un acontecimiento, comentar una noticia, elaborar un texto sobre una temática general o especializada (dada su condición de experto en la materia), colgar una fotografía o un vídeo hecho con su cámara digital...”, que gracias a internet puede poner a disposición de un grupo multitudinario de usuarios a través de una página web, un foro, un wiki, un blog, etc.

La función pública de la información que lleva a cabo el Periodismo ciudadano, como citan estos autores, está referida constantemente al derecho humano a la información, del que parte y al que vale. Ahora bien, la soberanía informativa pertenece a todos los ciudadanos, no es potestad exclusiva del periodista ni de la empresa comunicativa. A todos nos asiste el derecho a poder expresar aquello cuanto gustemos (siempre y cuando no ofendamos los derechos de los demás sujetos).

²⁵ Real, R., Elena, Agudiez, C., Pinar & Príncipe, H., Sergio, (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Revistas científicas complutenses*. Vol. 13. Pág. 199. Recuperado de <http://bit.ly/2v6DXfW>

Pero cuando ejercemos esta atribución lo hacemos en virtud de una capacidad personal. En cambio, el periodista no se conduce sin más como un ciudadano cualquiera en el ejercicio efectivo de este derecho universal, sino que actúa, ante todo, como un profesional al servicio de unas facultades (las de investigar y difundir de acuerdo con nuestro texto constitucional) que le han sido confiadas por el conjunto de la sociedad, dada la dificultad que el propio colectivo social tiene de poder desarrollarlas con el debido cuidado por sí mismo, a pesar de los avances tecnológicos, mencionan Real, Agudiez y Sergio Príncipe.

Es decir, que ante este tipo de avances, los periodistas deben adquirir ante el compromiso profesional y también ante el compromiso público o social, cumplir adecuadamente con los requerimientos de la información periodística, porque si no lo hacen así están dejando a los ciudadanos desamparados en el disfrute o ejercicio del derecho a la información que les corresponde.

Es por ello, que durante la investigación de estos autores, todo lo que afecte negativamente al derecho a la información es algo que le está vedado a la empresa informativa. El periodista debe disponer, por tanto, de la necesaria independencia y autonomía profesional en su labor informativa y esto incluye diversos medios de comunicación para divulgar la información, sea una página web propia o un blog personal.

Responde ante su empresa, para la que trabaja, pero sobre todo ante el compromiso adquirido con el público, el verdadero titular del derecho a la información. Un público que también tiene sus obligaciones en este proceso comunicativo. La responsabilidad ética ha de estar presente en la conciencia de todos ellos.

Así pues, cualquier persona no actúa ni se convierte en periodista por relatar una experiencia sobre un acontecimiento, comentar una noticia, elaborar un texto sobre una temática general o especializada (dada su condición de experto en la materia), colgar una fotografía o un vídeo hecho con su cámara digital..., que gracias a internet puede poner a disposición de un grupo multitudinario de usuarios a través de una página web, un foro, un wiki, un blog, etc.

Se podría decir, según la información que ellos recolectan a través de diversos autores, es que el periodista ciudadano digital, se convierte en un colaborador que suministra información de hechos tanto positivos como negativos de la sociedad o el entorno que lo rodea. La simple recolección, edición y difusión de noticias no constituye, como ya hemos apuntado, una labor que pueda ser catalogada sin más como Periodismo ni a quien la hace investido –por este simple hecho– con el rango de periodista. El movimiento denominado como Periodismo ciudadano, parte de este planteamiento equivocado. Y el empecinamiento que desgraciadamente persiste en definir al periodista por la mera actividad ayuda a que el error crezca en magnitud y se generalice hasta límites insospechados.

De esta manera, se extiende la idea de que ambas tareas (la del periodista, por un lado, y la del público por otro) son idénticas, están al mismo nivel, y, por tanto, susceptibles de esgrimir las mismas exigencias en cuanto a derechos informativos.

Cerezo y Zafra, autores citados en la investigación de Real, Agudiez, Príncipe Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional, ambos tipos de periodistas, tienen las mismas oportunidades ya que son iguales, pero en ocasiones, el profesional puede verse relegado por el aficionado, “Hasta ahora, el profesional de la información era el periodista; en el nuevo medio, con unos pocos conocimientos de edición y acceso a la red cualquiera puede convertirse en informador. [...] Internet ha provocado un nuevo concepto de información en la que el usuario es parte de ella, tanto es así que, a medida que éste profundiza en su consumo y uso, puede llegar a convertirse en generador e intermediario de información y, por qué no, en periodista” (CEREZO y ZAFRA, 2003: 3 y 7).

En este contexto, desde hace más de una década, han venido surgiendo en la web los diarios online, que surgen como weblogs, blogs o bitácoras y que luego se van posicionando entre los usuarios a través del voz a voz y adquieren mayor fuerza. Es así, como esto ha permitido que se presenten como una alternativa a los periódicos “tradicionales” lanzados en internet por las

empresas comunicativas y elaborados por los periodistas digitales profesionales que en algún momento pueden sentirse temerosos de la competencia.

Capítulo 3

Periodismo ciudadano digital

3.1 Internet como medio de comunicación

Desde hace décadas, Internet cambió la vida de millones de personas en el mundo. La Red, le dio un giro al estilo de vida de prácticamente la totalidad de la población. En la inmensa mayoría de los casos esta revolución tecnológica ha significado el progreso humano en todas las áreas del conocimiento. Desde el momento que surgió la posibilidad de compartir datos a nivel mundial con otros, no había secretos de nada y para nadie.

Mucha de esa información le abrió los ojos a los espectadores de que había una realidad más allá de lo que había a su alrededor y lo que mínimamente conocía del mundo. Aprendió a acceder a la red y a buscar sus intereses. De alguna manera, otros compartieron sus habilidades y divulgaron sus problemas.

Si bien es cierto, Internet se convirtió en un medio para que la información tuviera mayor ventaja de divulgación. La búsqueda de información es, una de las más realizadas tanto en los periódicos digitales, los grupos de noticias y toda la información multimedia de que nos proveen los medios de comunicación convencionales, Internet pone a nuestra disposición la mayor biblioteca del mundo.

Así mismo, David Caldevilla Domínguez, de la Universidad Complutense de Madrid en su artículo “Internet como fuente de información para el alumnado universitario”²⁶, menciona que desde el nacimiento de Internet, ésta ha evolucionado y crecido hasta convertirse en la biblioteca más grande del mundo contenida en nuestra propia habitación. Sus ventajas nadie las puede negar, somos capaces de encontrar cantidades de información que de cualquier otra forma nos supondría muchísimo tiempo y, por supuesto, dinero.

Uno de los cuestionamientos que realiza Caldevilla es que al saber que la Red nos ofrece una cantidad de información, cómo podemos saber la calidad de lo que encontramos. Una de las ventajas que nos ofrece Internet es que cualquiera con ordenador y conexión puede tanto buscar información, como ser creador de ella. Así, escribir sobre un tema determinado y después colgarlo en la red para que posteriormente los internautas puedan leerlo es relativamente sencillo.

Es allí donde él interviene diciendo que “en términos de calidad, la información contenida en Internet no tiene ningún valor si la comparamos con lo publicado en documentos tangibles, ya que uno de los inconvenientes que tiene la información de la Red es no tener que haber pasado ningún control de calidad. Sin embargo, cuando un escritor culmina un artículo para el periódico, una obra literaria o un manual, las editoriales disponen de un grupo de especialistas que se encargan de hacer las correcciones de estilo necesarias, evalúan el contenido y juzgan si vale la pena publicar lo escrito o, si por otro lado, debe ser desechado. Con este sistema se obtiene un material de calidad dirigido a públicos exigentes. Todo lo contrario ocurre en Internet, ya que cualquiera puede preparar un material para ser publicado sin pasar ningún tipo de control; de hecho, podemos encontrar “información”, que dejando a un lado las faltas de ortografía y el pobre manejo de la sintaxis, son simples opiniones de autor que, en ocasiones, faltan a la verdad y carecen de objetividad”.

²⁶ Caldevilla, D., David, (2010). Internet como fuente de información para el alumnado universitario. *Revistas científicas complutenses*. Vol. 21. Pág. 146. Recuperado de <http://bit.ly/2uo0s2s>

De esta manera, podemos decir que aunque internet es un medio de información, también debemos ser conscientes que todo lo que buscamos y así mismo compartimos, tiene que tener un criterio de validez y de credibilidad ya que puede caer en las manos de cualquier público la información que compartimos.

Para Caldevilla, en el momento que realizó su investigación, no estaba muy alejado de la realidad, ya que como menciona, la consideración de algunos sobre un cambio inexistente en la Web, ya que todas las aplicaciones que posibilitan la nueva Web 2.0 ya existían previamente, sólo ha cambiado la generalización de su uso entre los consumidores de Internet. Dejando de lado las denominaciones, es de reseñar que el aumento que han sufrido las páginas Web con contenidos personales ha revolucionado el panorama internacional. Es decir, que a medida como ha aumentado el tráfico de páginas web, tampoco existe ningún control sobre las publicaciones.

Actualmente, todos los consumidores de información, que potencialmente somos todos los que navegamos por la Web, nos sumergimos en un mundo nuevo, cada vez que realizamos una búsqueda o cada vez que compartimos nuestra información. Antes de la aparición de Internet, ésta no estaba al alcance de todos y mucho menos entraba en consideración, el publicar sus opiniones, y ahora incluso podemos crear artículos, foros, videos, blogs, chats y mucho más que se hace infinita de información creada a través de artículos que los internautas “cuelgan” día a día en redes sociales u otro tipo de página de fácil acceso.

Seguramente, exista quienes en muchos sitios web hagan el papel de colaboradores o editores web que revisan parcialmente lo que los usuarios comparten, evitando divulgar información falseada o de conveniencia.

3.2 ¿Qué es periodismo digital?

Uno de los grandes beneficios que hemos experimentado todos los usuarios de la web, es el fácil acceso y la comunicación con diversos públicos. Para los medios de comunicación la llegada de Internet seguro fue un proceso rentable de divulgar la información de manera más rápida y económica. Así mismo, fueron adoptando nuevos formatos y herramientas digitales. Sin embargo, uno de los temas siempre en discusión, es sobre la calidad del producto informativo, el grado de investigación del periodismo en sí mismo ya que parece haber quedado segundo plano.

Actualmente, el desarrollo de nuevas tecnologías, le han contribuido a los periodistas digitales configurar un entorno comunicativo digital complejo y altamente dinámico para que los usuarios puedan interactuar más con la información y hacer de gran interés la noticia.

Hoy en día, cualquier usuario con acceso a Internet y cierto dominio de las tecnologías de auto publicación, redes sociales, micro blogging, etc., puede convertirse en productor de una información que es consumida a menor o mayor escala en alguna de las múltiples extensiones de un sistema comunicativo global alojado en la red. El impacto originado por las redes sociales, los diferentes formatos de la blogosfera, las plataformas de videos o los sistemas de mensajería virtual gratuita en la estructuración de las nuevas prácticas comunicativas ha desvelado las oportunidades, aún no vislumbradas en su mayor parte, de las tecnologías digitales en la canalización de los flujos informativos.

El mensaje unidireccional y cerrado propio de los medios de comunicación tradicionales parece haber sido desterrado de forma inequívoca; nos enfrentamos a nuevas prácticas dialógicas de intercambio de información a las que las empresas periodísticas luchan por aferrarse desarrollando nuevas estrategias y prácticas informativas para diferenciarse de los “amateurs”, como lo informó Juan Carlos Suárez Villegas, de la Universidad de Sevilla en su

artículo “La ética del periodista frente a los riesgos de la información en el entorno digital”²⁷.

De esta manera, es como el usuario se ha visto en la posición de querer ser partícipe en los medios como colaborador o como ‘periodista ciudadano digital’, compartiendo fotos, videos, comentarios u otro tipo de información que pueda servir a la comunidad que interactúa con la noticia. Así mismo, estos usuarios que ahora hacen parte del periodismo ciudadano, son espectadores con mayor capacidad de dinamizar e interactuar con los contenidos, además de ser capaz de crearlos.

El perfil del usuario digital no puede asimilarse al del televidente o lector tradicional, ya que actualmente, podemos ver que el nuevo usuario de la web, tiene por diferencia que es más dinámico y necesita participar, compartir e incluso crear contenidos. Se convierten en audiencias activas que producen una nueva forma de comunicar y cuestionan la calidad tradicional de la información que divulgan los medios de comunicación.

De esta manera, los periodistas digitales hoy en día, afrontan un desafío en el cual la información es de libre circulación y por ello, incluso el modo de escribir o transmitirla de la manera tradicional a través de las cinco ws, que manejaban las salas de redacción, han tenido un cambio de acuerdo a las nuevas audiencias comunicativas y la inmediatez o el dinamismo que se le quiera dar a la información y dependiendo el público al que se dirija.

3.3 El uso de los formatos multimedia en diarios o medios digitales

Seguramente, como muchos sabemos los elementos multimedia que usan los medios de comunicación actualmente, colaboran en la complementación de la noticia o de la información, utilizando no solo el texto, sino también audio,

²⁷ Suárez, V., Juan Carlos, (2013). La ética del periodista frente a los riesgos de la información en el entorno digital. *Revista Iberoamericana para Comunicação e Cultura Contra-Hegemônicas*. Vol. 1. Pág. 3. Recuperado de <http://bit.ly/2tYdnHg>

imagen fija y animada, videos, infografías, líneas de tiempo, links que conectan a otras noticias que se relacionan con la noticia principal, mapas de google, perfiles y entre otros que hoy en día los periodistas digitales usan de acuerdo a la vanguardia de la herramientas.

En el caso de Colombia, según la investigación realizada por la Fundación Telefónica en su libro *Ciberperiodismo en Iberoamérica* por Ramón Salaverría (2016), ha enfrentado en estos últimos diez años uno de los mayores retos en su historia por la dinámica impuesta por la tecnología y las audiencias en el universo digital.

La incursión de los principales medios de comunicación en los medios digitales fue a mediados de los años noventa, para asegurar su presencia y revertir sus contenidos en la red, la busca de estrategias editoriales, de convergencia y de mercados ha sido constante desde entonces.

Así mismo, según menciona la investigación realizada en el libro de la Fundación Telefónica por Liliana María Gutiérrez Coba y Víctor Manuel García Perdomo²⁸ (2016), los nuevos proyectos nativos digitales también le han impuesto dinamismo a la oferta informativa en Colombia. Desde entonces, cientos de periodistas han sido partícipes y los medios de comunicación también han hecho presencia en las redes, lo que permitió el diálogo para la precisión y el balance informativo.

Por otro lado mencionan, como la ciudadanía también usa las redes en Colombia para impulsar su propia agenda, adquirir visibilidad y movilizar políticamente a la sociedad. Es así como en los últimos años, con el acceso a las redes, las plataformas móviles y la de profesionales de la información y sus audiencias, pero al mismo tiempo dicha incursión permite que exista un futuro lleno de desafíos para el periodismo on line. Sin embargo, la sombra de la violencia y la polarización política se ciernen sobre la libertad de expresión y la democracia en Colombia.

²⁸ Salaverría, Ramón, Gutiérrez, Liliana María & García, P., Víctor, (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica. Pág. 80-81. Recuperado de <http://bit.ly/2pedahR>

Otros de los desafíos que se mencionan, es lo que se refiere a la formación sobre temas de periodismo digital que se imparte desde los pregrados de Comunicación Social y Periodismo o carreras afines, desde hace menos de una década las universidades vienen introduciendo algunos contenidos relacionados con tecnologías de la información, convergencia y redes sociales.

En cuanto a la oferta de formación específicamente orientada a atender las necesidades de los periodistas y comunicadores para enfrentarse a los cambios generados por las tecnologías, son pocas las opciones en Colombia. Existe una gran cantidad de cursos de corta duración, muchos de ellos on line, pero la mayoría se concentra en aspectos técnicos y no considera el marco general de la profesión y la lógica de las rutinas en que se inserta. Además, se ofrecen de manera eventual, de modo que no es fácil saber cuándo se abrirá un curso con las características que se requieren, según lo afirman García y Gutiérrez.

3.4 Cambio en los medios tradicionales

El impacto obtenido por los medios de comunicación en cuanto a la innovación tecnológica ha sido bastante alto, sobre todo en las últimas dos décadas en las que la aparición de Internet fue un cambio ágil y simple para quienes tuvieron que manejarlo en su día a día.

De alguna manera lo instantáneo e inmediato, para los medios de comunicación lo estaban acoplando como las bases del nuevo periodismo digital, así mismo, seguro para muchos periodistas la llegada de las tecnologías de la información en la cobertura de las noticias se llevaba a cabo con más inmediatez, lo que generaba cambios en la forma de narrar los hechos.

Dentro de los cambios que tuvo el periodismo, fue tener que enfrentarse a la manera como tenía que describir la realidad de manera inmediata y hacerlo de la forma correcta, pero concisa. Tanto los periodistas que en un primer momento experimentaron el periodismo digital como los actuales, han tenido que realizar el ejercicio en el menor tiempo posible y sin perder el objetivo el

principal, así como dejar de lado la verificación de fuentes que genere duda ante su difusión. Es de esta manera, como debe generar un contenido que sea único en la red y no quede perdido en las miles de fuentes que Internet tiene sin fundamentos.

Algunos de los cambios, según la investigación de Charo Sádaba Chalezquer²⁹ (2016), quien incluyó su participación en el libro de la Fundación telefónica, menciona a Twitter como una red social útil para la difusión de contenido periodístico, pero que además, marca un ritmo acelerado en la transmisión informativa mediante textos de 140 caracteres difundidos por usuarios, periodistas, políticos y diferentes actores sociales que rompen la tradicional estructura de comunicación vertical practicada por los medios de comunicación. Hoy en día ya no es necesario esperar a la edición del periódico del día siguiente, al próximo boletín de radio informativo o al siguiente noticiero. Ni siquiera es preciso aguardar a que la versión digital del diario de referencia actualice sus contenidos: todo esto se debe a que la información ya está siendo retransmitida por individuos anónimos o periodistas ciudadanos.

Dentro de estos cambios, también se generan errores en el periodismo que se pasan por alto por la inmediatez del momento o la exclusiva de la información. Según Sábada, la instantaneidad repercute en la calidad del contenido y en la manera como se tratan los hechos de la labor periodística. Se está generando una tendencia a olvidar que la información precisa debe ser contrastada y elaborada de acuerdo a una serie de valores profesionales tales como la precisión, la veracidad o la fiabilidad de las fuentes. De esta manera menciona, como estas normas inherentes a la profesión periodística difícilmente podrán ser aplicadas a contenidos publicados de forma instantánea.

Es así como surgen así inconvenientes como la inserción de hipervínculos en los artículos hacia sitios insuficientemente verificados, informaciones incompletas o sesgadas fruto del recurso de una sola fuente, e incorrecciones que son saneadas a posteriori mediante actualizaciones que el lector no puede advertir.

²⁹ Sádaba Chalezquer, Charo (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica. Pág. 424 - 425. Recuperado de <http://bit.ly/2pedahR>

La instantaneidad de la información afecta de igual modo a los hábitos de los periodistas, son algunos de los cambios en los medios tradicionales, debido a que el desempeño profesional, modifica los tiempos necesarios para investigar o ahondar en los hechos, sin embargo, en la redacción de la información digital, las noticias están diseñadas para que haya un permanente estado de alerta hacia la actualidad, pero más aún cuando se trata de temas que marcan tendencia o los que son controversiales.

3.5 Expansión del periodismo ciudadano digital

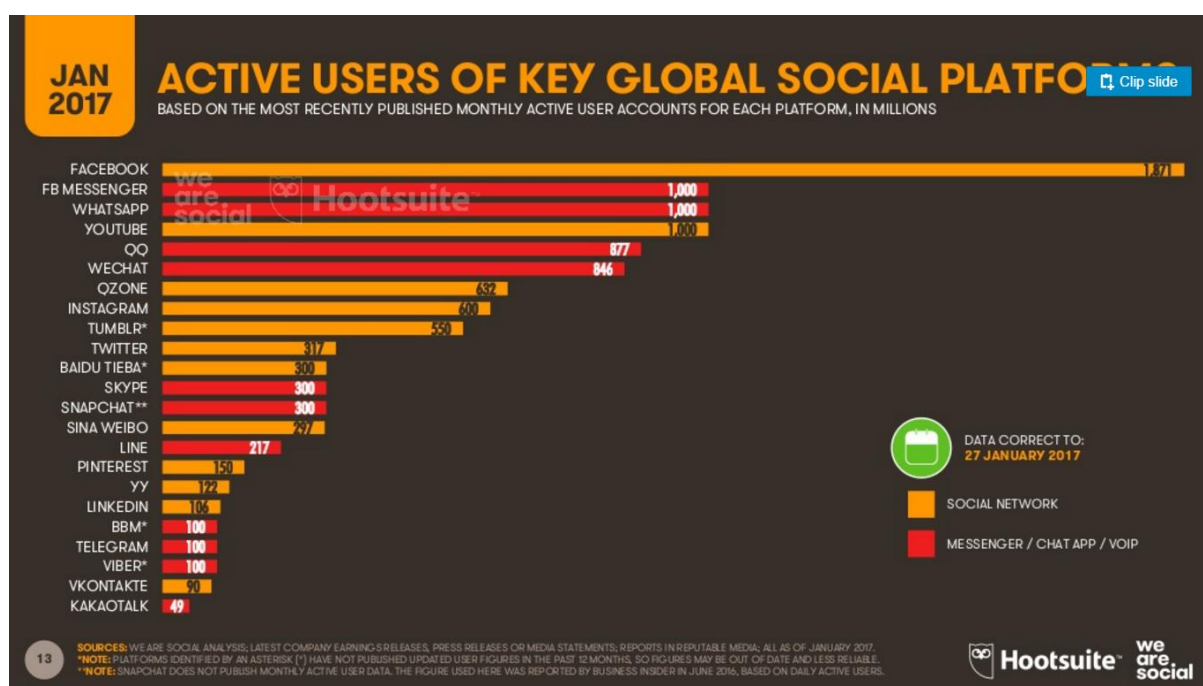
Con la expansión de las redes sociales, micro blogs, páginas web y demás sitios que encontramos en Internet, el periodismo ciudadano digital ha incrementado su auge y no solo porque existan ahora dichos sitios, sino también porque los ciudadanos comunes reaccionan ante los distintos hechos que pasan en la sociedad. Puede ser una catástrofe, un atentado, festivales o distintos hechos en los que los testigos de primera mano son ellos y no los periodistas.

Es así como, el nuevo periodismo digital dio sus primeros pasos cuando la aparición del correo electrónico, los foros online o los chats, fueron la manera de establecer comunicación para llegar a un público específico e incluso tratar de llegar a los grandes medios con su información. Fue así como los ciudadanos, dieron inicio a una era de discusión sobre temas en común o intereses particulares.

Los micro blogs se hicieron populares en la sociedad al tener la posibilidad de publicar de manera sencilla, siempre y cuando se contara con acceso a Internet, una infinidad de información. Incluso periodistas, aficionados, profesionales de diferentes áreas, usaban este recurso para para publicar cualquier tipo de contenido útil o no, dependiendo de quien fuera el autor y la calidad del material compartido.

Desde que los ciudadanos tienen acceso a internet libre se genera una serie de servicios y redes sociales como método de vinculación con personas afines o cercanas, lo que permite que exista un vínculo entre la vida real y el mundo virtual.

Así lo asegura We Are Social, con el informe de las estadísticas digitales a nivel global del 2016, en las que evidencia al menos en Sudamérica, los datos digitales en enero de 2017, el cual cuenta en esta región del mundo alrededor de 2.789 billones de usuarios activos de redes sociales, lo que ocupa 37% de la población total del continente, este número continua creciendo con un ritmo muy rápido de acuerdo a la facilidad de acceso tanto a la web como a dispositivos móviles.



³⁰ Fuente: We Are Social 2016. Estadísticas Digitales en Sudamérica para enero de 2017.

Gran parte de la participación que hoy en día tienen los usuarios en las redes sociales, se debe al desarrollo de los dispositivos móviles en los últimos años. En primer lugar, por las funciones multimedia y en segundo lugar, los cientos de aplicaciones con los que los usuarios pueden capturar los testimonios o fotografías, compartiendo así material de primera mano sobre alguna vivencia, en el sentido de informar una noticia en el momento y su capacidad de

³⁰ Global Digital Statics South America (2016). *We Are Social*. Recuperado de <http://bit.ly/2uEJMEI>

periodista ciudadano sobresale en las redes sociales y por eso las mismas se convierten cada vez en una de las fuentes del periodismo profesional.

De esta manera, la flexibilidad en la conexión móvil permite la lectura con mayor amplitud en cualquier lugar y momento, cada día hay más usuarios en las redes compartiendo información que los mismos medios de comunicación tradicionales. Puede decirse, que son espacios donde los ciudadanos que no tienen voz en los grandes medios, pueden ser escuchados al tener la posibilidad de contar con este tipo de acceso digital. Seguramente, un solo ciudadano no puede generar ruido en la web, pero cuando crea comunidades que prestan su atención con determinados acontecimientos sociales, se puede realizar la deliberación y debate de los mismos para alcanzar su difusión.

3.6 Nuevos periodistas ciudadanos

Muchas ocasiones los ciudadanos comunes no buscan que pase un acontecimiento para realizar un cubrimiento, por lo general son testigos visuales de los mismos, por casualidad los pone en el lugar y hora indicada para que cuenten con detalle una historia. Sin embargo, hoy en día eso puede ir un poco más allá cuando las redes sociales son un medio de comunicación popular basado en la cantidad de gente que ve tu contenido.

Una teoría que maneja Espiritusanto (2011)³¹, es afirmar que los usuarios hoy en día comparten su contenido por una cuestión de ego, estatus o reputación dentro de una comunidad o un medio, así como para crear conexiones con otros autores o audiencias, para crecer en lo profesional o en lo personal o incluso para conseguir una remuneración de su contenido, entre otras razones, sin embargo, afirma que sean cuales sean las causas, pero lo cierto es que existen esas ganas de intervenir en un diálogo abierto y global alrededor de la información.

³¹ Espiritusanto Óscar, (2011). *Periodismo Ciudadano, Evolución positiva de la Comunicación*. Colección Fundación Telefónica. Pág. 15. Recuperado de <http://bit.ly/2uxGZNq>

De alguna manera, califica al periodismo ciudadano como un método de participación del usuario dentro del entorno informativo y con ello analiza algunos tipos de participación: en primer lugar, en una red social, los usuarios pueden hacer sobre una noticia un “me gusta”, aunque hoy en día hay otras expresiones y ya con eso están participando; en segundo lugar, pueden comentarla, y esa participación aumenta y se amplía. Luego, los usuarios pueden aportar material a un medio, generar medios propios o compartir contenido con otras personas.

Una de las razones por la que nacen los periodistas ciudadanos, se debe que son personas comprometidas con situaciones de injusticia, censura, precariedad social, dificultades económicas y entre otras. Para Espiritusanto (2011), se trata de activistas y periodistas ciudadanos que saben cómo hacer llegar la información de una situación concreta y conocen las herramientas mejor que los propios periodistas de los medios.

Por otro lado, existen periodistas ciudadanos que deciden informar de los pequeños y grandes hechos cotidianos que suceden en su comunidad a sus vecinos o a los que viven dentro de ella. Otro ejemplo de tipo de periodista ciudadano que propone el autor, sería el que busca percibir una remuneración a través de la información que genera, alguien que puede suplir la función del corresponsal en zonas donde muchas veces no existe un periodista para informar o mostrar lo que está sucediendo.

Es así como no existe hoy en día una norma que indique quién puede o no ser un periodista ciudadano, quizá es una nueva forma de ver la participación activa que tienen los usuarios en los medios; también se trata de aquellos que tienen pasión o fascinación por la información y la divulgación de la misma. Son aquellos que por facilidad y uso de las herramientas digitales, pueden acceder a un mundo que se consideraba o se considera exclusivo de los profesionales, así como muchos medios de comunicación suponen que son los últimos que tienen la verdad y la última palabra.

3.7 Herramientas de comunicación de los usuarios

Si bien es cierto que hoy en día existen diversas formas de viralizar el contenido digital a través de redes sociales, blogs, micro web sites, etc., también es cierto que todo esto, tiene un proceso por el cual el usuario tuvo que adaptar el contenido y llevar una línea de edición para que llegara al público adecuado y tuviera como fin que la información se divulgara correctamente.

En una entrevista realizada para la UAI en 2015 a Eva Lavín de las Heras, profesora de televisión y prácticas externas de la Universidad Camilo José Cela en España, comenta que de alguna manera *“los medios están encantados porque es tener información a coste 0, ya que no suelen pagar por esas imágenes, aunque deberían, porque tienen derecho de autor. El trabajo de los periodistas no pelagra pero si se devalúa. Aunque los medios deberían valorar más su trabajo, ya que ellos son fundamentales para comprobar si las informaciones aparecidas en Internet o en las redes sociales son veraces”*.

De esta forma, que exista el periodismo ciudadano digital, es una manera de abrir nuevas puertas de comunicación a la sociedad, pero al mismo tiempo es un arma de doble filo para quienes ejercen la profesión. Lavín asegura que *“los medios han bajado los estándares de calidad y ahora consideran que pueden sustituir la foto de un periodista ciudadano por la de un fotógrafo profesional. O incluso, han despedido a fotógrafos de medios y a cambio a los periodistas les han dado un iPhone para suplir su trabajo. Es un error de los medios, pero en este momento de crisis, valoran más ahorrar costes que un buen trabajo”*.

Aun así, se puede considerar que hoy en día cuando la tecnología y sobre todo los dispositivos móviles evolucionan a pasos agigantados es inevitable que este tipo de situaciones no ocurran.

De otra forma, este nuevo contexto comunicativo está evolucionando y para Carmen Costa³², se trata de *la era de los Smartphones*, era en la cual según ella, junto con la implantación y penetración social de una nueva tecnología comunicativa que resulta ampliamente aceptada altera y transforma los hábitos comunicativos de las personas. Ligado a ello, se producen cambios en los usos informativos que los ciudadanos pueden realizar del nuevo medio. En el caso de la tecnología móvil, las modificaciones en nuestros hábitos comunicativos son ya palpables: el teléfono nos sirve para actividades diversas, más allá de para hacer o recibir llamadas o SMS. Las finalidades comunicativas convergen en el nuevo dispositivo: comunicarse, informarse, trabajar o atender cuestiones laborales, entretenerse, divertirse, formarse, etc.

Sin embargo, en el mundo de hoy, cada cambio tecnológico que se realice en los medios de comunicación implica una adaptación en las estructuras, los usos, los lenguajes y la manera como se deba llevar a cabo el trabajo en el día a día, o mejor dicho, en el manejo de la información. Costa menciona que al igual que el ciberperiodismo pasó por distintas etapas desde su arranque a mediados de los años 90 hasta hoy, también el periodismo móvil ha pasado por diferentes estadios hasta su configuración actual. La evolución de las características técnicas de los dispositivos ha incidido en dicho proceso.

De esta forma, Costa en otro de sus textos³³, habla de las diferentes etapas que puede llegar a tener un ciudadano desde el momento que este tipo de dispositivos llegaron a sus manos. En una primera etapa, de adaptación, que difícilmente podríamos calificar de periodismo, nos encontramos con contenidos informativos para móviles poco interactivos, de alerta de titulares muy vinculados a la última hora, que se enviaban en formato SMS y que suponían un pequeño pago para el suscriptor al que se le ofrecía un nuevo servicio vinculado a la marca. Los formatos se veían condicionados por las bajas velocidades de acceso, la pequeña dimensión de la pantalla de los móviles, las interfaces poco intuitivas, así como el precio de los servicios.

³² Costa, Carmen (2012). Ciberperiodismo en el Smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18. Recuperado de <http://bit.ly/2tERjBh>

³³ Costa, S., Carmen, (2013). Modelos aplicados en los diarios españoles y necesidades de desarrollo. *Prensa en el Smartphone*. Vol. 11 (2), Pág. 07-30. doi: 10.7195/ri14.v11i2.591. Recuperado de <http://bit.ly/2vyxJEO>

En un segundo momento, cuando comienza la incorporación de Internet a los teléfonos móviles, los contenidos informativos empiezan a dejar de ser una adaptación automática y a responder a una estructura específica y a una concepción cada vez más estratégica de la plataforma móvil. La tercera etapa se corresponde con la era de las aplicaciones, en la que nos encontramos. Con la generalización de los accesos 3G y el lanzamiento de los smartphones, se llega a una tercera fase con el desarrollo de aplicaciones propias para acceder a contenidos informativos georreferenciados de naturaleza multimedia y la posibilidad de participar, comentando o enviando contenidos.

Es por ello que en los equipos y plantillas de las empresas periodísticas comienza a haber profesionales dedicados exclusivamente al mantenimiento del medio móvil.

3.8 Qué es el Ciberperiodismo ciudadano

En la última década, el mundo ha podido ver la evolución de la comunicación, la cual no afecta como tal la producción de información, sino por el contrario, puede afectar a los profesionales que trabajan en los medios. Ante esto, la nueva estructura de los medios de comunicación generó en los periodistas una nueva faceta teniendo que cubrir un nuevo campo en la web y tuvo que ampliar los contenidos con otro lenguaje.

El nacimiento del ciberperiodismo o periodismo en la red abrió horizontes a los informadores, al tiempo que les demandó nuevas habilidades y destrezas para hacer un periodismo con trazos claramente diferentes.

Estos ciberperiodistas están familiarizados con las tecnologías digitales, navegan por la red y realizan el papel de mediadores en los nuevos medios que se difunden a través de Internet. Su misión reside en elaborar información mediante la preceptiva periodística, teniendo en cuenta las características de

los soportes, las herramientas actuales y los lenguajes propios para estos medios de última generación, según afirma Xosé López García³⁴.

De igual forma, los periodistas han tenido que aprender a trabajar en un contexto digital, con la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad para contar distintos acontecimientos. Además, López afirmó durante su investigación que con el ciberperiodismo y el nuevo perfil de profesional, el periodismo de comienzos del siglo XXI desarrollaría un papel fundamental en Internet, hasta tal punto que hoy ya no puede entenderse el periodismo sin el mismo.

Si bien es cierto, el futuro de internet es incierto y tendrá opiniones que se contradicen unas a otras y más cuando se trata de divulgar noticias, de alguna manera, existirán quienes quieran tener dominación o explotación de la misma, como habrá quienes busquen el derecho a divulgar con fines contrarios.

Manuel Castells (2001) por su parte, opina que Internet es sin duda una tecnología de la libertad, pero puede servir para liberar a los poderosos en su opresión de los desinformados y puede conducir a la exclusión de los devaluados por los conquistadores del valor. En este sentido general, la sociedad no ha cambiado mucho. Pero nuestras vidas no están determinadas por verdades generales y trascendentes, sino por las maneras concretas en que vivimos, trabajamos, prosperamos, sufrimos y soñamos. Por tanto, para ser capaces de actuar sobre nosotros mismos, individual y colectivamente y poder aprovechar las maravillas de la tecnología que hemos creado, encontrar un sentido para nuestras vidas, crear una sociedad mejor y respetar a la naturaleza, debemos situar nuestra acción en el contexto específico de dominación y liberación donde vivimos: en la sociedad red, construida en torno a las redes de comunicación de Internet³⁵.

Hoy por hoy, Internet es un medio que permite la comunicación entre millones de personas, sin importar el momento en que lo hagan, pero es a nivel global y ésta manera cómo influye el internet, va más allá de la cantidad de usuarios,

³⁴ García, Xosé, (2007). Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo. Universidad de Santiago. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 11. Recuperado de <http://bit.ly/2uakxbq>

³⁵ Castells, Manuel, (2001). *La Galaxia Internet*. Pág. 305. Recuperado de <http://bit.ly/2i20y9T>

sino lo que realmente importa, es la calidad del uso de la red y lo que se viralice en la misma. Siguiendo la opinión de García, el periodismo que se hace en Internet mereció distintos nombres por parte de los profesionales y de los investigadores. Hay quienes lo denominan periodismo en línea, quien habla de periodismo electrónico o quien prefiere periodismo digital; para él, Ciberperiodismo es un término que puede definir muy bien esta tipología de periodismo.

Se mantiene el papel del periodista mientras Internet se convierte en un referente en el periodismo y para los periodistas, en esta Sociedad de la Información y el Conocimiento que se encuentra en una fase de construcción caracterizada por el tránsito de un viejo modelo a uno nuevo poco definido, el conocimiento sigue mediatizado por los medios de comunicación, los tradicionales y los de esta última generación. Hablamos de una sociedad en la que cada vez hay mayor dependencia de los medios para conseguir una determinada percepción del mundo.

De tal forma, aunque actualmente la información sigue siendo una manera básica para construir una sociedad libre, los ciudadanos la usan para actuar y tomar decisiones diarias. Por ello, es que cientos de personas que navegan en la web, buscan hacer del periodismo ciudadano digital, una manera para abrir vías de participación aunque el periodista que se encuentra en un medio de comunicación busque cobrar protagonismo con nuevos contenidos.

Sin embargo, las nuevas tecnologías abren vías de participación a los usuarios y los propios medios sienten necesidad de una mayor proximidad con los sujetos de la información, para tener incidencia y ser útiles. Los viejos mecanismos de participación como las cartas al director, llamadas a programas y entre otros, quedaron desfasados en una sociedad marcada por la información casi en tiempo real, por la multiplicación de la oferta y saturación de la oferta de contenidos “blandos”, asegura García. Ahora hay vías para interactuar y son muchos los que quieren intervenir, con fines muy diversos y en condiciones de todo tipo. Menciona así mismo, la creación de iniciativas comunitarias de comunicación hasta experiencias en algunos de los grandes medios convencionales que ensayaron paneles de lectores o programas.

Lo que realmente resulta novedoso en todo este trabajo conjunto, son las miles de posibilidades que se para la participación de los usuarios en los procesos de producción de la información. Seguramente, los resultados son la alta participación de los usuarios en los distintos sitios web, no solo de las redes sociales o mini sitios web, sino también la manera como los grandes medios de comunicación están buscando diferentes métodos para incluir la información de los usuarios o interactuar con ellos.

En esta época los llamados periodistas ciudadanos, están aprendiendo a construir noticias con diferentes maneras de expresarlas. Para ellos lo que importa, es dar una opinión y tener cómo intervenir en la comunicación. A medida que avanza la tecnología, los cibermedios van evolucionando también, de acuerdo a las necesidades y han favorecido la participación, las diferentes webs entonces han empleado mecanismos de participación, fomentando así nuevas dinámicas entre los internautas.

Estos cibermedios en los que la participación de los ciudadanos y la producción de las noticias es muy significativa ha desarrollado una nueva visión para que el trabajo del periodista sea diferente y la ciudadanía lo vea de esta forma, quizá un nuevo contenido, más que asequible, sea diferente a lo que desarrollan los medios con mayor poder.

Capítulo 4

Periodismo Ciudadano Digital: el caso de Canal Capital, análisis del sitio web.

4.1 Historia del nacimiento de Canal Capital

Canal Capital se legitimó como canal, luego de determinar que las Organizaciones Regionales de Televisión han prestado su servicio de televisión pública en el Nivel Regional, desde antes de la expedición de la Constitución Política de 1991. Con la promulgación de una nueva Constitución y con la creación de la Comisión Nacional de Televisión, el legislador expidió la Ley 182 de 1995, la cual reglamentó el servicio de televisión y formuló políticas para su desarrollo, ley que fue modificada posteriormente por las leyes 335 de 1996 y 680 de 2001³⁶.

Según lo consultado en la misma página web del canal, la ley 182, estableció en su artículo 37 (modificado parcialmente por el artículo 7° de la Ley 335 de 1996), lo siguiente:

"(...) Los canales regionales de televisión serán sociedades entre entidades públicas organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado, vinculadas a la Comisión Nacional de Televisión, y podrán pertenecer al orden nacional o departamental, según lo determinen las Juntas Administradoras Regionales en sus estatutos.

Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se regirán por las normas del derecho privado. (...)

³⁶ Reseña histórica (2011). *Canal Capital*. Recuperado de <http://bit.ly/2IMTwqt>

Santafé de Bogotá, D. C., tendrá Canal Regional y podrá asociarse con Cundinamarca y los nuevos Departamentos. (...)”³⁷.

Fue así que por disposición del Acuerdo 019 del 3 de octubre de 1995, el Concejo de Santafé de Bogotá D.C. autorizó al Distrito Capital de Santafé de Bogotá, al Instituto Distrital de Cultura y Turismo y a la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá, para que mínimo dos de ellos participaran en calidad de socios entre sí, para la constitución de una sociedad en los términos de la citada ley, cuyo objeto principal fuese la prestación del servicio de televisión regional para Bogotá.

4.2 Línea editorial

Este medio de comunicación, desde el momento que realizó su primera transmisión en vivo en 1997, se destacó por llevar a cabo programas relacionados con sucesos de Bogotá o incluso con espacios dedicados a temas realizados por la Alcaldía Mayor.

Dentro de sus programas siempre se mantuvo una línea cultural, infantil, educativa y entre otras, que por lo general nunca marcaron hito o memoria para los colombianos.

Sin embargo, la administración tomó un giro en el momento que el alcalde Gustavo Petro, quien se posesionó en el 2012, junto con su lema político de la “Bogotá Humana”, decidió generar un nuevo enfoque y dedicar la programación a la promoción de los Derechos Humanos, y para dicho proyecto, trabajó junto al periodista Hollman Morris, quien fue el director del Canal durante ese periodo.

Con una nueva estructura en los programas donde la cultura se convirtió en uno de los ejes fundamentales, Canal Capital lanzó una serie de espacios cinematográficos dedicados a visibilizar el trabajo de directores, productores y

³⁷ LEY 335 de 1996. Diario Oficial No. 42.946. *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia*. Recuperado de <http://bit.ly/2lrCL1h>

realizadores de cine en el país. Espacios como La vida es Corto, Cine Mundos, Encarrétese, Otras Miradas, Homenajes, cumplieron este objetivo de acercar a los televidentes al séptimo arte.

Así mismo, según menciona un artículo publicado por la emisora Radio Santa fe³⁸ de Bogotá, durante los cuatro años del periodo de gobierno de Petro, Canal Capital democratizó la cultura como nunca antes y se consolidó como el canal de las bellas artes, siendo la pantalla oficial de la Feria del Libro, el Festival Iberoamericano de Teatro, los festivales de Hip Hop, Salsa, Jazz, Ópera y Rock al Parque.

En los últimos cuatro años, Canal Capital firmó una alianza única por las artes, convirtiéndose en el canal oficial del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, logrando que históricos eventos como la Ópera Tannhäuser, la Cantata Carmina Burana, el Ballet Nacional de España, la Ópera de Israel, y la Orquesta Sinfónica “Simón Bolívar” de Venezuela con la dirección del maestro Gustavo Dudamel, entre otros, se vieran de manera gratuita en la Televisión Pública de Bogotá.

Es así, como para muchos colombianos el Canal, se posicionó como un espacio para promover grandes eventos como los Conciertos de la Esperanza, con artistas como Manu Chao en el 2012, Café Tacuva en el 2014, y finalmente, Calle 13 en el 2015 realizados en la Plaza de Bolívar, marcaron un hito tanto en asistencia como en audiencia. Estos eventos sin precedentes fueron seguidos por televidentes de Canal Capital en todo el país y dejaron un punto muy alto en lo que se refiere a los objetivos que tuvo el proyecto de la Bogotá Humana, sobre todo por destacar la diversidad ciudadana.

³⁸ Radio Santa fe, (2015). Canal Capital se consolidó como la mejor opción de Televisión Pública del país. Consultado el 28 de febrero de 2017. <http://bit.ly/1Od6mmj>

4.3 Críticas y ataques al Canal

El Canal Capital a lo largo de las diferentes administraciones del gobierno y la Alcaldía, ha sido blanco de críticas con respecto al manejo de los fondos económicos que se disponen en cada período. Además, de las múltiples amenazas de ataques terroristas que fueron denunciadas, como las agresiones políticas obtenidas por diversos funcionarios, sobre todo cuando el Canal estuvo bajo la dirección de Morris.

De igual manera, cuando el canal pasó a tener una importancia importante ya que el rating incrementaba con el paso de los días, según afirma Bibiana Rosero, directora de producción de Canal Capital en entrevista para la Revista Arcadia, "Hollman Morris llegó al canal diciendo que la televisión no era solamente la señal al aire, sino la Web, las redes sociales y el streaming"³⁹.

Sin embargo, las críticas no finalizaron allí. Este medio de comunicación fue blanco de fuertes denuncias por el ex presidente Álvaro Uribe Vélez, quien aseguraba que ahora Canal Capital era "instrumento servil del terrorismo"⁴⁰, ya que por primera vez en la historia del canal, dos presidentes latinoamericanos visitaron las instalaciones y concedieron importantes entrevistas como el Presidente de Colombia Juan Manuel Santos, y el Presidente de Ecuador Rafael Correa. También los jefes negociadores de las Farc en Cuba, Pablo Catatumbo e Iván Márquez, hablaron en la Televisión pública de Bogotá.

Así mismo, durante el 2016 en la administración de Enrique Peñalosa, la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa), denunció el bloqueo a cuatro videos de Canal Capital en YouTube. Según la información recibida, los videos producidos, financiados y publicados por el canal de televisión pública de Bogotá, fueron retirados durante las primeras semanas del mes de enero, fechas que coinciden con el cambio de administración en la Alcaldía de Bogotá. Según los denunciantes, algunos de los videos trataban sobre entrevistas hechas al entonces candidato - actual alcalde- Enrique Peñalosa.

³⁹ Vargas, Lina, (2012). ¿Tendrá por fin canal la capital? *Revista Arcadia*. Recuperado de <http://bit.ly/2IPBUtQ>

⁴⁰ Redacción Judicial, (2014). Canal Capital anuncia demanda contra Álvaro Uribe Vélez. *Diario El Espectador*. Recuperado de <http://bit.ly/1wFIMd1>

Dichas denuncias tomaron fuerza ya que para la FLIP, ‘ocultar información pública es un mecanismo de censura indirecta’, esta supresión de videos, tanto del canal de Canal Capital como del canal de la oficina de prensa de la Alcaldía, significa una afectación al derecho de los ciudadanos a acceder a información pública⁴¹.

La polémica siempre ha venido acompañada en este medio de comunicación de acuerdo a la administración de turno y con respecto a las decisiones que toma la administración, sobre todo cuando se trata de información y dinero destinado a la misma.

4.4 Cambios y reestructuración del medio de comunicación

Desde el cambio de gobierno de Samuel Moreno a Gustavo Petro, el Canal Capital logró rescatar el análisis y la memoria en la televisión pública, construyendo franjas de análisis político y social con periodistas reconocidos del país en este tipo de temas. De igual forma, dentro de los cambios, en los objetivos que tenía la “Televisión más humana” en el concepto de Morris, fue renovar la infraestructura tecnológica con la compra de la Unidad Móvil HD más moderna de la Televisión Pública de Colombia, buscando mejorar la calidad de las transmisiones y pasar de la señal estándar a la señal HD High Definition, convirtiéndose en una televisión más competitiva no solo con otros canales, sino con las nuevas tecnologías.

Según la información obtenida por Radio Santa fe, el Canal Capital, al igual de los demás canales públicos de televisión, nacionales y regionales, tuvo que enfrentar la crisis generada por la concentración de la pauta publicitaria en los canales privados nacionales y privados locales, que prohibieron a sus empresas filiales pautar en la televisión regional. Muchas de las programadoras que históricamente hicieron la televisión en Colombia quebraron o simplemente dejaron el negocio.

⁴¹ FLIP – Fundación para la Libertad de Prensa, (2016). Actuaciones dudosas por parte de la Alcaldía de Bogotá y Canal Capital en YouTube. Recuperado de <http://bit.ly/2tqBQ9t>

4.5 Tipos de programación

Dentro de los cambios en la programación que enfatiza el Canal Capital desde el año 2005, es haber alcanzado grandes avances en la emisión de su programación, ya que en ese mismo año, dejó de ser un canal visto sólo en Bogotá, sino en todas las regiones del país e incluso en el exterior, a través de la señal que difunden diversos cable-operadores.

Durante dicho año, se incrementó la producción propia del Canal, aumentaron los programas producidos directamente por la entidad, se realizaron más de 200 transmisiones de eventos especiales y se elevaron los ingresos por ventas de manera significativa.

De esta forma, la administración de Gustavo Petro y Hollman Morris como director del Canal Capital, abrieron espacios para conformar la parrilla de programación con programas científicos como Documentales Deutsche Welle; programas deportivos, y diferentes transmisiones en directo de los eventos deportivos de mayor importancia para la teleaudiencia. En la franja de cine se ha presentado el programa Cine Capital, espacio creado para los productores y directores audiovisuales con nuevas propuestas e ideas. Al igual, los fines de semana contaron con un espacio de cine oriental, ciclos de cine de la India y de la China, material audiovisual que ha presentado gran acogida dentro de la audiencia del Canal.

Así mismo y con estos recursos se ha fortalecido el sistema técnico del Canal, con la compra de cámaras, equipos y software de graficación, salas de edición, máster de producción, transmisores, unificación de las sedes y modernización de la infraestructura física del Canal Capital, entre otros.

Así como se mencionó anteriormente, además de los espacios de análisis político y social que tuvo la programación, se creó un espacio digital en la página web del Canal, un programa llamado Reporteros Digitales, que originalmente formaban parte de la sección del Noticiero en televisión, pero que

a su vez se retransmitía en la web, con notas hechas por reporteros desde las diferentes localidades de Bogotá y el municipio de Soacha sobre las temáticas que pasan en sus sectores. Todo esto acompañado de las nuevas incursiones en las redes sociales y el uso de nuevas tecnologías para compartir las noticias de los ciudadanos en los distintos canales de comunicación por los que ahora se estaba abriendo camino el canal.

4.6 Caso de éxito: Los “Reporteros ciudadanos” de Canal Capital



⁴² Imagen tomada de antiguo diseño de la página del Canal Capital durante administración de Gustavo Petro.

El nacimiento de los Reporteros Ciudadanos se dio a conocer el 4 de abril de 2013 en un comunicado de prensa, con el fin de reducir la brecha digital y empoderar los medios comunitarios. De esta manera, el objetivo principal de este proyecto que surgió durante la dirección de Hollman Morris, la televisión más humana se fortaleció con un propósito que permitiría visibilizar las localidades de la ciudad de la mano de los Reporteros Digitales. Con este formato casero, Canal Capital recorrió los barrios de Bogotá, en busca de sus personajes e historias⁴³.

⁴² Canal Capital. Imagen tomada de antiguo diseño de la página web del Canal Capital durante administración de Gustavo Petro. Recuperada de <http://bit.ly/2msvAtv>

⁴³ Comunicado de prensa, (2013). Los Reporteros Digitales, el rostro de las localidades de Bogotá. Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>

De esta forma, en el Smart City Expo Bogotá se realizó el lanzamiento del innovador formato, que con el apoyo de la Alta Consejería Distrital para las TIC, pudieron dar voz y rostro a las localidades de la capital. Así como les permitió en aquel momento, que la cotidianidad de los habitantes de los barrios fueran los protagonistas en el canal público de Bogotá.

44



Mediante teléfonos celulares, cámaras caseras y tablets, los Reporteros Digitales de Canal Capital realizaron cubrimientos de algunos de los grandes eventos que fueron transmitidos por la televisión pública de Bogotá.

El trabajo realizado por los reporteros Digitales trascendió más allá de las redes sociales y los canales digitales de la televisión pública, ya que a través de este trabajo, el espacio de Noticias Capital, el sistema informativo del canal, abrió un espacio a las historias de los habitantes de las localidades de Bogotá, con la mirada de los Reporteros Digitales.

⁴⁴ Imagen del Comunicado de Prensa, (2013) presentado durante el lanzamiento del proyecto de Reporteros Ciudadanos Digitales de Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>

Según Raúl Prato, Reportero Digital de Ciudad Bolívar, mencionado en el comunicado de prensa que se publicó en la web del medio, destacó la labor del canal de los bogotanos y puntualizó: "Canal Capital quiere empoderar a los jóvenes con tecnología para informar". Además, recalcó la importancia de apreciar las ideas de los jóvenes y de los seres humanos que hay en las localidades.

Dentro de los temas trabajados con los habitantes de las diferentes localidades, fueron historias de vida, emprendimiento, Derechos Humanos, deporte, música y todo tipo de expresiones culturales, que de alguna manera permitieron conocer otro tipo de contenido web con información que de alguna manera no fuera primicia dentro de los acontecimientos diarios de la capital del país.

Así mismo, dentro de este lanzamiento, se anunció una nueva herramienta que permitiría interactuar con la audiencia digital, Canal Capital estrenó el aplicativo para dispositivos móviles con el que los televidentes se pudieron convertir en Reporteros Digitales de su localidad. De esta manera, luego de descargar la aplicación por medio de Google Play y App Store desde los dispositivos móviles, la ciudadanía compartiría sus imágenes y videos.

El comunicado, que no menciona algún responsable del creador o director del proyecto, enfatiza que, el Canal buscaría generar un fortalecimiento en las redes sociales y las nuevas tecnologías en las entidades del Distrito, y la televisión pública en Colombia.

Sin embargo, Hollman Morris⁴⁵ también asegura que el primer objetivo del proyecto era tener reporteros digitales en las diferentes localidades de Bogotá. Así mismo, el aprovechamiento de las redes sociales y la tecnología permitían mantenerse conectados en tiempo real con las localidades y el canal de televisión.

⁴⁵ Morris, Hollman. (Gerente de Canal Capital) (2012 - 2014). Entrevista Hollman Morris 6 de marzo 2017. Recuperado de <http://bit.ly/2uD3uPZ>

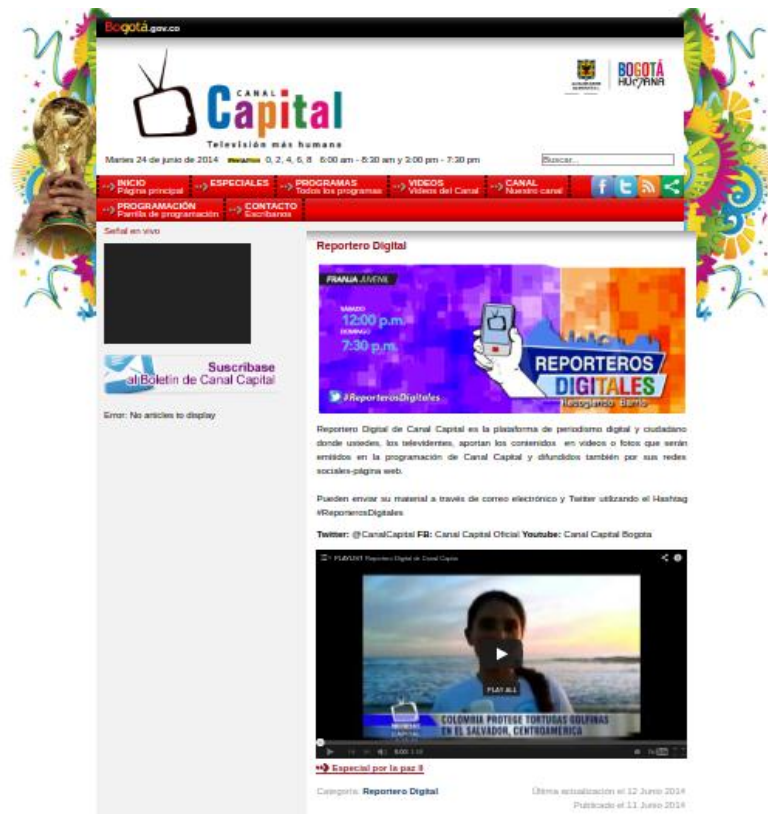
Desde otros puntos de vista para Morris, existían en ese momento problemas en las localidades, pero también estaban otro tipo de temas para enfocarse, en este caso ver una Bogotá a partir de los derechos humanos promovida desde un canal de televisión público a diferencia de los canales privados que no manejan el mismo enfoque.

Por otro lado, querían empoderar a los jóvenes de las localidades para darles la oportunidad de pertenecer al proyecto de Reporteros Digitales y generar una mayor cobertura de la ciudad con la ayuda de ellos. De esta manera, el proyecto permitía acercarse a la comunidad, a los barrios y difundir la información en tiempo real.

Este proyecto según menciona Morris, se llevó a cabo gracias a la alianza con la Secretaría de las TIC's de la Alcaldía de Bogotá para suministrar tablets con las que trabajarían los reporteros digitales.

4.7 Recopilación de las noticias historias y comprobación de la información

Durante el proceso o el trabajo realizado por los Reporteros Digitales de Canal Capital, existió un acercamiento a los barrios y a la comunidad, conocer sus problemas, pero también permitió ver otro tipo de actividades que ellos realizan como comunidad y que se desconocen debido a que muchos canales de televisión privada se dedican a cubrir noticias de mayor relevancia.



46

Para Morris, el principal interés era la vida del barrio y lo que sucedía en el día a día, no solo con noticias de inseguridad, ya que para él, la ciudad no parte de ese enfoque como único tema principal para un noticiero. Para Canal Capital, según cuenta él, lo importante era fortalecer los procesos sociales por los que pasaba cada localidad, por eso se necesitaba la ayuda de los jóvenes de las 24 localidades que tuvieran conocimiento de la misma y de algunas herramientas digitales que les facilitara manejar los temas.

Con un equipo de siete periodistas digitales del Canal, se reunieron con jóvenes y líderes de las localidades para visualizar todo tipo de temas como eventos, juegos locales, ferias y demás historias que se divulgaban tanto en la web como en las redes sociales, siendo replicadas también en el noticiero informativo.

Muchos de los temas que se enfocaban, más allá de la inseguridad, también eran los sueños locales, como parques, vivienda, infraestructura, educación, muestras artísticas y entre otros, lo cual tenía prioridad porque hacía parte de la defensa de los derechos humanos y ciudadanos.

⁴⁶ Imagen tomada de antigua página web del Canal Capital en la sección de los Reporteros Ciudadanos Digitales. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>



En Reporteros Digitales también hablamos de paz con @ginna_gallina y @andrescastac.

Líderes, iniciativas comunitarias hacen de Bogotá, una ciudad que le apuesta a la paz.

Así mismo, los jóvenes tuvieron un proceso de aprendizaje y capacitación e inducción, ante las cámaras o el manejo de los videos para poder darles paso a las noticias en directo durante el noticiero principal del Canal Capital. Pero así mismo, se les daba la respectiva importancia como periodistas incluyendo sus nombres en las notas, ya que era importante resaltar el trabajo que ellos mismos hacían por su barrio, como cuenta Juan Sebastián Barrero⁴⁷, miembro del equipo de Reporteros Digitales de Canal Capital.

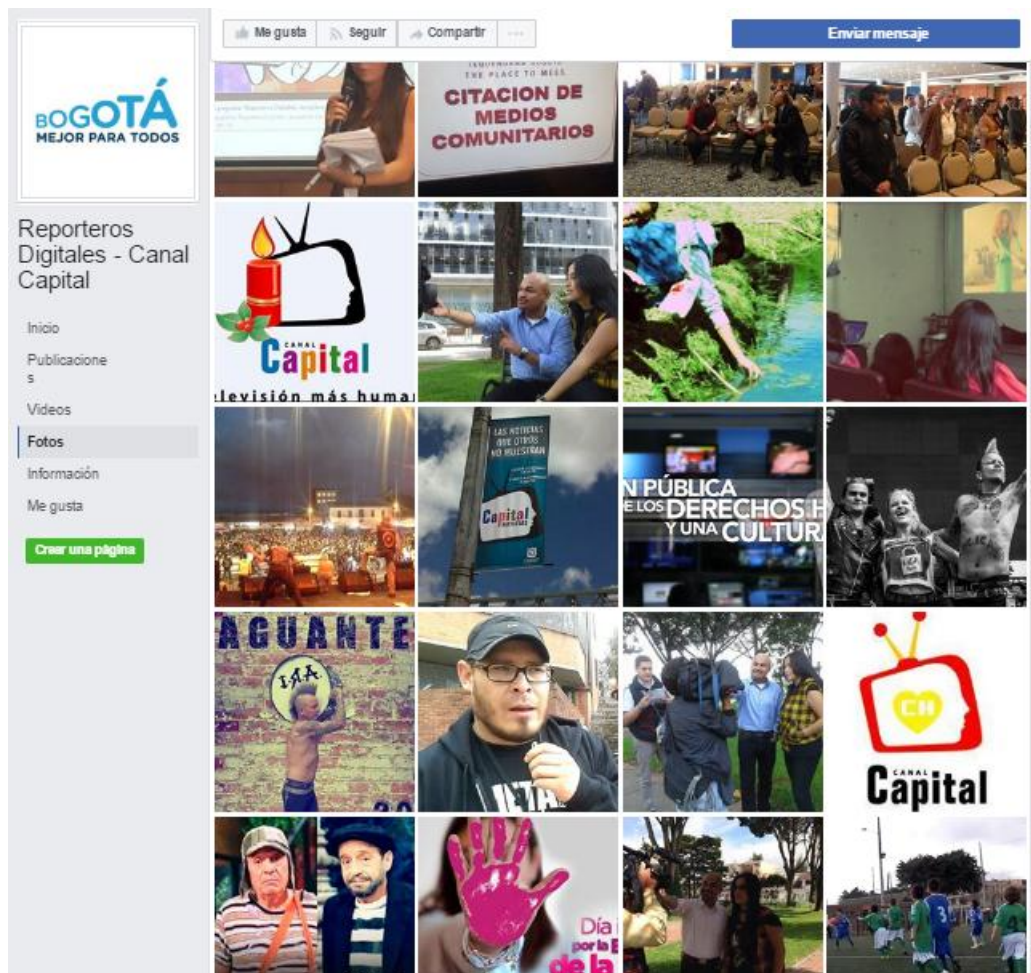
Para llevar a cabo dicho trabajo, se contó con el aporte realizado por la Secretaría de las TIC's con las tabletas para los periodistas, además de disponer de internet móvil y módems portátiles, con lo cual podían realizar las notas para luego ser pasadas a un proceso de edición básico ya que no se realizaba en estudio de edición para poder montar la nota, sino únicamente se usaba la cámara para grabar la introducción de la noticia y quedara lo más natural posible, ya que los temas nunca se referían a contenidos digitales, sino asuntos locales y por ende en cuanto a lo digital sólo se refería al modo de presentar la información.

Dentro de los objetivos de las historias o noticias realizadas, era la generación de opinión y una alternativa de divulgación de una agenda periodística que otro

⁴⁷ Barrero, Juan Sebastián (Periodista Reporteros Digitales de Canal Capital) (2013 - 2015). Entrevista Juan Barrero Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2ubWp8g>

medio no divulgara, así mismo, durante la recopilación de las notas que enviaban los ciudadanos quienes consideraban que eran relevantes, pero para el sistema informativo no lo era, en el sentido de la magnitud de la información que atrajera a todos los públicos de la ciudad, quedaban en manos de los Reporteros Ciudadanos para darles otro enfoque y ser divulgados en los demás portales web como las redes sociales, la página web del Canal y Youtube, cuenta Barrero.





48

Sin embargo, dentro de algunos inconvenientes para llevar a cabo esta labor, era la recopilación de las notas y la disposición de los jóvenes para crearlas, de esta manera en muchas ocasiones, la baja cantidad de notas, solo permitía que las mismas se llevaran a la web y no lograran ser divulgadas en directo en el noticiero, debido a la baja calidad del material o de la información. En otras oportunidades, altos mandos del Canal, no permitían su difusión, asegura el periodista.

Sin importar este tipo de inconvenientes, el proyecto de los Reporteros Digitales, siempre se enfocó en acercarse a los miembros de las localidades y sus ciudadanos de manera que pudieran confiar en un Canal que les permitiera tener voz ante las actividades que realizan como comunidad, pero que la ciudadanía en general desconoce.

⁴⁸ Imagen tomada de las notas que se incluía en la página de Facebook de los Reporteros Digitales de Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2vDWL5g>

Dentro de los avances o logros que tuvo este proyecto para finales del 2014, fue la obtención de un propio espacio televisivo dentro del Canal llamado Reporteros Digitales, recorriendo barrio, con las mejores notas de la semana, desarrollando una temática por semana en una localidad de la ciudad, menciona Barrero.

Capítulo 5

PostNews App

5.1 ¿Qué es PostNews App?

El objetivo de crear PostNews App, además de ser una aplicación para los dispositivos móviles, es generar un medio que permita a los ciudadanos que sienten la necesidad de divulgar los acontecimientos que suceden a su alrededor, de una manera fácil, rápida y de interés general para quienes la usan. Asimismo, ser una plataforma o un canal que abra las puertas para que la información que no llega a los grandes medios, pueda ser divulgada y permitir que los periodistas ciudadanos digitales tengan una voz y sientan que miles de personas, pueden escucharlos, verlos o leer cada detalle de lo que quieren expresar.

En muchas ocasiones, hemos notado la difícil tarea de hacer llegar la información a los grandes medios de comunicación, pero más limitante es que realmente se divulgue la misma. Para los medios, la información puede ser catalogada como un producto que genere rating o intereses particulares, muchas de las noticias que llegan a sus manos son rechazadas por estos motivos, otras por considerarse propaganda publicitaria u otros motivos ajenos al conocimiento de los interesados. Por ello, desarrollar una aplicación que permita a los usuarios convertirse en periodistas ciudadanos digitales, abre un

espacio para que los mismos aprendan a realizarlo y a su vez creen noticias desde cualquier lugar donde se encuentren.

Una de las características que los principales medios de comunicación están empleando, es hablar de una agenda ciudadana, sin embargo, se considera que es mucho mejor cuando dicha agenda se genera por los propios ciudadanos y no por los periodistas de campo. En ocasiones, los ciudadanos de un barrio desean mostrar las muestras culturales, el progreso en la restauración de vías públicas, denunciar la contaminación, emprendimientos que benefician a la localidad, la presencia de un político en su entorno, entre otros, que a su vez hacen ruido y permite atraer público interesado.

Para llevar a cabo el desarrollo de la aplicación se debe tener en cuenta que muchos de los usuarios son jóvenes y adultos que oscilan entre los 20 y los 40 años aproximadamente, quienes tienen interés por ser periodistas o tienen un gusto por la profesión aunque no la ejerzan.

La intención que tiene PostNews, es permitir a los usuarios aprender de la profesión periodística a través de tutoriales y a su vez que les ayude a poner en práctica cada uno de los conocimientos adquiridos, generando noticias en la aplicación de diferentes temas de acuerdo a sus intereses personales o incluso, los acontecimientos que se están llevando a cabo en el lugar donde se encuentre.

Así mismo, la aplicación contará con una interfaz amigable y fácil de usar para que el proceso se lleve a cabo rápidamente y el contenido se divulgue con gran interés tanto en los usuarios de Android como de iOS.

5.2 Tipo de plataforma

Para el desarrollo de PostNews se ha decidido implementar tecnología necesaria que pueda soportar una aplicación en dispositivos Android e iOS, que ofrezcan a los usuarios una navegación satisfactoria de la misma. Así

mismo, la aplicación solo estará para dispositivos que estén por encima de las versiones 5.0 en los móviles.

Los dispositivos deberán disponer como mínimo de una pantalla táctil de 3,5 pulgadas con una resolución de la cámara suficiente para que las noticias publicadas sean de buena calidad visual. En tiempo de ejecución, el sistema utilizará los recursos adecuados para la aplicación, en función del tamaño o la resolución de la pantalla del dispositivo.

5.3 Tipo de contenido

La aplicación tendrá un contenido, que aunque sea libre de temas, tendrá reglamentaciones para no herir la sensibilidad de los lectores. El objetivo del contenido es que sea noticioso e informativo y los usuarios de algún modo puedan sentir que están aportando a la labor periodística.

Los usuarios tienen la posibilidad de crear noticias de acuerdo al tema de interés o de un acontecimiento que se esté llevando a cabo en el lugar de los hechos. Las temáticas son relativas de acuerdo a las categorías ofrecidas en la aplicación. Con la posibilidad de realizar video o imágenes para contar la historia, pueden transmitir todo lo que el usuario considere importante para que los demás usuarios puedan tener interés en la misma.

Dentro de cada noticia, el periodista (el usuario) debe agregar los principios de toda nota al tener que usar las 5 w's: qué, cómo, cuándo, dónde, quién, para dar los detalles de manera breve y relatar la historia o la noticia.

5.4 El logo



Para PostNews, este tipo de logo representa la sencillez de la conectividad en una aplicación y con todo lo relacionado con la web o el mundo digital que nos rodea. El logo de la aplicación, no contiene demasiados mensajes, ni requiere de un gran esfuerzo del receptor para entenderlo.

Hoy en día todo lo tenemos al alcance de un clic en la pantalla de nuestro dispositivo

móvil. Con este logo se intenta representar justamente esto, la interacción que tenemos con el mundo.

PostNews, que significa postear noticias, es el título que recibe la aplicación y que a su vez quiere ser un nombre que llame la atención y sea atractivo para los usuarios, sin perder la seriedad que quiere demostrar para la publicación de miles de noticias que los periodistas ciudadanos digitales compartan en la misma.

La mano haciendo clic y la representación de la conectividad, es lo que consideramos como la apertura a un nuevo espacio de comunicación, en la que los usuarios pueden compartir toda aquella información de acuerdo a los temas de interés y a su vez, convertirse en periodistas ciudadanos digitales.

Para Adrian Frutiger (2007), tipógrafo suizo, menciona que los observadores se encuentran ante la línea eterna que, sin principio ni fin, que gira en torno a un centro tan invisible como preciso. Es la propia idea del curso del tiempo, que viene de la nada y jamás haya final. Según el mismo autor, por evocación del

sol, la luna y las estrellas, el círculo era de gran significado simbólico para nuestros antepasados remotos.

Es así como indica, que sin rodamientos ya no es posible imaginarse la vida del hombre moderno en el plano, cada vez más dilatado de su espacio vital. (...) Se comprende que un signo transcribe algo material, es posible que la contemplación de una forma circular tenga lugar en el observador una relación inversa y que la materia no sea vista en el interior de aquella sino por fuera, de modo que lo apreciado sea más bien un agujero⁴⁹.

De esta forma, en un contexto más actual, tomamos los círculos en la parte superior, de manera que los mismos significan la acción que hacemos cada vez que tocamos la pantalla de nuestro teléfono móvil y con ello abrimos las puertas a la interacción en cada aplicación, es así, como se decide incluir esta insignificante acción dentro del logo de la aplicación, ya que por más simple que parezca es vital para el uso que le damos hoy en día a la conexión digital.

Así mismo, la tipografía elegida para el logo es Times New Roman, que aunque para muchos puede ser considerada aburrida, desde su creación en 1931 para el periódico The Times, ha sido muy utilizada en revistas, libros y periódicos desde los años 40. Aún hoy la Times New Roman goza de una gran popularidad gracias a su flexibilidad y legibilidad y muchos periódicos la siguen usando. Su popularidad se vio incrementada al venir instalada por defecto en los sistemas operativos Macintosh y Windows, como los asegura Charles Bigelow, Times (New) Roman and its part in the Development of Scalable Font Technology⁵⁰.

Es así, como PostNews maneja el mismo tipo de fuente tipográfica de manera que pueda expresar el tipo de seriedad que un medio de comunicación digital quiere dar entender a los usuarios que hagan uso de la aplicación.

⁴⁹ Frutiger, Adrian, (Ed. 1) (2007). Signos, símbolos, marcas, señales. Elementos, morfología, representación, significación. Página 32. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, SL.

⁵⁰ Bigelow, Charles, (1994). Times (New) Roman and its part in the Development of Scalable Font Technology. TrueType Typography. Recuperado de <http://bit.ly/1zpoJzi>

5.5 Tipo de diseño

Este tipo de diseño que se le dio a la aplicación, tiene que ver con uno sencillo que permite al usuario ver algo clásico, simple, sin extravagancias, ni sin sentido. Así mismo, se considera que genera una identidad con la conexión en lo que respecta a lo digital.

En cuanto al logo, se quiso dar de manera simbólica la representación de la mano tocando el dispositivo móvil, porque es una acción que realizamos una importante cantidad de veces al día, ya que permanecemos conectados a nuestras redes sociales, correos, distintas aplicaciones o simplemente en la navegación web desde el celular. Así mismo, con respecto a la aplicación en el momento de la navegación, se simplifica ya que el usuario puede usarla sin complicaciones.

La tipografía que se manejará en la aplicación corresponde a Arial, creada por Robin Nicholas y Patricia Saunders en 1982 para Monotype. Hoy en día es una de las letras más populares desde que Microsoft adquirió los derechos para incluirla en su sistema operativo. Según los creadores, Arial tiene más características humanísticas y se encuentra en sintonía con el estado de ánimo de las últimas décadas del siglo XX. El tratamiento de las curvas es más suave y más completa de la mayoría de la casa sans serif en cuanto al estilo industrial. Así mismo, contiene trazos terminales que permite dar un aspecto menos mecánico.

Este tipo de letra proviene de una familia muy versátil que puede ser utilizado con el mismo éxito para el ajuste de texto en informes, presentaciones, revistas, etc., y para el uso de visualización en los periódicos, publicidad y promociones⁵¹.

De igual forma, los colores son una base importante en el desarrollo de nuestra aplicación, ya que además de tener que ser atractiva para el usuario, también

⁵¹ Nicholas, Robin & Saunders, Patricia, (1982). Linotype, la fuente de los originales, Arial® Familia tipográfica. *Linotype*. Recuperado de <http://bit.ly/2shabXW>

involucra todo en cuanto a la percepción visual, transmitiéndonos o atrayendo sensaciones, emociones, aceptación o rechazo por la misma.

Para Frutiger (2007), el color rojo primario se considera como un color significativo para prohibiciones, direcciones y señales en peligro. Cuantitativamente, el rojo no se presenta nunca en el paisaje de manera extensiva; su empleo obedece, por consiguiente, a que en la Naturaleza ese color, el más llamativo de todos, sólo aparece en forma puntual, de hacerlo en absoluto, y siempre con carácter primario⁵².

De esta manera, la elección de los colores viene motivada porque la sostenibilidad de cualquier plataforma de este tipo se genera en base a la confianza y seriedad que el trabajo del periodismo ciudadano quiere transmitir. En este caso, el azul es un color tranquilo, profundo, que transmite solidez y seguridad. Mientras que el rojo invita a la acción, a hacer algo, incita al usuario a ser impulsivo porque crea sensación de urgencia.

5.6 Login

El registro a la aplicación será fácil y rápido a través de dos opciones:

- Se puede realizar el registro con correo y contraseña registrados en la plataforma.
- El usuario puede ingresar a la plataforma al realizar la validación con la red social Facebook, para que el usuario tenga comodidad al registrar su información.

⁵² Frutiger, Adrian, (Ed. 1) (2007). *Signos, símbolos, marcas, señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Página 271. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, SL.



5.7 Portada de inicio: Home

Uno de los atractivos de cualquier aplicación siempre será su portada o el home como muchos lo conocen. La variedad informativa que los usuarios de PostNews será lo que a primera vista encontrarán quienes naveguen por la app. De esta manera, se irán sumergiendo entre las novedades que cada periodista ciudadano digital ofrezca en cada categoría planteada.

La presentación de la primera pantalla de PostNews al ingresar, tendrá como nombre “Lo más leído”, donde se podrá visualizar un recopilación de las noticias más leídas por los usuarios, las cuales se irán actualizando de acuerdo a un lapso de tiempo para que las mismas sean rotativas y todas tengan la oportunidad de tener visibilidad.



De igual manera, el usuario podrá interactuar con las demás categorías que se ven en el menú superior de la aplicación.

Tendrá la posibilidad de ver en tiempo real, en un banner superior, los titulares más recientes de las noticias publicadas en las diferentes categorías.

En la parte inferior de la pantalla, están dos botones, el primero, indica que puede ingresar a los tutoriales que ofrece la aplicación en diferentes temas que se explicarán más adelante. En segundo lugar, tendrá el botón Cámara que ingresa directamente a la opción para publicar una nueva noticia.

5.8 Perfil de usuario

En cuanto al perfil de usuario, podemos decir que será un pequeño curriculum del periodista ciudadano digital que se registre en la aplicación. Se podrá visualizar su nombre, una foto de perfil, el país de origen y adicional un breve biografía que lo describa.

Este perfil tendrá una serie de estrellas que califican al periodista como un usuario que publica información veraz y es calificado por los demás usuarios por su redacción y la calidad de las noticias que comparte.

Así mismo, contará con dos botones que permitirán distinguir entre la cantidad de noticias publicadas por el usuario que se llamará “Mis Noticias” y otro “Ranking”, el cual tendrá el listado de las noticias mejor calificadas que tenga publicadas.



5.9 Categorías



PostNews contará con una serie de categorías que le permitirán a los periodistas ciudadanos digitales a seleccionar en qué campo puede ir la noticia que haya creado. La intención es que el periodista ciudadano digital, tenga la posibilidad de crear diversidad de noticias y sea capaz de indagar en temas de interés general.

Se tomaron en cuenta dichas categorías según el margen que manejan muchos medios de comunicación, y de igual manera, las que se consideran más importantes para destacar, sin desmeritar ningún tipo de tema que pueda considerarse como noticioso. Dicho esto, tenemos diez categorías dentro del menú, el cual será manejado

como un slide de derecha a izquierda y viceversa con botones con íconos que hagan referencia o alusión al tema por elegir:

- Cultura
- Local
- Deportes
- Educación
- Salud
- Economía
- Política
- Judicial
- Ciencia y tecnología
- Opinión

En el menú, los usuarios encontrarán a modo de categoría otros íconos como:

- Home / Lo más leído
- FAQ's
- Perfil de usuario

La aplicación tendrá la ventaja de manejar los menús escondidos o corredizos y botones grandes, sin palabras, sino imágenes son interesantes a la vista del usuario.

5.10 Vista general de una categoría

Los apliques de animación que tendrá PostNews, serán apenas un toque extra que puede hacer que la aplicación se sienta extraordinaria en el momento de visualizar no solo la categoría, sino en cada punto de la navegación. La animación puede favorecer la usabilidad, brindar concentración y servir como un punto de deleite.



Ya que no es posible conocer el tipo de dispositivo que los usuarios tendrán, las animaciones en las categorías serán pequeñas, no muy pesadas y que puedan ser funcionales con cualquier tipo de conectividad.

Esta sección determina la manera cómo se verá una noticia cuando ha sido montada en la categoría correspondiente. En la parte superior indica el ícono de la sección seleccionada en la que el usuario está navegando dentro de PostNews.

En un segundo plano, visualizará dos opciones de noticia, algunas en video cuando los usuarios hayan decidido realizar una nota en este formato; por otro lado, tendrá la opción de ver un slide de

imágenes en el caso que la nota haya sido documentada de esta manera. En cualquiera de los dos casos, el usuario podrá leer la descripción de la nota seleccionada, la cual será breve, debido a los parámetros de publicación que debe seguir.

Dentro de la noticia, los periodistas ciudadanos digitales y el periodista dueño de la nota, tiene los botones para compartir en redes sociales FB / TW / G+ las noticias de interés. Así mismo, contará con una casilla para calificar noticia con las estrellas de valoración con cinco rangos calificativos, para que de esta forma generen el ranking necesario para que las noticias más leídas estén en el home de la aplicación.

Otra de las herramientas con las que contará esta sección de la aplicación es que tendrá el acceso a botones para dirigirse a secciones como: Ver más noticias, Crear noticias y el botón de Tutoriales.

5.11 ¿Cómo crear una noticia en PostNews?



Para generar el contenido dentro de la aplicación, se ha creado el diseño de un formulario básico que contiene las preguntas esenciales a la hora de crear una noticia como lo son el qué, cómo, cuándo, dónde y quién.

Tales preguntas guiarán al periodista ciudadano digital que use PostNews a generar una noticia y que la misma quede de forma concreta y fácil de realizar.

Así mismo, le permitirá ingresar una breve descripción al contenido, para que pueda agregar los detalles de los hechos, sean de un evento, una investigación, un acontecimiento en

el lugar donde se encuentra u otro tipo de información que se considere noticiosa.

Para poder complementar la noticia, el periodista tendrá la posibilidad de realizarla en video o fotografía, las cuales podrá realizar en el momento accediendo a los botones de la parte superior de la pantalla en los íconos que indican fotos, video y texto. De igual forma, se creó una casilla con las categorías de la aplicación para que el usuario pueda ingresarla de acuerdo al tema que se ajuste más al detalle de la información que está por subir a la plataforma.

Luego de completar todo el formulario, el periodista deslizará la pantalla para cargar su noticia en su perfil y en la categoría seleccionada. De esta manera, todos los periodistas visitantes podrán acceder a la información y eventualmente calificarla para darle un rango.

El objetivo es agilizar la creación de la información, con espacios claves y puntualizando en las preguntas sobre lo que el periodista quiere transmitir, esto permitirá a miles de usuarios aprender sobre cómo generar contenido concreto sobre un tema específico. Así mismo, podrá contar con la ayuda de los tutoriales que tendrá PostNews y pueda aprender fácilmente de la profesión periodística.

Con el contenido que se comparta en la plataforma, se estará contribuyendo a la divulgación de la información que, en muchas ocasiones, no llega a los medios de comunicación o que los mismos le restan importancia al considerar que no generan rating, hacen propaganda publicitaria o simplemente, no es interés público.

5.12 Tutoriales

Uno de los atractivos que tendrá PostNews, es la posibilidad de incluir tutoriales que no solo explican cómo funciona la aplicación y consejos de uso, sino también la manera de enseñarles a los periodistas ciudadanos digitales que decidan usar la aplicación, cómo crear noticias y que las mismas lleguen al público.

Esta sección está pensada para que periodistas en ejercicio, puedan colaborar en la grabación de los videos con tips para generar una nota, teniendo en cuenta cada uno de los pasos para el cubrimiento de un acontecimiento o la investigación del mismo. Serán video clips que no superen el minuto y medio y de manera dinámica se explique el contenido del mismo.

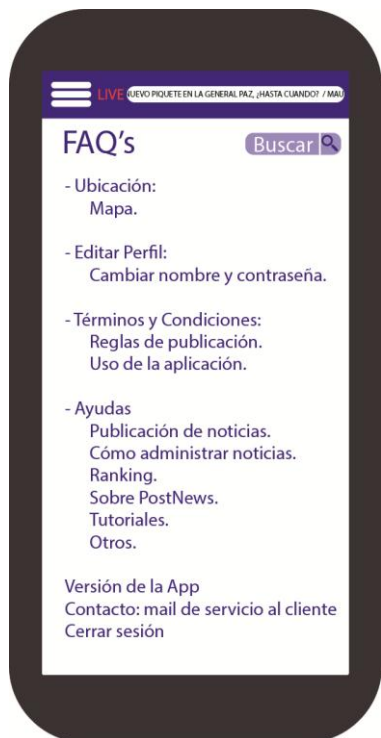
Algunos de los temas que se abordarán en los tutoriales serán: cómo cubrir un evento, qué información incluir cuando generas una noticia, cómo perder el miedo frente a la cámara, ser un periodista informativo o sensacionalista y entre otros temas que serán debatidos para generar nuevos tutoriales y mantener nuevo contenido para que los usuarios tengan una base para la creación de sus notas.

De igual forma, estos tutoriales buscan que el periodista ciudadano, se convierta en un usuario que le interese la investigación y que al tiempo quiera complementar sus intereses por la profesión como periodista y que al mismo tiempo pueda respetar la misma, actuando de manera seria y responsable a la hora de crear sus noticias.

Es así, como la sección de los tutoriales está diseñada para permitir a los usuarios, conocer otras ramas del periodismo e incentivarlo a vivirlo de la misma forma como lo hace un periodista en el campo de acción o en su día a día mientras cumple con su labor.



5.13 Preguntas frecuentes (FAQ's) / Contacto



Esta pantalla de la aplicación, será en la que el usuario pueda encontrar preguntas básicas, que los periodistas querrán ser atendidas en caso de tener dificultades con la aplicación, y así mismo, saber temas como reglas de publicación del contenido, el uso apropiado de la información y los temas sensibles que pueden provocar controversia en la plataforma.

Tendrá posibles soluciones técnicas, ante una situación en el momento de usar la aplicación y que la misma no responda. Esta sección, le permitirá al usuario editar tanto su ubicación actual, como datos del perfil y su contraseña

cuando desee.

Se incluirá un mail de servicio al cliente o al usuario en caso que las ayudas que hemos incluido, no respondan el inconveniente que esté presentando en el momento. Es importante que el periodista sepa que cuenta con el respaldo de un equipo técnico que pueda ayudarlo en caso de fallas en la aplicación.

Por otro lado, este mail que se incluya también podrá recibir preguntas de los periodistas ciudadanos, que quieran asesoría por parte de un equipo editorial, en caso que tengan dudas sobre el manejo de información. En ese caso, podremos darle orientación de modo profesional y garantizar que sus temas sean publicados en la plataforma.

Cada una de estas preguntas frecuentes, será realizada de manera que el usuario entienda de manera clara y sencilla, cómo resolver de manera inmediata un inconveniente.

Así mismo, se quiere incluir en la aplicación, información sobre cómo nació PostNews, qué es, sus fundadores, su misión, objetivos y demás detalles con los que el periodista ciudadano se sienta identificado con el trabajo de quienes se encuentran detrás de la creación de la aplicación y puedan sentir que el desarrollo de esta plataforma beneficia o incentiva a muchos usuarios que quieren tener una voz o quieren ser leídos y vistos como generadores de información.

5.14 Métodos de difusión de la App

Actualmente, iniciar un proyecto puede requerir muchas herramientas e ideas para que su divulgación sea un éxito. Es así, como para dar a conocer a PostNews, se emplearán una serie de métodos para hacer "ruido" en la comunidad y los mismos usuarios se interesen por una aplicación que de alguna manera funcionará para que su voz sea escuchada.

- **Free press:** Aunque PostNews sea un medio de comunicación que será utilizado para realizar denuncias con un toque más local, la idea es que pueda ser dada a conocer en los medios privados y públicos tanto nacionales como regionales para que su crecimiento se vea reflejado a medida que atrae a los usuarios a descargar la misma. El atractivo que tendrá la aplicación para que sea divulgada por los mismos, es usando como “gancho” lemas que se identifiquen con el sentido de realizar el trabajo, frases como *‘Porque nunca fue tan fácil ser periodista con PostNews’, ‘PostNews, una práctica periodística al alcance de un solo clic’, ‘No es solo una app, es un medio diferente a lo que los medios de comunicación convencionales, acostumbran a ciertos sectores sociales a escuchar lo que les conviene’,* entre otras y puedan ver que es un proyecto de emprendimiento para los ciudadanos donde su participación será lo primordial para sacar adelante el mismo.

Así mismo, a través de comunicados de prensa dar a conocer que será una aplicación que funcionará como un proyecto para enseñar a los periodistas ciudadanos digitales a ser profesionales en la materia y puedan desenvolverse como un periodista de profesión.

- **Campaña en Facebook:** Lo importante es que PostNews también tenga una página en la red social donde pueda darse a conocer a través de las campañas gratuitas. Para ello normalmente se tienen en cuenta algunos tips:
 - No elegir como objetivo promocionar tu página, sino una publicación hecha en la aplicación.
 - Usar las opciones de imágenes publicitarias y que sean rotativas para optimizar el objetivo o mensaje que se quiere hacer llegar.
 - Crea una landing page para los anuncios que promocionen el registro en PostNews.
 - Híper segmentar las campañas para que la información que contiene la app llegué al público deseado.

- **Twitter e Instagram:** La publicidad de estas redes sociales puede permitir un acercamiento con usuarios influyentes que ayuden desde sus cuentas a invitar a que la gente conozca PostNews y que ellos mismos demuestren su utilidad creando sus propias notas en la app.
- **Millennials:** La importancia que se le quiere dar a la app es que el público que la utilice sea muy variado, sin embargo, el foco que mueve más la información son los jóvenes que se mantienen 24/7 conectados a las redes. La influencia que tienen esta población también invita a que ellos puedan generar contenido en PostNews y atraigan el tráfico necesario para que la aplicación se convierta en una red muy influyente como medio de comunicación.

6. CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se pudo comprobar la hipótesis planteada dado que los periodistas digitales del Canal Capital de Colombia se acercan al periodista ciudadano y a los contenidos que ellos generan en espacios tales como “Los reporteros digitales” como fuente de información para producir noticias o investigaciones más amplias.

Dentro de los objetivos propuestos para la realización de esta investigación, se pudo comprobar que los periodistas de “Los Reporteros Digitales”, reciben la información suministrada por los periodistas ciudadanos y la usan para compartir en sus portales web o redes sociales, es decir, como se menciona anteriormente, fueron los mismos ciudadanos de las diferentes localidades de Bogotá quienes crearon las noticias que se generaban en los diferentes barrios que la conforman. De esta manera, la información fue compartida tanto en la sección de la página web correspondiente al proyecto, las redes sociales, en el canal de YouTube y eventualmente, dependiendo la información, se dio paso a transmisiones en vivo durante los noticieros del canal.

Así mismo, se ha podido constatar que a través de los años junto con diversos autores, que los distintos portales web, e incluso la página de Los Reporteros Ciudadanos de Canal Capital, desde el momento de su popularización hasta el día de hoy, han utilizado la información que llegan de distintas fuentes, muchas de ellas de ciudadanos que sienten la necesidad de compartir información de interés con el público en general. De esta manera, los ciudadanos se han ido convirtiendo en periodistas ciudadanos digitales, al buscar la manera de llegar a los medios de comunicación o crear los propios para la divulgación de los contenidos en la web.

Finalmente, a través de una aplicación llamada PostNews y diseñada para dispositivos móviles, los periodistas ciudadanos digitales que sean usuarios de la misma, podrán ser generadores de noticias de interés general dentro de un medio de comunicación alternativo y que sea de fácil acceso. Este proyecto permitirá contribuir con un espacio donde los periodistas ciudadanos digitales

puedan hacer parte de la labor periodística y funcione como un canal de divulgación de información masiva.

7. BIBLIOGRAFÍA

Barrero, Juan Sebastián (Periodista Reporteros Digitales de Canal Capital) (2013 - 2015). Entrevista Juan Barreo Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2ubWp8g>

Bigelow, Charles, (1994). Times (New) Roman and its part in the Development of Scalable Font Technology. *TrueType Typography*. Recuperado de <http://bit.ly/1zpoJzi>

Caldevilla, D., David, (2010). Internet como fuente de información para el alumnado universitario". *Revistas científicas complutenses*. Vol. 21. Pág. 146. Recuperado de <http://bit.ly/2uo0s2s>

Campión, Raúl & Navaridas, Fermín, (2012). La web 2.0. en escena, *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. Nº 41. Pág. 19-30. Recuperado de <http://bit.ly/1NB2UCh>

Canal Capital. Imagen tomada de antiguo diseño de la página web del Canal Capital durante administración de Gustavo Petro. Recuperada de <http://bit.ly/2msvAtv>

Castells, Manuel, (2001). *La Galaxia Internet*. Pág. 305. Recuperado de <http://bit.ly/2i20y9T>

Cebrián, H., Mariano, (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Revistas científicas complutenses*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://bit.ly/2v49K0Y>

Celaya, Javier, (2006). La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales. *Dosdoce.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2ta0hTK>

Clarenc, Claudio, (2011). *Nociones de cibercultura y literatura*. Editorial Lulu.com. Pág. 592. *Books Google*. Recuperado de <http://bit.ly/2tV3oIT>

Codina, Lluís, (2009). ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica?: El impacto en los sistemas de información de la Web. Universidad Pompeu Fabra. *Iluís codina academia, comunicación y documentación*. Recuperado de <http://bit.ly/2tVe58e>

Comunicado de prensa, (2013). Los Reporteros Digitales, el rostro de las localidades de Bogotá. *Canal Capital*. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>

Costa, Carmen (2012). Ciberperiodismo en el Smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18. Recuperado de <http://bit.ly/2tERjBh>

Costa, S., Carmen, (2013). Modelos aplicados en los diarios españoles y necesidades de desarrollo. *Prensa en el Smartphone*. Vol. 11 (2), Pág. 07-30. doi: 10.7195/ri14.v11i2.591. Recuperado de <http://bit.ly/2vyxJEO>

El Equipo Internacional OhmyNews, (2010). El nuevo enfoque de OMNI de periodismo ciudadano. *Ohmynews.com*. <http://bit.ly/2oUdOk8>

Espiritusanto, Óscar (2011). *Periodismo Ciudadano, Evolución positiva de la Comunicación*. Fundación Telefónica. Primera edición Septiembre de 2011. Pág. 3. Recuperado de <http://bit.ly/2uxGZNq>

Espiritusanto Óscar. *Periodismo Ciudadano, Evolución positiva de la Comunicación*. Colección Fundación Telefónica. Primera edición Septiembre de 2011. Pág. 15. Recuperado de <http://bit.ly/2uxGZNq>

FLIP – Fundación para la Libertad de Prensa, (2016). Actuaciones dudosas por parte de la Alcaldía de Bogotá y Canal Capital en YouTube. Recuperado de <http://bit.ly/2tqBQ9t>

Frutiger, Adrian, (Ed. 1) (2007). *Signos, símbolos, marcas, señales. Elementos, morfología, representación, significación*. Página 32. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, SL.

García, A., Lorenzo, (2014). Web 2.0 vs web 1.0. Contextos Universitarios Medios, nº 14,1. *Boletín Electrónico de Noticias de Educación a Distancia (BENED)*. Recuperado de <http://bit.ly/2v3vjPb>

García E. Noelia. *Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social*. Universidad de Sevilla. Recuperado de <http://bit.ly/2u71sYb>

García, Xosé, (2007). Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo. Universidad de Santiago. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 11. Recuperado de <http://bit.ly/2uakxbq>

Gillmor, Dan (2004): *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Authorama Public Domain Books. Recuperado de <http://bit.ly/1xbAiyE>

Global Digital Statics South America (2016). *We Are Social*. Recuperado de <http://bit.ly/2uEJMEI>

Gonzalo, Paula, (2010). OhmyNews Internacional cierra “víctima de su propio éxito”. *Periodismociudadano.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2nScyt9>

Imagen del Comunicado de Prensa, (2013) presentado durante el lanzamiento del proyecto de Reporteros Ciudadanos Digitales de Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>

Imagen tomada de antigua página web del Canal Capital en la sección de los Reporteros Ciudadanos Digitales. Recuperado de <http://bit.ly/2msvAtv>

Imagen tomada de las notas que se incluía en la página de Facebook de los Reporteros Digitales de Canal Capital. Recuperado de <http://bit.ly/2vDWL5q>

Horrillo, Patricia (2015). IV sesión del grupo de trabajo de edición wiki. *Periodismo Ciudadano*. Recuperado de <http://bit.ly/2t10sFL>

Küster, Inés& Hernández, Asunción (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes

La Constitución española (1978). Título I. De los derechos y deberes fundamentales. Capítulo segundo. Derechos y libertades. Sección 1.ª De los derechos fundamentales y de las libertades públicas. Artículo 20. Recuperado de <http://bit.ly/1nqngkM>

Lama F. Cynthia, (2013). *De lo virtual a lo real: estrategia comunicacional desarrollada en Facebook por el movimiento social ciberactivista*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://bit.ly/2u6LzRk>

LEY 335 de 1996. Diario Oficial No. 42.946. *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia*. Recuperado de <http://bit.ly/2lrCL1h>

López, H., Antonio& Fernández, B., María Ángeles, (2008). Periodismo ciudadano. Los modelos de participación de la audiencia y sus grados de dependencia del periodismo profesional. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*. Estudios de periodística XIV: Periodismo ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo. Pág. 187-194. Recuperado de <http://bit.ly/2v8Haup>

Margaix A., Dídac. (2007). Conceptos de web 2.0 y biblioteca 2.0: origen, definiciones y retos para las bibliotecas actuales. El profesional de la información, marzo-abril, v. 16, n. 2, pp. 95-106. *E-prints in library & information science*. Recuperado de <http://bit.ly/2aK2dvl>

Merlo-Vega, José, (2008). Las diez claves de la Web social. *Anuario ThinkEPI 2009*. EPI SCP, pp. 34-36. Recuperado de <http://bit.ly/2tV6GWx>

Mesa, G., Marisol & González, P., Rafael, (2014). Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. *XII Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación*. Recuperado de <http://bit.ly/2uoIGMi>

Morris, Hollman. (Gerente de Canal Capital)(2012 - 2014).Entrevista Hollman Morris 6 de marzo 2017. Recuperado de <http://bit.ly/2uD3uPZ>

O'Reilly, Tim, (2005). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *OREILLY*. Recuperado de <http://oreil.ly/13vrGTD>

Proyecto *Periodismociudadano.com*. 9 de abril de 2017. Recuperado de: <http://bit.ly/2uEmEVK>

Nicholas, Robin& Saunders, Patricia, (1982). Linotype, la fuente de los originales, Arial® Familia tipográfica. *Linotype*. Recuperado de: <http://bit.ly/2shabXW>

Radio Santa fe, (2015). Canal Capital se consolidó como la mejor opción de Televisión Pública del país. Consultado el 28 de febrero de 2017.<http://bit.ly/1Od6mmj>

Real, R., Elena, Agudiez, C., Pinar & Príncipe, H., Sergio, (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas? *Revistas científicas complutenses*. Vol. 13. Pág. 199. Recuperado de <http://bit.ly/2v6DXfW>

Redacción Judicial, (2014). Canal Capital anuncia demanda contra Álvaro Uribe Vélez. *Diario El Espectador*. Recuperado de <http://bit.ly/1wFIMd1>

Sádaba Chalezquer, Charo (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica. Pág. 424 - 425. Recuperado de <http://bit.ly/2pedahR>

Salaverría, Ramón, Gutiérrez, Liliana María & García, P., Víctor, (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica. Pág. 80-81. Recuperado de <http://bit.ly/2pedahR>

Salvat, M. Guiomar & Serrano, M., Vicente, (2011). Las políticas públicas de impulso a la sociedad de la información. Proyecto I+D 2008, Ref. CS02008–00587/SOCI. *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*. Análisis 41, 2011 69-85. Recuperado de <http://bit.ly/2tudmHy>

Strickland, Jonathan (2008). ¿Is there a Web 1.0? *Howstuffworks Tech*. Recuperado de <http://bit.ly/WGyquD>

Suárez, V., Juan Carlos, (2013). La ética del periodista frente a los riesgos de la información en el entorno digital. *Revista Iberoamericana para Comunicação e Cultura Contra-Hegemônicas*. Vol. 1. Pág. 3. Recuperado de <http://bit.ly/2tYdnHq>

Vargas, Lina, (2012). ¿Tendrá por fin canal la capital? *Revista Arcadia*. Recuperado de <http://bit.ly/2IPBUtQ>

Yilin Duan, Elisa, (2014). *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital*. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://bit.ly/2u23F7q>