



LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MEDIÁTICAS Y EL CAMBIO POLÍTICO Y SOCIAL



DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS,
OFICINA DE PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL



Volumen 12, número 12

Oficina de Programas de Información Internacional

Coordinador	Jeremy F. Curtin
Editor ejecutivo	Jonathan Margolis

Director creativo	George Clack
Editor en jefe	Richard W. Huckaby
Editora gerente	Charlene Porter
Gerente de producción	Christian Larson
Ayudante de gerente de producción	Sylvia Scott
Producción web	Janine Perry

Editora de textos	Rosalie Targonski
Editora de fotografía	Maggie J. Sliker
Diseño de portada	Tim Brown
Especialista en consulta	Anita N. Green
Editores asociados	Alexandra M. Abboud Bruce Odessey

Portada: Todas las fotografías © AP Images. Collage de Tim Brown.

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos publica mensualmente un periódico electrónico bajo el logotipo *eJournal USA*. Estos periódicos examinan los principales problemas que enfrenta Estados Unidos y la comunidad internacional, así como los valores, el pensamiento, las instituciones y la sociedad de Estados Unidos.

Cada mes se publica un nuevo periódico en inglés, y de cuatro a seis semanas después aparecen versiones en francés, portugués y español. Aparecen también versiones selectas en árabe y ruso. Cada periódico está catalogado por volumen y número.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente los puntos de vista o las políticas del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en la Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae enteramente en los proveedores. Los artículos de prensa, fotografías e ilustraciones pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que haya restricciones específicas de derechos de autor. En ese caso, es necesario obtener autorización de las fuentes mencionadas.

Los números actuales o atrasados de los periódicos electrónicos y la lista de los próximos periódicos pueden encontrarse en la página de la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos en la World Wide Web: Publicaciones.

También están disponibles en varios formatos electrónicos para facilitar su lectura en pantalla, transferencia, descarga e impresión. Agradeceremos cualquier comentario que desee hacer en la oficina local de la embajada de Estados Unidos o en las oficinas editoriales:

Editor, *eJournal USA*
IIP/PUBJ
U.S. Department of State
301 4th St. S.W.
Washington, DC 20547
United States of America
E-mail: eJournalUSA@state.gov

Acerca de este número

Según informes de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la sexta parte de la población mundial utiliza Internet con carácter regular y 2.700 millones de personas tienen suscripciones a servicios de telefonía móvil. Ambas cifras han aumentado enormemente en los últimos años desde que comenzó el nuevo milenio.

Mediante estas tecnologías la gente tiene acceso a las vastas reservas de conocimiento humano que existen en el mundo y puede compartirlas y diseminarlas para propósitos sociales o políticos propios. Saber es poder, y en este número nuestros colaboradores relatan distintos acontecimientos mundiales en los que ciudadanos han utilizado la tecnología y el poder que ésta confiere para cuestionar el statu quo, desenmascarar los abusos y reclamar una mayor libertad.

“La tecnología — omnipresente aun en los países pobres — no sólo posibilita la circulación más libre de la información, sino anima también a los ciudadanos que antes se sentían impotentes al no tener un papel en la producción de los cambios en sus sociedades”, dice Patrick Butler, del Centro Internacional de Periodistas, en el primer ensayo de esta publicación.

Ante el reto de cambio que han planteado estos movimientos, los gobiernos ya no pueden incurrir sin consecuencias en sus viejos hábitos. Los gobiernos represivos no pueden pasar inadvertidos si atacan con garrotes a quienes protestan de modo pacífico, pues los blogueros entusiastas se lo contarán al mundo.

El periódico electrónico *Eclosión en los medios de información*, publicado en marzo de 2006, comenzó a informar sobre este tema al examinar el modo en que los medios tradicionales rehacen sus productos en el nuevo entorno informativo, y cómo los ciudadanos aprenden destrezas con las nuevas tecnologías. Ahora, el relato se extiende más allá de los medios mismos e incluye a la sociedad en general.



Un grupo de personas toma fotos con sus celulares entre un gran revuelo mediático durante un alto en el recorrido de una campaña presidencial estadounidense.

Las organizaciones de medios de comunicación e información figuran entre los mejores vigilantes de lo que está ocurriendo y hemos recurrido a ellas para que relaten estas historias. El Centro Internacional de Periodistas explica que las nuevas tecnologías atraen nuevas voces a la esfera política. Un veterano periodista estadounidense describe cómo la política de Estados Unidos ha tomado

un curso diferente a partir de la participación en Internet de los activistas. Redactores del Foro Mundial de Editores y de la Asociación Mundial de Periódicos explican cómo los ciudadanos cambian los nuevos productos y cómo deben responder a ello las salas de redacción profesionales.

Nuestros colaboradores narran historias complejas y variadas, pero un tema se repite constantemente: el final aún no está escrito. El modo en que cambiará nuestro mundo como consecuencia de las dinámicas sociales, políticas y mediáticas que se han desatado sigue siendo un secreto que el futuro revelará.

Los editores



DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS / DICIEMBRE DE 2007 / VOLUMEN 12 / NÚMERO 12
<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MEDIÁTICAS Y EL CAMBIO POLÍTICO Y SOCIAL

4 **Tecnología nueva, voces nuevas**

PATRICK BUTLER, VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS,
CENTRO INTERNACIONAL DE PERIODISTAS
En el mundo electrónico los ciudadanos utilizan
herramientas de alta tecnología para influir en los
cambios sociales y políticos

9 **Del periodismo ciudadano al contenido generado por el usuario**

BERTRAND PECQUERIE, DIRECTOR DEL FORO
MUNDIAL DE EDITORES, Y LARRY KILMAN,
DIRECTOR DE COMUNICACIONES DE LA ASOCIACIÓN
MUNDIAL DE PERIÓDICOS
Las organizaciones mediáticas tradicionales reconocen
que sus publicaciones se benefician del contenido que
genera el usuario, aunque al mismo tiempo proceden
con cautela cuando publican el material.

12 **Cada ciudadano es un reportero**

OhmyNews.com es un sitio pionero en periodismo
ciudadano y cuenta con más de 60.000 reporteros en
todo el mundo.

13 **Algunos gobiernos y empresas inhiben la libre expresión en Internet**

ERICA RAZOOK, INVESTIGADORA DE ASUNTOS
JURÍDICOS, PROGRAMA DE EMPRESAS Y DERECHOS
HUMANOS, AMNISTÍA INTERNACIONAL EE.UU.
Esta organización de derechos humanos pone en tela
de juicio la relación entre los gobiernos represivos y las
empresas de tecnología interesadas en establecer una
presencia en los nuevos mercados.

17 **El dilema de la industria de la información**

Yahoo! aceptó pagar una cantidad de dinero para
conciliar una demanda que sostenía que la compañía
tenía cierta responsabilidad por el encarcelamiento de
un periodista chino.

18 **Auge y declive del periodismo en la República de Georgia**

KARL IDSSVOOG, PROFESOR Y CAPACITADOR EN MEDIOS
INTERNACIONALES, ESCUELA DE PERIODISMO Y
COMUNICACIONES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE
KENT
La Revolución Rosa produjo reformas
gubernamentales y económicas en esta ex república
soviética, pero los medios de información aún ejercen
su labor bajo restricciones.

21 **Los nuevos medios de comunicación y la política estadounidense**

THOMAS B. EDSALL, CATEDRÁTICO DE INFORMACIÓN
SOBRE ASUNTOS NACIONALES JOSEPH PULITZER II Y
EDITH PULITZER MOORE, ESCUELA DE PERIODISMO,
UNIVERSIDAD DE COLUMBIA
Los usuarios de tecnología de la información aportan
nuevos escrutinios e influencias a las elecciones
estadounidenses.

24 **Los principales sitios de noticias. Tabla** Nielsen Online mide la audiencia de los sitios web que cubren noticias e información.

25 Los nuevos medios de información frente a los antiguos

DAVID VAINA, INVESTIGADOR ASOCIADO, PROYECTO PARA LA EXCELENCIA EN EL PERIODISMO

Los nuevos medios de información no se atienen a los mismos principios éticos y normas que guían a los medios tradicionales, y los expertos en el sector ponderan aún el impacto social de este hecho.

28 Grupo especial para la libertad mundial en Internet

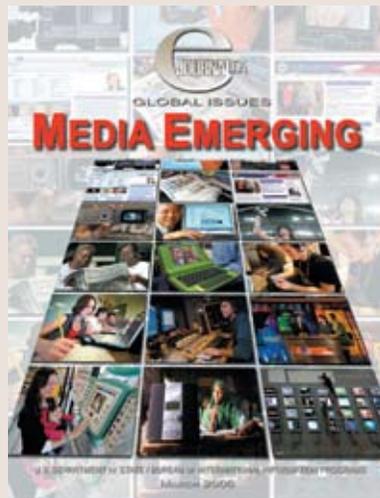
El Departamento de Estado de Estados Unidos dirige sus esfuerzos a ampliar el acceso a Internet como medio de potenciación ciudadana.

29 A escala local; realmente local

Los sitios web a escala local sirven las necesidades locales y suplen las lagunas en la cobertura de noticias.

31 Recursos de Internet (en inglés)

Número relacionado: marzo de 2006



<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0306/ijge/ijge0306.htm>

Tecnología nueva, voces nuevas

Patrick Butler



© AP Images/Amr Nabil

Después de la publicación en Internet de un vídeo sobre el asalto de un conductor de minicamiión en El Cairo, el agente de policía egipcio Islam Nabil, en el centro, fue condenado en noviembre de 2007.

Las bitácoras electrónicas, los vídeos por Internet y los mensajes de texto son nuevas tecnologías mediáticas que se han utilizado extensamente en los últimos años. Usuarios ingeniosos los han aplicado en formas inesperadas para alcanzar objetivos políticos. Los gobiernos intentan responder, algunos por medio de la represión, otros por medio de reformas.

Patrick Butler es vicepresidente de programas del Centro Internacional de Periodistas, organización sin fines de lucro con sede en Washington D.C. que, según su declaración de objetivos, "promueve el periodismo de calidad en todo el mundo, actuando en la creencia de que para mejorar la condición humana son fundamentales los medios de comunicación independientes".

Los vídeos son poco nítidos y borrosos, pero lo suficientemente claros para horrorizarnos.

En uno de ellos, un agente de policía golpea en la cara a un sospechoso repetidas veces, mientras éste levanta las manos para defenderse y luego cae al suelo. En otro, una mujer detenida cuelga cabeza abajo, con los pies y manos atados a una vara, mientras llora y grita. En un tercer vídeo, agentes de policía acorralan a manifestantes en la calle y los apalean mientras los cargan en un vagón.

Los vídeos sobre la brutalidad policial en Egipto nunca fueron transmitidos por las cadenas de televisión en ese país. En lugar de ello, fueron publicados por el bloguero Wael Abbas en su popularísima página web MisrDigital. [<http://misrdigital.blogspot.com/>].

Los vídeos tuvieron impacto, aun en un país como Egipto, donde los únicos que son castigados por exponer valientemente estos abusos son, a menudo, los mismos periodistas. Debido a las publicaciones de Abbas y de otros blogueros de los vídeos grabados con teléfonos móviles, dos agentes de policía fueron sentenciados, en noviembre

de 2007, a tres años de cárcel por la tortura de un conductor de minicamión en El Cairo. Otros agentes de policía aguardan el juicio en otros casos de abuso.

EL REPORTAJE DIGITAL

En todo el mundo, periodistas y otras personas utilizan medios digitales como Internet, los mensajes de texto a través de teléfonos celulares (SMS) y las cámaras de vídeo de teléfonos celulares para obtener y diseminar información en formas que eran imposibles hace apenas una década. La tecnología –omnipresente hasta en los países pobres– no sólo posibilita la circulación más libre de información, sino que anima también a ciudadanos que antes se sentían impotentes al no tener un papel en la producción de los cambios en sus sociedades.

En muchos casos, como el de Abbas, la circulación más libre de la información, posibilitada por la nueva tecnología, obliga a los gobiernos a tomar medidas que, de otra manera, no hubieran asumido. Si bien la detención de agentes de policía que cometen abusos supone un paso adelante decisivo en Egipto, queda por verse si Abbas y otros blogueros podrán tener un impacto más extenso en obligar al gobierno de Mubarak a adoptar prácticas más democráticas. Al igual que otros países en los que los periodistas ciudadanos han utilizado audazmente las nuevas tecnologías para poner al descubierto delitos o para organizar protestas, Egipto ha adoptado medidas enérgicas y ha detenido a periodistas y a blogueros que han diseminado información considerada insultante al Islam o al gobierno.

En el caso más reciente, dos agentes de policía fueron condenados a prisión debido a un vídeo en el que se les veía sodomizar con un palo al conductor de un minicamión tras arrestarlo por intervenir en una discusión entre su primo y los policías. Otros agentes filmaron el abuso con sus teléfonos celulares, con la intención de mostrar el vídeo a los amigos del hombre para humillarlo aún más.

Abbas y otros blogueros consiguieron el vídeo y lo publicaron junto con muchos otros vídeos que demostraban una pauta sistémica de abusos. La Organización Egipcia de Derechos Humanos registra cerca de 400 casos anuales de tortura infligida por la policía, de los que, según el *Washington Post*, aproximadamente un 20 por ciento son procesados judicialmente.

Abbas ha pagado un precio por haber llamado la atención a los vídeos que muestran abusos policiales, fraudes electorales, corrupción y acoso de mujeres en las calles. Perdió su empleo como periodista y ha sido detenido y amenazado, pero continúa escribiendo su bitácora con la esperanza de que podrá producir cambios en su país.

Mi organización, el Centro Internacional de Periodistas (ICFJ), nombró recientemente a Abbas uno de los ganadores de nuestro Premio Internacional de Periodismo Knight. Abbas es el primer bloguero en recibir este premio, pero sin duda no será el último. El otro

ganador es May Thingyan Hein, un periodista investigador de Birmania, otro país donde los nuevos medios de información han desempeñado un papel decisivo en el fomento del activismo ciudadano y donde todavía es incierto si ese activismo tendrá un impacto a largo plazo.

En Birmania, la tecnología contribuyó decisivamente a propagar la noticia sobre las manifestaciones que tuvieron lugar en agosto y septiembre de 2007 contra el régimen militar, protestas que cautivaron al mundo. Dentro del país se utilizaron teléfonos celulares para informar sobre dónde se reunirían los manifestantes y cómo evitar ser arrestados. En el extranjero, las fotos y los vídeos de las protestas encabezadas por los monjes y de la violenta respuesta del gobierno, tomadas casi siempre con teléfonos celulares, salieron publicadas en Internet y despertaron la atención, lo cual puso presión política sobre el régimen militar de Birmania. Esa información sólo podía provenir de “periodistas ciudadanos”, puesto que el gobierno birmano había prohibido a casi todos los periodistas extranjeros la entrada al país.

El gobierno de Birmania adoptó también medidas represivas y cortó la conexión a Internet con el fin de ocultar las embarazosas fotografías y vídeos que circulaban por el mundo segundos después de ser transmitidas por correo electrónico a páginas web birmanas en el exterior. La policía confiscó en las calles las cámaras y los teléfonos celulares. Medidas como éstas son posibles por períodos breves en países tan duramente controlados y aislados como Birmania, pero está por verse si el gobierno birmano podrá mantener la suspensión de la información durante mucho tiempo. La tecnología que utilizan hoy los ciudadanos de esa nación no existía en la última represión sangrienta de 1988 contra manifestantes cuando murieron más de 3.000 personas, mayormente fuera de la vista del mundo exterior.

LA CENSURA EN INTERNET

En países como China o Irán –más grandes y con mayor participación en el mundo exterior– los regímenes están teniendo más dificultades en controlar la manera en que se intercambia información mediante las nuevas tecnologías. En 2006, en China, Li Datong, redactor de un suplemento del importante *Diario de la juventud china*, envió un mensaje electrónico a personas clave en el que criticaba la nueva política del periódico de retener el salario de los periodistas que redactaran cualquier cosa que disgustara a los funcionarios del Partido Comunista. En cuestión de minutos, el mensaje fue publicado en páginas web de todo el país. Los censores ordenaron rápidamente que se retirara el mensaje, pero no lograron actuar con la suficiente rapidez para contener su propagación. Si bien Li fue despedido, el gobierno tuvo que rescindir la política de retener el sueldo de los periodistas.

China es el segundo país después de Estados Unidos en lo que respecta al número de usuarios de Internet, y los dirigentes chinos libran una batalla perdida tratando

de controlar el tipo de información a la que tiene acceso la población. Según la organización Reporteros sin Fronteras, China es el principal encarcelador del mundo de personas que publican en Internet información que se considera inaceptable, y tiene detrás de rejas a 50 de los por lo menos 64 ciberdisidentes que están encarcelados en el mundo.

“Más y más gobiernos se han dado cuenta de que Internet puede desempeñar un papel clave en la lucha por la democracia y han establecido métodos nuevos para su censura”, dijo la organización en su *Índice Mundial de Libertad de Prensa 2007*. “Los gobiernos de países represivos actúan ahora contra los blogueros y periodistas de Internet con la misma fuerza que contra los periodistas de los medios tradicionales”.

Al igual que China, Irán es incapaz de controlar totalmente el contenido de Internet, y el persa figura ahora entre los diez principales idiomas que utilizan los blogueros, habiendo de 70.000 a 100.000 blogueros iraníes activos, muchos de los cuales redactan artículos políticos que los medios iraníes corrientes no considerarían nunca. Los blogueros iraníes cambian frecuentemente sus direcciones

web y emplean “sitios representativos” para evadir las restricciones del gobierno.

Las bitácoras, los *podcasts*, los mensajes de texto y los vídeos por Internet están extendiendo los límites de la libertad de expresión y produciendo cambios reales en Irán, China, Birmania y Egipto, pero hasta el momento ninguno de estos regímenes ha caído como resultado de ello, aunque sí ha ocurrido en otros países.

DEMOCRACIA MÓVIL

El ejemplo más famoso es Filipinas, donde los mensajes de texto lograron reunir a los ciudadanos para efectuar protestas masivas que llevaron a la caída, en 2001, del entonces presidente José Estrada. Éste había evitado por escaso margen ser destituido por el Senado, pese a que había pruebas de que tenía cuentas bancarias con 71 millones de dólares en ganancias ilícitas. Estrada pensó que había sobrevivido, hasta que cientos de miles de personas se reunieron para protestar el voto del Senado, incentivados por mensajes de texto que decían: “Vé a la Avenida 2 EDSA.



Manifestantes libaneses exigen la retirada de Siria durante las manifestaciones callejeras de 2005, cuya organización se realizó en parte a través de mensajes de texto enviados por teléfonos celulares.



© AP Images/Gustavo Ferrari

Mujeres kuwaitíes celebran en 2005 su campaña de derecho al voto. La campaña de cuarenta años concluyó con éxito cuando las mujeres recurrieron a las últimas tecnologías de comunicación para movilizar a sus partidarias.

Vístete de negro para llorar la muerte de la democracia” y “Prepárate para enfrentamientos”. Cuando el Tribunal Supremo decidió que “el pueblo había hablado”, Estrada finalmente aceptó renunciar.

El Líbano ofrece un ejemplo parecido más reciente. Allí, un millón de ciudadanos respondió, en 2005, al llamado efectuado por mensajes de texto a sus teléfonos celulares, para reunirse y exigir que Siria terminara la ocupación militar de su país. Igual que en las Filipinas, el éxito de los ciudadanos fue inmediato y 14.000 efectivos militares sirios se retiraron del país después de una ocupación de 29 años. Pero el éxito a largo plazo del poder ciudadano sigue siendo incierto. Siria continúa ejerciendo su control sobre el Líbano por medio de asesinatos y atentados bomba, y el país sigue siendo frágil.

Abundan otros ejemplos de “democracia móvil”. En Kuwait, las mujeres utilizaron los mensajes de texto para organizar mítines y exigir el derecho al voto y postularse en las elecciones. Jóvenes surcoreanos diestros en tecnología instaron a 800.000 personas a votar en una campaña de último momento realizada por SMS, logrando que su candidato Roh Moo Hyun ganara por un margen muy escaso. Los chinos han utilizado mensajes de texto cortos para movilizar huelgas laborales y mítines antijaponeses.

Todos estos ejemplos demuestran el poder de las nuevas tecnologías para hacer que la gente salga a la calle en los países donde anteriormente se sentían impotentes. Si bien en Estados Unidos Internet es una herramienta movilizadora importante, los teléfonos celulares y los

mensajes de texto son mucho más importantes en los países en vías de desarrollo, donde pocas personas tienen acceso a Internet, pero donde muchas más tienen teléfonos móviles.

En este sentido, Estados Unidos está realmente a la zaga de la mayoría del mundo, incluso del mundo en desarrollo. En Botswana, les dije recientemente a unos estudiantes que me interesaba hablar con compañías de telecomunicaciones acerca de la posibilidad de suministrar reportajes de noticias por teléfonos celulares. Uno de los estudiantes sacó su teléfono y me preguntó: “¿Así?” En la pantalla del teléfono aparecieron los principales titulares de un periódico local, un servicio que se venía ofreciendo desde hacía mucho tiempo en su país. Los africanos que tienen teléfonos celulares y viven en zonas remotas donde no hay acceso a periódicos impresos reciben las noticias de esos mismos periódicos en sus teléfonos móviles.

ADVERTENCIAS Y PREOCUPACIONES

Entonces, si en todas partes del mundo en vías de desarrollo se utilizan los teléfonos celulares para suministrar noticias a personas que de otra manera no podrían recibirlas y para reunir a gente que ahora se siente facultada para actuar y producir cambios en sus países, ¿dónde está la desventaja?

Hay quienes se preocupan de que es muy poco lo que separa la “democracia móvil” de la “democracia del populacho”. Es de admirar que en Filipinas la gente pudiera movilizar multitudes enormes por medio de las nuevas tecnologías para derrocar a un presidente corrupto, pero ¿cómo se puede evitar que se emplee la misma tecnología para derrocar a un gobierno elegido democráticamente que promulga políticas que al principio son impopulares pero que a la larga son buenas para el país?

Las mismas tecnologías pueden también utilizarse para propósitos más viles que el cambio democrático. En Timor Oriental, matones merodeadores utilizaron mensajes de texto para organizar disturbios y evadir las tropas de mantenimiento de la paz. Al Qaeda tiene fama de emplear las tecnologías más avanzadas en sus esfuerzos por empujar al mundo de regreso al siglo VIII.

Otras preocupaciones se deben a las nuevas herramientas informáticas que han traído a la luz abusos como los de Egipto y Birmania. ¿Cómo podemos juzgar la veracidad de la información provista por alguien que la ha grabado en un teléfono celular y la ha enviado, tal vez en forma anónima, a un bloguero en Occidente? ¿Cómo podemos estar seguros de que las imágenes no fueron manipuladas digitalmente? ¿Podemos confiar en la información que proviene de personas que son activistas en sus causas y no periodistas profesionales imparciales?

En muchos lugares del mundo la gente no ha compartido nunca el ideal periodístico estadounidense de periodismo “objetivo”, en el que no puede determinarse en el reportaje el punto de vista del periodista o del medio

informativo. Pero cada vez más información proviene de fuentes con prioridades obvias, lo cual disminuye aún más el concepto de un reportaje completo y equilibrado.

El bloguero birmano Ko Htike, que reside en Londres, dijo que tenía aproximadamente diez contactos en Birmania que le enviaban mensajes de texto, fotos y vídeos desde cibercafés. Htike confiaba en la veracidad del material que le enviaban, pero observó también que el régimen birmano se había percatado de la tendencia y enviaba correos electrónicos y mensajes de texto falsos, diseminando información errónea acerca de la represión militar.

Otro sitio que hizo públicos los reportajes realizados por los ciudadanos birmanos fue Mizzima News, dirigido por exiliados en Nueva Delhi. Según el *Wall Street Journal*, Soe Myint, redactor jefe de este medio, recibió los reportajes, imágenes y vídeos de más de cien estudiantes, activistas y ciudadanos comunes. Myint dijo que le ha llevado años crear un sistema de reportaje de fuentes confiables a nivel popular. “Esto no es obra de un día”, dijo. “Nos hemos preparado para esto durante los últimos nueve años. La gente conoce nuestro trabajo y sabe cómo comunicarse con nosotros”.

Otro peligro que presenta esta tendencia es que los ciudadanos que recogen la información con frecuencia corren grandes riesgos al hacerlo. En Birmania, una de las primeras víctimas de los disturbios fue un fotógrafo japonés que estaba documentando las protestas.

Los periodistas profesionales a menudo reciben formación para trabajar en situaciones peligrosas (aunque no con la suficiente frecuencia) y pueden contar con el apoyo de un empleador si son heridos, secuestrados o detenidos. Los periodistas ciudadanos no reciben esa formación y no tienen el apoyo de una organización de noticias. Cuando estas personas son asesinadas, heridas o arrestadas ¿se responsabilizan por ellos los medios que utilizan su trabajo y que lo solicitan con invitaciones en sus sitios web? ¿Es responsable el público?

LA CONSOLIDACIÓN DE LA CREDIBILIDAD

En Egipto, el ganador del premio ICFJ Wael Abbas ha estado expuesto a numerosas amenazas y a una “campaña de desprestigio” dirigida contra él por parte del gobierno. Funcionarios del gobierno han dicho que Abbas tiene “antecedentes delictivos”, que es homosexual y que se ha convertido al cristianismo. “Intentan desacreditarme y hacer que pierda a mi público”, dijo Abbas en una entrevista con la página web de la Red Internacional de Periodistas del ICFJ www.ijnnet.org.

Abbas ganó el Premio Internacional de Periodismo Knight 2007 en parte debido a su compromiso a basar su blog en reportajes sólidos y objetivos y no estrictamente en opiniones sin fundamento. Al proveer a los egipcios por medio de las nuevas tecnologías una visión de primera mano de lo que está ocurriendo en su país, Abbas considera que contribuye a su país en modos en que ni los periodistas ni los ciudadanos podían hacer anteriormente.

“Me he centrado en imágenes y material de vídeo de manera que nadie pueda desacreditar mi trabajo”, dijo, agregando que escribe también en árabe coloquial para atraer a un público más joven que considera “aburridos” los reportajes tradicionales realizados en árabe clásico.

Stephen Franklin, del *Chicago Tribune*, es uno de los últimos becarios de Periodismo Internacional del ICFJ que se dedica a entrenar a periodistas en Egipto. Franklin propuso a Abbas como candidato para el premio. A pesar de su trayectoria laboral en los “medios de información corrientes”, Franklin decidió que podía ser más eficaz trabajando con Abbas y otros blogueros, que tenían mayor libertad y que en muchos aspectos tenían mayor impacto en sus sociedades que los periódicos, la radio y la televisión. Franklin elaboró *“Ten Steps to Citizen Journalism Online”* (“Diez pautas para el periodismo ciudadano en Internet”), una guía para blogueros que incluye entre sus temas el contenido, la comercialización y la seguridad de los blogueros. Para consultar la guía (en inglés), visite la página de IJNet www.ijnnet.org.

Abbas cree que él y otros blogueros –así como los periodistas tradicionales que han osado informar sobre temas similares– han ayudado a convencer a los egipcios de que pueden participar activamente en producir cambios en la sociedad.

“Siempre que ocurre alguna injusticia opinan acerca de ello”, dijo, “a diferencia del pasado, cuando la gente estaba demasiado atemorizada para decir lo que pensaba”. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos.

Vídeo en Internet

• Blogueros para la libertad

El laureado periodista y bloguero egipcio Wael Abbas fue entrevistado en Al-Jazeera en septiembre de 2007 por el presentador Riz Khan.



<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/1207/ijge/ijge1207.htm>

Reproducido con autorización

Del periodismo ciudadano al contenido generado por el usuario

Bertrand Pecquerie y Larry Kilman

A medida que los usuarios de Internet contribuyen cada vez con más contenidos al universo de la información, los periodistas profesionales deben aumentar su vigilancia para garantizar la veracidad y la exactitud.

Bertrand Pecquerie es director del Foro Mundial de Editores, con sede en París. Larry Kilman es director de comunicaciones de la Asociación Mundial de Periódicos, afiliada al Foro. Directores y editores de más de cien países pertenecen a estas dos organizaciones profesionales.



© AP Images/Stefan Rousseau

La explosión que tuvo lugar en el depósito de petróleo de Buncefield, en Hertfordshire (Inglaterra), señaló el comienzo de una nueva era en la que los medios adoptaron contenido generado por los usuarios.

El 17 de julio de 2005 tuvo lugar una revolución en los medios de comunicación, aunque en ese momento no muchos la percibieron.

Ese fue el día en que los terroristas explotaron bombas en el metro de Londres. Los ciudadanos presentes en la escena inundaron los periódicos y las cadenas de televisión con fotografías, grabaciones e informes de lo que había sucedido. Muchos medios utilizaron rápidamente el contenido generado por usuarios.

Sin embargo, un hecho quizá más decisivo ocurrió el 11 de diciembre de 2005, cuando una explosión en el depósito petrolero Buncefield, en el Reino Unido, produjo una respuesta sin precedentes por parte de ciudadanos periodistas, quienes enviaron miles de mensajes electrónicos, fotografías y vídeos del desastre a las páginas web de medios informativos mucho antes de que los periodistas profesionales llegaran al lugar de los acontecimientos en las primeras horas de la mañana, a 43 kilómetros de Londres.

La BBC, por ejemplo, recibió más de 6.500 mensajes electrónicos con vídeos y fotos de la explosión y de los incendios de petróleo, comparado con los 1.000 recibidos

a raíz de las explosiones en el metro de Londres. Las primeras fotos y vídeos llegaron minutos después de la explosión.

El jefe de BBC News Interactive, Pete Clifton, dijo lo siguiente a la página web del medio informativo MediaGuardian, sobre el impacto del contenido producido por los ciudadanos periodistas: “El alcance del material que recibimos de nuestros lectores fue absolutamente extraordinario. Desde el momento en que ocurrió la explosión comenzaron a llegar vídeos, fotografías y mensajes electrónicos, todo lo cual tuvo un papel central en la forma en que informamos sobre el acontecimiento”.

El día de la explosión medio millón de usuarios visitaron la página web de la BBC para ver las fotos y los vídeos. La difusión de información por parte de los ciudadanos periodistas se convirtió en un elemento permanente y esencial de la estructura.

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS

Hoy es raro el medio de comunicación que no está en el proceso de ampliar la calle de doble sentido

que ha creado el periodismo digital entre los medios informativos y sus usuarios. La multitud de nuevos canales de distribución electrónica ha dado a todo el mundo la posibilidad de producir por sí mismo, con sólo un teclado, contenido noticioso; ello es cierto en el mundo desarrollado y cada vez más en el mundo en desarrollo también.

O como dijo el pionero del periodismo ciudadano Dan Gillmor: “en un mundo con infinitas herramientas de comunicación, que ya está aquí prácticamente, siempre habrá alguien en el lugar preciso”.

Año tras año, la expansión de los medios de información digitales ha democratizado la publicación de textos y fotografías de todo tipo, lo que era antes el monopolio de la prensa y las cadenas de televisión. Por ejemplo:

- Con ocasión de la violencia desatada por un estudiante armado en la Universidad Virginia Tech, en Estados Unidos, las principales cadenas de televisión, entre ellas CNN, conectaron sus transmisiones, frecuentemente y en forma directa, con las bitácoras de estudiantes y los relatos de otros testigos, produciendo así una cobertura inmediata imposible de lograr con otras fuentes.

- Más y más blogueros son invitados a sentarse en los lugares reservados para la prensa en diversos actos noticiosos. Aproximadamente el diez por ciento de las personas que figuraban en la lista de los medios para la Semana de la Moda en Nueva York este año eran blogueros.

- El productor de la serie de televisión *Big Brother*, Endemol, ha comenzado a realizar en Holanda programas

diarios de noticias por televisión generados por los usuarios. Los ciudadanos periodistas envían vídeos de noticias que luego forman un reportaje en IK OP TV (Yo en la televisión).

- En Pune, India, el Grupo Sakaal, de periódicos, ha creado un “suplemento semanal del ciudadano” que está escrito en su totalidad por los lectores. “La gente quiere leer noticias positivas”, dice el subdirector Deendayal Vaidya. “Ya están enfrascados en sus propias vidas y crisis. Quieren tener una inspiración”. Cerca de mil lectores, la mayoría de los cuales nunca habían publicado sus escritos, han contribuido al suplemento.

- El influyente diario francés *Le Monde* provee bitácoras para sus suscriptores. Entre otras cosas, el periódico anima a los lectores a que mantengan diarios electrónicos de sus viajes y los mejores pueden verse en la sección de viajes de la página web del periódico.

- En Chile, el periódico nacional *Las Últimas Noticias*, registró un aumento del 30 por ciento en su circulación cuando los redactores comenzaron a examinar qué artículos se leían más en su página web y luego utilizaron esa información, en parte, para determinar los reportajes que se publicarían en el diario impreso.

La idea del “periodismo ciudadano” fue propuesta por primera vez en la obra de Dan Gillmor, de 2003, *We the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* con esta afirmación, ahora famosa: “Las noticias ya no son una lección, sino una conversación”. El argumento de Gillmor, similar al de la enciclopedia electrónica Wikipedia, era que “el conocimiento y la sabiduría colectivos exceden enormemente la comprensión de una sola persona, en casi cualquier materia”.

Durante este período, los proyectos nuevos a nivel popular estaban ganando impulso y credibilidad. Se decía que si los periódicos hacían caso omiso de ellos arriesgaban parte del número habitual de sus lectores, y una gran parte de su futuro.

¿EN QUIÉN CONFÍAS?

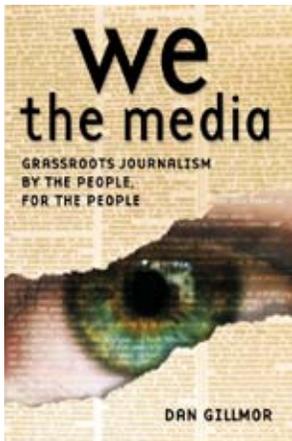
No obstante, actualmente la etiqueta “periodismo ciudadano” desaparece cada vez más para ser reemplazada por el concepto más completo de contenido generado por el usuario. Ya no se hace referencia al periodismo, profesión especializada con un conjunto singular de reglas y ética, a diferencia de los blogueros que ya no son periodistas que compiten sino productores de contenido complementario.

La expresión “contenido generado por el usuario” también



© AP Images/Mary Altaffer

En abril de 2007 se celebró una ceremonia de conmemoración en la Universidad Virginia Tech en honor a las víctimas que murieron a causa del tiroteo de un hombre armado que entró en varios edificios de la universidad. Los mensajes de texto por teléfonos móviles fueron una forma clave de comunicación durante las horas de incertidumbre antes de que terminara el atentado. Medios nacionales e Internet también recurrieron al contenido generado por los usuarios para informar sobre la tragedia que dejó a 32 muertos entre estudiantes, profesores y empleados.



© 2007 O'Reilly Media, Inc.
Todos los derechos reservados. Publicación autorizada.

Gillmor dijo: "Las noticias ya no son una lección, sino una conversación".

The Times de Londres, George Brock, "La interrogante más importante que se formula el consumidor de noticias y de opinión es la misma que siempre se ha formulado: ¿confío en esta fuente? Algunas fuentes pasan la prueba, otras no. Las sociedades abiertas que quieren permanecer abiertas deben mantener esa pauta". La aparición de contenido generado por el usuario, una verdadera revolución cultural, trae consigo tanto oportunidades como peligros considerables que requieren la atención de la sociedad.

Por el lado positivo, los ciudadanos tienen ahora mucho más control de la forma y frecuencia con que reciben la información. Pueden reaccionar a ella y participar en ella, si así lo desean.

La diseminación de noticias se está convirtiendo más en un diálogo entre el proveedor y el receptor de la información, en lugar de la imposición de opiniones y perspectivas por una minoría selecta.

Por el lado negativo, Internet ha proporcionado posibilidades nuevas extraordinarias para la manipulación generalizada, y algunas veces peligrosa, de la información, que es difícil, si no imposible, de contener.

Este fenómeno hará cada vez más pesada la responsabilidad en los periodistas profesionales de mantener pautas elevadas de comprobación de los hechos, probidad y objetividad. Los directores ya dedican enorme cantidad de tiempo a verificar y autenticar las fotografías y los textos generados por usuarios y en el futuro esa labor supondrá una mayor parte de su actividad. Las bitácoras y los comentarios requieren un examen cuidadoso y habitual.

Aunque puede ser que los blogueros no se sometan a códigos de ética estrictos, en lo que se refiere a las bitácoras profesionales están sometidos a una buena cantidad de reglamentación que se origina en la comunidad. El escándalo de *The Huffington Post* en marzo de 2006, en el que estuvo implicado el actor George Clooney, ilustra los fuertes contrapesos y frenos de la comunidad

descarta la idea de ciudadanía y participación cívica. El contenido puede ser producido lo mismo por consumidores, lectores o comentaristas, pero se necesitan redactores profesionales para convertir el contenido en "periodismo".

La magnitud de las nuevas fuentes presenta un problema difícil que se remonta a la alborada del periodismo: decidir qué fuente es fidedigna. Según el director de la edición del sábado de

de blogueros. Cuando el equipo de Ariana Huffington publicó en la web un artículo basado en una mezcla de entrevistas de Clooney por televisión y los hizo pasar por sus escritos, el actor no ocultó su desaprobación. Aunque la fundadora y autora de la página web Arianna Huffington originalmente restó importancia al asunto, en última instancia se vio obligada a pedir disculpas debido al desdén abrumador originado en el mundo de los blogueros.

Los fundamentos mismos de nuestras sociedades democráticas y la credibilidad de los medios de comunicación establecidos se perderán si no podemos distinguir entre la información verdadera y la información falsa.

La responsabilidad de los medios es, por tanto, considerable. Por el momento, subsiste una preferencia significativa, entre la mayoría de los lectores, por información obtenida de los productos impresos tradicionales. Hay 1.600 millones de lectores de periódicos en todo el mundo. Las encuestas de opinión pública indican invariablemente que los consumidores de noticias son más propensos a confiar en fuentes bien conocidas y establecidas y consideran las bitácoras y el material generado por los ciudadanos con más escepticismo.

Por ejemplo, un análisis de consumidores de noticias por el periódico francés gratuito *20 minutes* encontró que dos terceras partes de los que respondieron a las preguntas piensan que las noticias publicadas en directo en sitios web participativos "no pueden considerarse noticias" y dudan de la "veracidad de esas noticias".

Es esencial para los periodistas incrementar sus conocimientos básicos sobre los medios, y para los ciudadanos también, a fin de ayudarles a determinar el valor y la veracidad de la información que reciben.

En la Asociación Mundial de Periódicos (WAN) y el Foro Mundial de Editores (WEF) nos esforzamos por mantener nuestra industria informada de estos hechos y de la forma en que pueden afectar nuestras empresas y la sociedad en general.

Periódicamente lanzamos campañas para recordar al público la cuestión fundamental que está en juego, cuando hablamos de la libertad de prensa. Una de las frases de la campaña, "La libertad de prensa es la libertad del ciudadano", nunca fue más cierta que en estos momentos. ■

La Asociación Mundial de Periódicos y el Foro Mundial de Editores representan a editores y directores en más de 100 países, de 18.000 publicaciones, entre ellas miles de páginas web y bitácoras electrónicas de noticias e información, y blogs (editorsweblog.org, sfnblog.org, trends-in-newsrooms.org) que actualmente forman parte integral del mundo de las noticias.

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos.

Cada ciudadano es un reportero



Oh Yeon-ho, periodista y fundador de OhmyNews, en su despacho en Seúl.

© AP Images/Lee Jin-man

El sitio web OhmyNews, lanzado originalmente en Corea del Sur en el año 2000, es considerado actualmente uno de los medios pioneros de periodismo ciudadano.

El periodista Oh Yeon-ho estableció el sitio web como un experimento sobre los medios en Internet con la participación de más de 700 ciudadanos reporteros como colaboradores habituales. OhmyNews cumplió siete años en febrero de 2007 con una plantilla de 65 personas a jornada completa y más de 60.000 ciudadanos periodistas de otros 100 países.

El éxito y crecimiento de OhmyNews ganaron la atención de los observadores mediáticos de todo el mundo en 2002, cuando la comunidad de Internet de Corea del Sur tomó parte activa en las elecciones presidenciales en ese país y su participación influyó en el resultado de la votación.

Este sitio web y su director recibieron atención mundial en octubre de 2007 cuando la prestigiosa facultad de periodismo de la Universidad de Missouri en Estados Unidos otorgó a Oh Yeon-ho la Medalla de Honor por Servicio Distinguido al Periodismo “en reconocimiento por su labor pionera en el logro de la participación de los ciudadanos como periodistas para la democracia”. Esta distinción se ha otorgado durante 70 años y entre los anteriores galardonados figuran importantes autores y periodistas de la prensa, radio y televisión.

“Hoy recibo este premio, pero es un honor que no me pertenece”, dijo Oh en la ceremonia de premiación en Columbia, Missouri. “Pertenece a nuestros 60.000 ciudadanos periodistas y a nuestro equipo de editores que con feliz disposición se han unido a este nuevo mundo de periodismo ciudadano”.

El éxito y el reconocimiento de este medio novedoso que utiliza métodos no tradicionales es de por sí un logro, pero Oh habló al público presente en la ciudad de Columbia sobre sus aspiraciones para el periodismo ciudadano y su visión de la meta final. El objetivo no es obtener más información, el objetivo es tener una vida más feliz y plena, agregó Oh, según la información de la cobertura de este evento por OhmyNews. ■

Charlene Porter

Código de Ética de OhmyNews

Los reporteros de OhmyNews deberán observar el siguiente código de ética:

1. El reportero ciudadano debe trabajar con el lema: “todos los ciudadanos son reporteros” e identificarse claramente como tal mientras cubre una información.
2. El reportero ciudadano no difunde informaciones falsas. No escribe artículos basados en suposiciones o predicciones sin fundamento.
3. El reportero ciudadano no emplea un lenguaje abusivo, vulgar o que implique un ataque personal.
4. El reportero ciudadano no daña la reputación de otros con artículos que violan la intimidad de las personas.
5. El reportero ciudadano utiliza métodos legítimos para obtener información y advierte claramente a sus fuentes sobre su intención de cubrir un suceso.
6. El reportero ciudadano no utiliza su puesto para obtener provecho personal injusto.
7. El reportero ciudadano no exagera ni distorsiona los hechos en su beneficio o en el beneficio de la organización a la cual pertenece.
8. El reportero ciudadano se disculpa cabal y oportunamente por una información errónea o imprecisa.

© OHMYNEWS Todos los derechos reservados

Algunos gobiernos y empresas inhiben la libre expresión en Internet

Erica Razook



© AP Images/Mizzima News

Los monjes budistas encabezaron las protestas contra el gobierno militar de Birmania en septiembre de 2007. A pesar de que el gobierno birmano filtra el acceso a Internet, las bitácoras y otros medios electrónicos difundieron imágenes de las protestas y abusos de derechos humanos.

La diversificación de los medios de comunicación y los avances en la tecnología de la información exponen al público a una amplia gama de ideas. No obstante, algunos gobiernos intentan controlar la difusión de éstas y restringir su acceso a los ciudadanos. Amnistía Internacional, una organización mundial de defensa de derechos humanos, trabaja para contrarrestar las medidas adoptadas por tales gobiernos represivos.

Erica Razook es investigadora de asuntos jurídicos en el programa de empresas y derechos humanos de Amnistía Internacional EE.UU., con sede en la ciudad de Nueva York.

Una sencilla operación nos permite comprobar el alcance de la censura en Internet. Escriba las palabras “Plaza Tiananmén” en el motor de búsqueda www.google.cn. (el portal de Google en China que practica la autocensura) y luego haga lo mismo en www.google.com (la versión principal con sede en Estados Unidos).

Los resultados obtenidos presentan diferencias interesantes. En google.cn, todos los resultados de la búsqueda coinciden en la descripción de la ubicación geográfica de la plaza y, sorprendentemente, evitan toda mención de la masacre de estudiantes de 1989; un acontecimiento que aparece entre los primeros resultados de la misma búsqueda si se hace en google.com. Pero, esto no sucede únicamente en Google. También Microsoft,



© AP Images/Oficina de Seguridad Pública de Pekín, HO

Al iniciar sus gestiones de vigilancia en Internet, la Oficina de Seguridad Pública de Pekín difundió en 2007 la imagen de unos personajes de dibujos animados. Estos agentes de policía virtuales aparecen durante la búsqueda que realiza el usuario y se desplazan por la pantalla a pie, en motocicleta o en automóvil para advertir a los ciudadanos que no deben acceder a contenidos prohibidos.

Yahoo!, Baidu y otras empresas con operaciones en China, bien con sede en Estados Unidos o en ese mismo país, practican el estricto filtrado de los resultados de búsquedas a petición del gobierno chino.

En un momento en el que adquirimos gran parte de nuestros conocimientos a través de Internet y los nuevos medios de comunicación, tal desfachatada exclusión de un acontecimiento histórico y de la información actualizada de servicios informativos, gobiernos democráticos, educadores y organizaciones de derechos humanos, demuestra la magnitud del ataque contra la libertad de expresión. No obstante, más preocupante que la represión de la libertad de expresión por los gobiernos es el constatar que las empresas occidentales, a menudo empresas estadounidenses, les ayudan a hacerlo.

INFORMES DE CHINA

Amnistía Internacional alertó sobre la dura represión de la libertad de expresión e información de los usuarios de Internet en un primer informe publicado en noviembre de 2002. El informe, titulado *Control estatal de Internet en China*, citaba los nombres de varias empresas estadounidenses: Cisco Systems, Microsoft, Nortel Networks, Websense y Sun Microsystems, entre las supuestas proveedoras de tecnología que se ha utilizado para censurar y controlar el uso de Internet en China. Tras la publicación del informe, varias empresas refutaron las acusaciones de que podrían estar contribuyendo a violaciones de los derechos humanos en China. Cisco Systems negó que su empresa adaptara sus productos al mercado chino y declaró que “si el gobierno de China quiere vigilar Internet eso es asunto suyo. Nuestra política

es, en esencia, neutral”. Por otra parte, Microsoft indicó que “nos dedicamos a entregar la mejor tecnología disponible a los pueblos de todo el mundo”, pero “no nos es posible controlar el uso final de esa tecnología”.

Este tipo de respuesta nos permite entrever la desatinada manipulación semántica que ha caracterizado la respuesta conveniente de las empresas estadounidenses de informática a las denuncias de su complicidad con los gobiernos represivos. Varias empresas se han plgado a los deseos de los gobiernos de que les proporcionen servicios para vigilar los mensajes de correo electrónico y las bitácoras, y para censurar y filtrar el contenido y los resultados de búsquedas en Internet. Y, aunque las empresas han suavizado el

tono de sus declaraciones al hablar de derechos humanos, siguen no obstante colaborando con las prácticas abusivas de gobiernos que utilizan la tecnología para reprimir la libre expresión.

En julio de 2006, Amnistía Internacional publicó investigaciones adicionales sobre el papel de las empresas estadounidenses de Internet en un informe titulado *El menoscabo de la libertad de expresión en China*, que analizaba la cooperación de las empresas Yahoo!, Microsoft y Google con la práctica del gobierno chino de filtrar los resultados de los motores de búsqueda y los mensajes de correo electrónico y censurar el contenido de bitácoras y sitios electrónicos.

El informe describe, por ejemplo, cómo Microsoft filtra los resultados de los motores de búsqueda de tal modo que sólo revelan aquello que tiene el visto bueno del gobierno chino. Microsoft también prohíbe a los usuarios de MSN Spaces, un servicio de bitácoras, que escriban o utilicen en los títulos de sus comunicaciones palabras claves sobre temas que el gobierno chino no considera aceptables, tales como “Falun Gong”, “independencia de Tibet” y “4 de junio” (fecha de la masacre en la plaza de Tiananmén). El periodista y bloguero chino Zhao Jing (también conocido como Michael Anti), un tenaz crítico de la censura en China, publicó su bitácora en MSN Spaces. En diciembre de 2005, Microsoft desactivó la bitácora de Zhao, por lo visto en respuesta a la solicitud de las autoridades chinas.

Otra medida adoptada por el gobierno chino para suprimir la libre expresión ha sido la imposición de una pena de diez años de cárcel al periodista Shi Tao, quien envió un correo electrónico a través de su cuenta de Yahoo! a un sitio electrónico estadounidense que

defiende la democracia. La comunicación electrónica contenía información que el Departamento Central de Propaganda de China había transmitido al periódico en el que trabajaba Shi Tao. Su juicio y posterior condena fueron posibles ya que Yahoo! proporcionó información confidencial de su cuenta de usuario al gobierno chino. Aunque Yahoo! ha alegado, e incluso declarado ante el Congreso de Estados Unidos, su total desconocimiento del “carácter de la investigación” sobre Shi Tao, los documentos publicados sobre la solicitud del gobierno chino indican lo contrario.

Los funcionarios de Yahoo! se personaron ante la Comisión de Asuntos Exteriores de la Cámara de Representantes de Estados Unidos en noviembre de 2007 para responder a la acusación de que la empresa tenía conocimiento de que accedía a la demanda injusta de los datos confidenciales de Shi Tao. El representante Tom Lantos, presidente de la comisión, también alegó que Yahoo! había mentido al Congreso cuando aseguró que ignoraba la naturaleza de la solicitud del gobierno chino. Luego de que los miembros de ambos partidos en la comisión interrogaran con firmeza y reprobaran a Yahoo! por haber accedido a la petición de la Oficina de Seguridad del Estado de Pekín, y por su renuencia a compensar a las familias de las víctimas, Lantos calificó al director general y al grupo de asesores legales de esa empresa de “pigmeos”, por su corta estatura moral, y su actuación como algo “terriblemente decepcionante”.

Diez días después de celebrada esta audiencia, Yahoo! resolvió la demanda judicial entablada por la familia de Shi Tao y la de otro periodista chino encarcelado. Ambos periodistas habían intentado demostrar que la sucursal de Yahoo! en Hong Kong era la responsable de su encarcelamiento. La empresa negó su responsabilidad, pero accedió a pagar una cantidad no revelada de dinero, a los demandantes. (Véase el siguiente recuadro. “El dilema de la industria de la información”).

Entre febrero de 2006, cuando el Congreso inició su investigación, y la audiencia celebrada en noviembre de 2007, Yahoo!, Microsoft, Google y otras empresas de Internet y telecomunicaciones se sumaron a una iniciativa emprendida por organizaciones de derechos humanos, entre ellas Amnistía Internacional, para elaborar una normativa a la que se atendería la industria de forma voluntaria, en torno a la libre expresión y el derecho a la intimidad. Sin embargo, en una aparente contradicción a esta iniciativa, Yahoo! (junto a Microsoft y otras empresas chinas) suscribió otro convenio de autocensura en China que inhibe aún más la capacidad de los usuarios de expresar su disensión política por Internet.

La organización no gubernamental de defensa de la libertad de prensa Reporteros sin Fronteras hizo públicos los detalles del convenio en virtud del cual las empresas acuerdan mantener registros de los nombres verdaderos de los redactores de bitácoras y vigilar y borrar contenidos “ilegales”. (Tanto Yahoo! como Microsoft han expresado que no llevarán a la práctica “el registro de los nombres

verdaderos de los blogueros”, pero dado su historial de conformidad con las solicitudes del gobierno chino en lo relativo a retirar contenidos y facilitar datos confidenciales de los usuarios, el hecho de que hayan suscrito este convenio no es alentador). Lo que es más preocupante es que Yahoo! no haya asegurado al Congreso que lo sucedido con Shi Tao no se volverá a repetir.



Hoang Dinh Nham/AFP/Getty Images

Un soldado del Ejército Popular de Vietnam navega por Internet durante una exposición de productos informáticos en Hanoi.

LAS RESTRICCIONES EN OTROS PAÍSES

Por otra parte, China no es el único país que reprime la libertad de expresión en Internet. En Vietnam, debido a leyes recientemente promulgadas que limitan la libre expresión en la red, Nguyen Vu Binh, cumple una condena de siete años por publicar en la web una crítica de la corrupción y violación de los derechos humanos en ese país. Truong Quoc Huy fue detenido en un cibercafé de la ciudad de Ho Chi Minh. Su paradero es desconocido y aún no se han formulado cargos contra él.

También se informa sobre la campaña de terror que el gobierno militar de Birmania libra contra su propio pueblo, con la detención de miles de monjes y ciudadanos



Altos ejecutivos de Google desvelaron en 2006 el logotipo de la empresa en chino.

© AP Images/EyePress

con el apoyo del periódico británico *The Observer* y la iniciativa OpenNet, ha difundido información sobre la represión en Internet en distintos países del mundo, entre los que figuran Birmania, China, Vietnam, Túnez, Irán, Arabia Saudita y Siria.

El sitio irrepresible.info alienta a los usuarios a publicar “fragmentos” de contenidos en sus propias páginas que, de otra manera, serían objeto de censura por gobiernos y empresas cómplices. Hace, además, un llamamiento al público para que apoye la campaña para lograr que los gobiernos desistan de limitar injustificadamente la libertad de expresión en

en condiciones deplorables e inmundas, a los que propinan palizas y amenazan a sus familias, hasta niños y jóvenes que eran meros espectadores de las manifestaciones pacíficas que tuvieron lugar en el mes de septiembre.

La represión de los disidentes políticos en Birmania no sólo tiene lugar en las calles, sino también en Internet. Durante años, el país ha realizado un filtrado de gran alcance. Es posible que estas actividades de censura hayan alcanzado su punto máximo el 29 de septiembre de 2007 cuando se empezaron a difundir por todo el mundo relatos de testigos presenciales, fotografías y vídeos de los violentos abusos de derechos humanos a través de bitácoras y de otros medios de comunicación electrónicos, a lo que la junta militar respondió con la supresión total del acceso a Internet y, según informes, con la cancelación de la mayoría de los servicios de telefonía móvil.

Las protestas políticas entre agosto y octubre de 2007 y la respuesta del gobierno en Birmania demuestran el poder de Internet para fomentar el respeto por la democracia y los derechos humanos y, a la vez, su posible adaptación a los deseos de regímenes represivos que intentan limitar la capacidad de sus ciudadanos de comunicarse con el resto del mundo.

Es precisamente esta dicotomía la que ha dado origen al sitio electrónico [<http://irrepressible.info>], una campaña web que aprovecha la tecnología de Internet para poner fin a la censura. La Red es un instrumento de libre expresión que no tiene igual, a pesar de los crecientes esfuerzos por ejercer control y censura sobre la misma y perseguir y encarcelar a las personas que critican a sus gobiernos por Internet y hacen un llamamiento a la democracia, la prensa libre y la protección de los derechos humanos. El sitio irrepresible.info, creado por Amnistía Internacional

Internet y que las empresas no colaboren en ello. Con este objetivo, sirve como depósito de noticias censuradas.

En noviembre de 2006, Amnistía presentó una lista de 50.000 firmas de personas que apoyan a irrepresible.info ante el presidente del Foro de las Naciones Unidas de Gobierno de Internet (IGF). Miles de personas más han respaldado esta iniciativa y Amnistía seguirá trabajando para lograr y proteger la libre expresión en línea dentro de marcos internacionales como el IGF, y para dar apoyo a las gestiones emprendidas en la legislatura nacional que aseguren que las empresas estadounidenses no tomen parte en la privación injustificada de la libertad de expresión y del intercambio franco y libre de las ideas en Internet.

Los partidarios de la libre expresión en Internet ansían el día en el que los gobiernos y las empresas conviertan en obsoletos los motivos preocupantes del presente artículo. Insto al lector a que intente hacer en algún momento en el futuro el experimento de búsqueda mencionado en el primer párrafo de este artículo. Espero que para entonces ya no exista la discrepancia que he descrito en los resultados y que todos tengan una visión no intervenida del mundo. El grado en que este artículo sea considerado desactualizado y que irrepresible.info deje de ser relevante será la medida de nuestros logros. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos. .

El dilema de la industria de la información

Las empresas de alta tecnología caminan a lo largo de una de las líneas más estrechas del comercio mundial cuando tratan de hacer negocios en sociedades cerradas o represivas.

Bregan con productos de información y telecomunicaciones que pueden darle al usuario acceso a todo un caudal de conocimientos acumulados y diseminados desde literalmente millones de fuentes.

Pero para poder llevar a cabo ese negocio en el mercado mundial, deben primero llegar a un acuerdo con algunos gobiernos que no quieren que sus ciudadanos tengan acceso a conocimientos e ideas que puedan amenazar los controles de ese gobierno.

Ese es el problema que expusieron los ejecutivos de Yahoo! cuando miembros del Congreso de Estados Unidos atacaron las prácticas comerciales de la compañía en una audiencia pública celebrada a principios de noviembre de 2007.

Jerry Yang, cofundador y director general de Yahoo! planteó el dilema de este modo: “Sé también que algunos gobiernos del mundo han encarcelado a gente por decir en Internet lo que piensa. Eso es contrario a todas mis convicciones personales y profesionales”.

Una semana después, Yahoo! aceptó pagar una cantidad no revelada para conciliar una demanda que sostenía que la compañía tenía cierta responsabilidad por el encarcelamiento de periodistas chinos debido a la actividad que llevaban a cabo en Internet.

Shi Tao y Wang Xianoning, ambos condenados a sentencias de diez años, fueron encarcelados después de que Yahoo! cumpliera una orden del gobierno chino y ofreciera información que el gobierno utilizó para vincular a los periodistas con actividades disidentes en Internet. Esto provocó la indignación de algunos legisladores y organizaciones no gubernamentales estadounidenses.

Como resultado de la conciliación del pleito, Yahoo! brindará apoyo financiero a las familias de los presos y creará un fondo de alivio humanitario para apoyar a otros disidentes políticos y sus familias.

“Después de reunirnos con las familias, fue para mí evidente lo que teníamos que hacer para que esto fuera justo para ellos, para Yahoo! y para el futuro”, dijo Yang en una declaración citada en informaciones



Dos ciudadanos chinos navegan por Internet. En segundo plano, un anuncio del sitio de Yahoo! en Internet.

© AP Images/Ng Han Guan

noticiosas. “Yahoo! fue fundada sobre la idea de que el libre intercambio de información puede cambiar fundamentalmente el modo en que la gente vive sus vidas, lleva a cabo sus negocios y se relaciona con sus gobiernos. Nos hemos comprometido a asegurar que nuestros actos se equiparen con nuestros valores en todo el mundo”.

Durante la audiencia en el Congreso, Yang amplificó el esfuerzo de la compañía en este aspecto y relató la participación de Yahoo! en un diálogo sobre derechos humanos entre representantes de la industria, académicos, inversionistas y organizaciones de derechos humanos y otras de carácter no gubernamental.

Según la declaración de Yang ante el Congreso, “Este grupo diverso ha formulado un compromiso público de crear un conjunto de principios y procedimientos de operación mundiales sobre la libertad de expresión y la privacidad del individuo, para guiar el comportamiento de las empresas cuando encaren leyes, reglamentos y políticas que interfieren con los derechos humanos”.

El Centro para la Democracia y la Tecnología (CDT), organización no gubernamental con sede en Washington, facilita el desarrollo de ese código de conducta. Un portavoz del CDT ha dicho que espera que este conjunto de principios esté completo en los primeros meses de 2008.. ■

Charlene Porter

Auge y declive del periodismo en la República de Georgia

Karl Idsvoog

Si la política en el mundo real fuera un cuento de hadas, la caída de un gobierno represivo y la instauración de la democracia se traduciría en una prensa libre, ciudadanos con poder de decisión y una población mejor informada para tomar decisiones nacionales. Sin embargo, el nuestro no es un mundo de fábula.

En la ex república soviética de Georgia, una revolución pacífica llevó a la desaparición de un gobierno represivo y corrupto en 2003. En los años posteriores, este país del Cáucaso sólo ha progresado en forma vacilante hacia su final feliz. Inmediatamente

después de lo que se denominó la Revolución Rosa, el nuevo gobierno inició reformas y comenzó un acercamiento con Occidente, pero posteriormente se fraccionó debido a disputas internas. En las semanas anteriores a esta publicación, el gobierno enfrentaba protestas callejeras y acusaciones de una alianza con Rusia. El presidente respondió declarando el estado de excepción. Esta orden forzó el cierre de todas las organizaciones noticiosas privadas, situación que se prolongó durante semanas y ocasionó la reprobación internacional.

Los medios de información georgianos no han gozado de la liberación experimentada por colegas de otros países donde se han logrado reformas políticas, y las razones para ello no se comprenden bien. El documento Freedom of the Press 2007, publicado por Freedom House, una organización de defensa sin fines de lucro, hizo la siguiente evaluación del entorno en el que operan estos medios:

La constitución georgiana y la ley de Libertad de Palabra y Expresión garantizan la libertad de



Ciudadanos georgianos resisten firmemente los disparos de los cañones de agua de las fuerzas de seguridad en la capital de Tbilisi.

© AP Images/George Abdaladze

expresión, pero en 2006 el gobierno restringió progresivamente la libertad de prensa. Las restricciones rara vez tomaron la forma de presión directa, aunque se informó de casos de hostigamiento y abuso físico de periodistas por parte de funcionarios gubernamentales. ... los propietarios y administradores de estos medios siguen ejerciendo presión sobre los periodistas, en un esfuerzo por mantener relaciones amistosas con las autoridades. En consecuencia, los periodistas a menudo practican la autocensura.

El profesor y periodista de televisión estadounidense, Karl Idsvoog, viajó varias veces a Georgia entre 2002 y 2006 para enseñar periodismo en la Escuela de Periodismo del Cáucaso. Idsvoog, profesor en la Escuela de Periodismo y Comunicaciones de la Universidad Estatal Kent, en Ohio, ha mantenido contacto con periodistas georgianos, quienes le describen su desilusión por la forma en que la Revolución Rosa afectó su profesión.

En 2001 la República de Georgia era un lugar duro para los periodistas. Hubo un medio de información que no se amilanó, que no se echó atrás y que resistió como ninguna otra entidad noticiosa en el mundo postsoviético: el canal de televisión Rustavi 2.

En 2001 los reportajes duros provocaron reacciones duras. El presentador de Rustavi 2, Giorgi Sanaya, de 26 años, fue asesinado. Muchos creen que en venganza de sus reportajes. Sanaya puso en entredicho las políticas y prácticas del presidente Eduard Shevernadze, pero no fue el único que retó al gobierno de Tbilisi.

Akaki Gogichaishvili, presentador y creador del programa de noticias *60 Minutes* de este canal de televisión aseguró que su padre fue despedido de su puesto en el gobierno debido a los reportajes que realizaba Akaki. Agregó este periodista de investigación que todos sus empleados habían sido amenazados. Cuando contestaban el teléfono oían una voz que decía: “mañana estarás muerto” o “vamos a secuestrar a tus padres”.

En 2001 no era suficiente amenazar a los periodistas. El director de noticias de Rustavi 2 y presentador principal Nick Tabatadze recibió una llamada que amenazó a la estación entera. Según Tabatadze, el ministro de Interior de Georgia amenazó con enviar tropas militares a saquear la estación. Tabatadze respondió informando sobre la amenaza durante el noticiero de la noche. A la semana siguiente, el gobierno reaccionó. Esta vez el ministro de Seguridad envió agentes a requerir los documentos financieros de la

estación. Una vez más, Tabatadze respondió informando sobre lo que estaba sucediendo; sólo que en esa ocasión lo hizo en directo. Ordenó a sus fotógrafos que rodaran las cámaras y en minutos Rustavi 2 estaba transmitiendo a todos los televisores en Georgia imágenes de la incursión del gobierno en la sala de redacción. Los ciudadanos acudieron a la estación y mantuvieron vigilia toda la noche para demostrar su apoyo a Rustavi 2; al día siguiente, marcharon hasta el parlamento.

Era una época peligrosa pero interesante para los periodistas de Georgia.

Luego llegó la Revolución Rosa. Shevernadze dejó el poder y Mikhail Saakashvili, líder del movimiento pro democracia, ascendió al poder. Los periodistas en Georgia dicen que los medios de información no participaron de los beneficios de la Revolución Rosa.

ADOPCIÓN DE LA LÍNEA IDEOLÓGICA DEL PARTIDO

Dos canales de televisión, el Canal 9, que había intentado informar diligentemente sobre las noticias en forma precisa, e Iberia, cerraron sus operaciones. La administración del canal Rustavi cambió, así como su enfoque de las noticias.

Natia Abramia, que ya no vive en el país, dedicó ocho años a difundir información en Georgia y trabajó en Rustavi 2 antes y después de la revolución. A pesar del clima amenazante durante la época de Shevernadze, Abramia recuerda que había bastante libertad de prensa.

“No era un entorno profesional ni responsable, pero era libre”.

Después de la Revolución Rosa, dice Abramia que todos comenzaron a hablar de la “autocensura”. Rustavi 2, el canal que en otro tiempo había desafiado temerariamente a los funcionarios del gobierno para que explicaran sus acciones, ahora les llamaba por teléfono para pedirles consejo sobre qué información transmitir. “Presencé personalmente cómo los periodistas leían sus artículos por teléfono a los funcionarios del gobierno”, dice Abramia. Agrega que los periodistas que no seguían la línea oficial tenían “problemas”.

Un periodista profesionalmente capacitado, que no quiso dar su nombre porque necesita su empleo en Rustavi 2, describe el ambiente de trabajo para los periodistas con una sola palabra: “degradante”.

El proceso de edición de las noticias que describe parece haber salido directamente de la época soviética. “No se nos permite criticar al presidente, al ministro de Economía, al ministro de Defensa, ni al ministro de Gobierno.



© The New York Times/Redux/Justyna Mielnikiewicz

La tensión emocional fue elevada durante los enfrentamientos callejeros en Tbilisi entre manifestantes que se oponían al gobierno y las fuerzas de seguridad, en noviembre de 2007.

Sólo se cubren los aspectos “buenos” referentes a estas estructuras gubernamentales”.

Otro productor veterano, redactor y videógrafo, que ya no trabaja en la sala de redacción pero que mantiene el contacto con los reporteros de todos los canales de televisión de Tbilisi, dice tristemente: “Esta situación no debería darse”. Por razones de negocios pidió también que no se le identificara. Al pedirle que comparara la situación actual del periodismo en Georgia con la que existía antes de la Revolución Rosa, dijo simplemente, “Es peor”.

Natia Abramia coincide al decir: “Los periodistas locales encuentran cada vez más peligroso investigar, dudar o criticar las acciones del gobierno”.

ESFUERZO POR CAMBIAR LAS COSAS

La periodista Nino Zuriashvili y el redactor y videógrafo Alex Kvatashidze solían producir algunas de las crónicas de investigación más completas de Rustavi 2. Sin embargo, Zuriashvili ahora califica al canal que antes adoptaba una posición periodística tan dinámica, de “nada más que una voz del gobierno”.

No cree que Georgia se beneficiará con la compañía de televisión MZE, que fue adquirida por el hermano del ministro de Asuntos Exteriores. En enero de 2007, frustrados por el deterioro del periodismo serio desde la Revolución Rosa, Zuriashvili y Kvatashidze comenzaron su compañía de producción investigativa Monitor Studio, con financiación de la Comisión Europea. No fue problema encontrar noticias bien fundamentadas, pero encontrar a alguien dispuesto a transmitir las lo ha sido.

Zuriashvili y Kvatashidze recibieron información confidencial sobre dos ciudadanos georgianos inocentes que habían sido encarcelados, torturados y condenados en base a pruebas falsas colocadas por agentes de seguridad bajo la dirección de un alto funcionario del gobierno.

Estos dos periodistas no fueron los únicos que habían confirmado los hechos; también lo hizo, por parte del gobierno, el defensor del pueblo de Georgia.

Sozar Subari convocó a una conferencia de prensa para anunciar sus conclusiones. Fue una presentación típica de una conferencia de prensa. Allí se encontraban todos los micrófonos de todas las estaciones. “Sorprendentemente”, dice Alex Kvatashidze, esa noche, en el noticiero nocturno, “no hubo nada”. En los noticieros de televisión no se informó sobre las conclusiones negativas del caso, aunque se habían originado en una fuente gubernamental.

Zuriashvili y Kvatashidze hicieron una presentación especial de su investigación, a la que invitaron a funcionarios de embajadas, directores de organizaciones no gubernamentales, periodistas y redactores en jefe de los principales medios de Tbilisi, capital de Georgia. Ofrecieron su investigación completa a cualquier medio que estuviera interesado en tenerla, sin costo alguno, pero ninguna estación de Tbilisi quiso transmitir el informe.

Aun cuando las cadenas de televisión no quieren informar, la tecnología actual hace prácticamente imposible que los gobiernos y las empresas controlen las comunicaciones. Como dicen sus críticos, quizá Rustavi 2 se haya convertido en la voz del gobierno. Sin embargo, la tecnología permite a los periodistas hacer lo que han hecho siempre: informar sobre las noticias que les importa a la gente.

Es esa combinación de tecnología y tenacidad periodística lo que sostiene el optimismo de Kvatashidze. “Nosotros (y otros como nosotros) todavía tratamos de hacer llegar el mensaje al público”, dice, agregando con seguridad: “El periodismo no está muerto en Georgia”.

La investigación de Monitor Studio del encarcelamiento por razones falsas de dos ciudadanos georgianos se encuentra en <http://tinyurl.com/2rpo3g>. (en inglés). ■

Vídeo en Internet

• *Incursión en Rustavi 2*

El periodista de TV Karl Idsvoog estaba en Georgia en 2001 el día en que la televisión demostró su poder para influir en la población e inquietar al gobierno.



<http://usinfo.state.gov/journals/irgic/1207/ijge/ijge1207.htm>

Reproducido con autorización

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos.

Los nuevos medios de comunicación y la política estadounidense

Thomas B. Edsall



© Matt Campbell/epa/Corbis

Un camarógrafo trabaja enfrente de una enorme pantalla de vídeo, en el escenario del debate presidencial republicano transmitido por CNN/YouTube, que tuvo lugar en Saint Petersburg, Florida, en noviembre de 2007. Fue el segundo debate de dos que utilizaron el formato de preguntas planteadas por ciudadanos a través de segmentos de vídeo cargados en YouTube.com. Los aspirantes presidenciales demócratas participaron en el debate CNN/YouTube en julio.

Las nuevas tecnologías y sus usuarios más perspicaces imprimen su sello en muchas de las campañas electorales de Estados Unidos al exponer los pasos en falso de los candidatos, al promover la recaudación de fondos y al transformar el ciclo noticioso.

Thomas B. Edsall es catedrático Joseph Pulitzer II y Edith Pulitzer Moore de Información sobre Asuntos Nacionales de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia en la ciudad de Nueva York. Cubrió durante 25 años la política norteamericana en el Washington Post y es actualmente corresponsal de la revista New Republic, editorialista colaborador en el National Journal y editor político de la publicación electrónica Huffington Post.

Internet y la explosión concomitante en los “nuevos medios” han provocado un cataclismo en la política estadounidense en por lo menos cuatro aspectos, al crear 1) formas innovadoras de llegar hasta los votantes; 2) un sistema noticioso cambiado radicalmente; 3) un aluvión sin precedentes de pequeños donantes, y, 4) tanto a la derecha como a la izquierda política grupos de intereses recientemente provistos de facultades y posibilidades.

En el nivel más visible, varios candidatos presidenciales lanzaron oficialmente sus campañas en 2007 anunciando en Internet su intención de competir en la carrera, una ruptura radical con la tradición de hacer tales declaraciones ante multitudes locales, por lo común en las ciudades donde residen los contendientes.

La senadora demócrata Hillary Clinton, por ejemplo, utilizó un vídeo difundido a través de la web para anunciar la formación de su comité exploratorio presidencial –un acontecimiento noticioso importante– usando imágenes de ella misma sentada en un sofá en el salón de su casa en Chappaqua (Nueva York).

“Hablemos. Charlemos. Iniciemos un diálogo sobre sus ideas y las mías” les dijo a los espectadores. “Y si bien no puedo visitar el salón de cada casa, lo intentaré. Y con un poco de ayuda de la tecnología moderna, mantendré esta semana, a partir del lunes, charlas en la web por medio de vídeos. De modo que empecemos la conversación”.

Para el candidato las ventajas son sustanciales. Al contrario de los actos públicos, donde los periodistas hacen preguntas, un anuncio en la web está completamente bajo el control de la campaña, se puede filmar una y otra vez hasta que quede perfecto y, al



© AP Images/Ron Edmonds

El demócrata James Webb anuncia su victoria en la carrera por un escaño en el Senado de Estados Unidos en 2006, levantando en alto las botas de combate que usó su hijo, un infante de marina que se desempeña en Irak. La victoria de Webb se produjo después de que su oponente republicano, el titular del cargo George Allen, diera durante su campaña un paso en falso que quedó registrado en vídeo y fue luego visto por numerosas personas.

mismo tiempo, se confiere una sensación de intimidad y espontaneidad.

PELIGROS OCULTOS Y POSIBILIDADES

Muchos de los adelantos tecnológicos que sirven de apoyo a los nuevos medios no resultan tan ventajosos para las campañas. De hecho, han creado todo un nuevo conjunto de peligros potenciales ocultos.

Cuando aparecen en algún espacio público, los candidatos están ahora sujetos a la observación constante del personal y los seguidores de sus oponentes, equipados con cámaras digitales y grabadoras pequeñas y fáciles de usar.

En el año 2006, el senador George Allen, republicano por Virginia, quien gozaba de fuerte preferencia para ganar su reelección, en última instancia perdió ante el demócrata James Webb. La campaña de Allen sufrió un daño irreparable cuando el candidato ridiculizó a un miembro de la campaña de Webb mientras lo filmaba. “Ese tipo que está ahí, con una camisa amarilla, un macaco, o como quiera que se llame. Está con mi oponente. Nos sigue a todas partes... Démosle una bienvenida al macaco. Bienvenido a Estados Unidos y al mundo real de Virginia”. En algunas culturas europeas, “macaco” es una palabra despectiva para describir a los inmigrantes africanos.

Las imágenes de lo sucedido se convirtieron en un importante acontecimiento en la campaña y fueron

observadas centenares de miles de veces a través de YouTube, el sitio de vídeos en la web al que tiene acceso el público; evento que se transmitió repetidamente en la televisión local y nacional.

Un candidato presidencial que se ha beneficiado enormemente con la nueva tecnología de la web es el representante republicano por Texas Ron Paul. A pesar de ser un candidato que, en el mejor de los casos, tenía grandes ambiciones pero pocas probabilidades de concretar sus aspiraciones a la candidatura presidencial republicana, sus principios libertarios le han asegurado un gran grupo de seguidores en la web, donde ha alcanzado gran popularidad en sitios como My Space y YouTube.

A Paul la web le ha servido muy bien, ayudándolo a recaudar 5,3 millones de dólares en el tercer trimestre de 2007, casi tanto como lo que consiguió el mucho más conocido senador John McCain, republicano por Arizona, que recaudó 5,7 millones.

Otros tres usos de los nuevos medios sin precedentes ya han afectado la elección presidencial del 2008. En uno, un ayudante de la campaña del senador demócrata por Illinois Barack Obama –el ayudante trabajaba extraoficialmente– tomó un anuncio de la empresa informática Apple que comparaba el papel dominante que desempeña Microsoft en el mercado de las computadoras con el gobierno dictatorial que describe la novela *1984*, de George Orwell, y lo convirtió en otro que retrataba a Hillary Clinton como una dictadora todopoderosa.

La campaña de Obama se disoció del anuncio y el ayudante renunció, pero el pseudoanuncio fue visto cerca de un millón de veces en YouTube, para gran desconsuelo de Hillary Clinton.

Obama, a su vez, quedó en una posición embarazosa por culpa de un vídeo de corte independiente, transmitido por YouTube y conocido como “La chica de Obama”. En él, la actriz y modelo Amber Lee Ettinger sincronizó el movimiento de sus labios con una canción titulada “Obama me enloquece”, mientras ejecutaba seductores pasos de baile.

El vídeo le causó a la campaña de Obama mucho menos daño que una secuencia fílmica –que también se difundió por YouTube– en la que aparece el aspirante



El representante Ron Paul saluda a votantes del estado de Nueva Hampshire, en su empeño por obtener la candidatura presidencial del Partido Republicano.

© AP Images/Jim Cole

- El éxito del aspirante presidencial demócrata Howard Dean en 2004 al recaudar, colocando en la web enlaces a los símbolos de las tarjetas de crédito, grandes cantidades de dinero de pequeños donantes se ha visto hoy repetido por todos los principales aspirantes demócratas y, en menor medida, por los aspirantes republicanos. Una de las consecuencias ha sido ampliar significativamente el número de pequeños donantes y reducir el promedio de las contribuciones. Particularmente para Barack Obama, esta tendencia ha vuelto viable una candidatura que contaba con dudosas probabilidades para

demócrata a la presidencia John Edwards mientras se maquilla antes de una aparición en televisión. A los compases y la letra de una canción del musical *West Side Story*, se muestra a Edwards mientras peina y esponja repetidamente su cabello. La letra de la canción empleada como música de fondo dice “me siento guapo, tan guapo, tan guapo y gracioso esta noche”.

La amplia distribución de este tipo de vídeos no era tecnológicamente posible en el 2004

EFFECTOS DE PERFIL REDUCIDO

Al mismo tiempo, ha habido una serie de evoluciones más sutiles y menos visibles que se derivan de la expansión de las nuevas capacidades de los medios. Estas incluyen:

- Internet se ha convertido en el vehículo de movilización de la izquierda que se opone a la guerra, convertida en un influyente grupo de intereses demócrata que todos los candidatos y líderes del Congreso deben tratar con respeto y deferencia especial.

Páginas web como OpenLeft, Atrios y DailyKos, junto con un ejército de bloggers que envían artículos a esos y otros sitios, componen un electorado que los candidatos demócratas procuran no ofender. En lugar de ello, muchos de los candidatos y su personal de máximo nivel celebran periódicamente conferencias por teléfono con la comunidad de la izquierda dentro de la “blogosfera” y procuran obtener una cobertura lo más favorable posible.

alguien que era relativamente un recién llegado a la política nacional.

Para los demócratas y los comités del Partido Demócrata, el auge de pequeños donantes en la web contribuyó significativamente a la nivelación del terreno de juego económico en el 2004 y aún más en el ciclo actual (2007-2008). Por primera vez en al menos tres décadas, los demócratas mantienen este año, en general, una substancial ventaja financiera sobre los republicanos, el partido que tradicionalmente ha podido obtener enormes recursos financieros para el financiamiento de sus campañas.

- Los sitios políticos en la web han alcanzado la mayoría de edad y, en muchos aspectos, se han vuelto tanto o más importantes que los periódicos. Sitios como Politico, el Huffington Post, Salon, Slate, National Review Online y Wall Street Journal Online han llegado a ser, en pocos años, actores claves en la cobertura de las elecciones y en la formulación de políticas.

El Huffington Post, por ejemplo, en el que participo actualmente en el desarrollo de la cobertura política, repite en muchos aspectos la gama completa de contenidos que ofrecen los periódicos impresos, con una “primera página” de noticias nacionales e internacionales, así como una página política, una página dedicada a los medios, y secciones de entretenimiento y ocurrencias de la vida diaria. Una de las ventajas que disfrutaban las entidades informativas en Internet consiste en la nueva capacidad tecnológica de establecer vínculos electrónicos con miles de fuentes informativas, desde las páginas electrónicas de los “viejos

Los principales sitios de noticias

La tabla que sigue a continuación delinea las cantidades de visitantes exclusivos a los sitios web que cubren noticias y actos públicos, según los datos de Nielsen Online, un servicio de Nielsen Company, conocida como una de las compañías líderes del mundo en medición de audiencia. La tabla recoge cifras de octubre de 2007, las últimas que estaban disponibles al cierre de la edición. Estos datos provienen de NetView, el servicio sindicado de Nielsen, basado en paneles.

Marca o canal	Audiencia exclusiva (miles)	Tiempo por persona/mes (h:m:s)
Toda la actualidad y noticias mundiales	95,701	1:24:02
Noticias Yahoo!	33,171	0:25:38
Red digital de CNN	30,218	0:36:27
Red digital de MSNBC	29,841	0:26:18
Noticias AOL	20,672	0:30:19
NYTimes.com	17,502	0:34:53
Periódicos Gannett	13,560	0:23:59
Periódicos Tribune	13,031	0:12:15
WorldNow	11,851	0:10:57
Noticias Google	11,114	0:11:12
Red digital de ABCNEWS	10,847	0:07:34
Red digital de Fox News	9,480	0:41:05
USATODAY.com	9,469	0:16:13
Red digital de CBS News	9,394	0:08:48
Red de periódicos McClatchy	9,300	0:08:48
washingtonpost.com	8,681	0:17:22
Periódicos del grupo MediaNews	7,723	0:10:52
Periódicos digitales Hearst	7,418	0:14:24
Advance Internet	6,713	0:15:08
Topix	6,425	0:04:11
Sitio web IB	6,298	0:15:22

Reproducido con autorización

medios” –entre ellos el *New York Times* [*www.nytimes.com*], el *Washington Post* [*www.washingtonpost.com*], el *Los Angeles Times* [*www.latimes.com*], etcétera– hasta los diversos “blog” de corte conservador o progresista que, a su vez, conectan al lector con sitios políticamente diversos, como RealClearPolitics, TalkingPointsMemo, Instapundit, Taegan Goddard’s PoliticalWire, y el Drudge Report.

• En el 2000, las campañas bregaban con un ciclo de noticias uniforme, engranado con los informativos de televisión que salían al aire de 6 a 7 de la tarde y con los

titulares de los periódicos entre las 9 y las 11 de la noche. Ahora, los gerentes de los sitios web están en constante alerta en busca de nuevos acontecimientos, y un acto político importante que ha tenido lugar a las dos de la tarde, para cuando se difunden los noticieros por televisión, ya ha generado en Internet múltiples rondas de reacción y crítica de sitios rivales y analistas.

• La aparición de sitios web izquierdistas, derechistas y neutrales, ha creado una caja de resonancia instantánea para la reacción amplia a las cambiantes fortunas de las campañas políticas. Por ejemplo, en los debates presidenciales el personal de las campañas busca constantemente comentarios en Internet, que elogian el desempeño de sus candidatos y critican el de los otros. Esos comentarios, a su vez, se envían de inmediato por correo electrónico como comunicados, tanto a la corriente principal, o sea los viejos medios en línea, o a los periodistas de los nuevos medios y a otros comentaristas que cubren el debate.

La velocidad del cambio en el ambiente político actual, consecuencia de las innovadoras comunicacio-

nes y tecnologías de la información, irá, si las tendencias anteriores son una guía, a acelerarse, lo que sugiere que las innovaciones de la campaña de 2008 son un modesto precursor de la transformación radical que ocurrirá en el 2012 y el 2016 ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos.

Los nuevos medios de información frente a los antiguos

David Vaina



© AP Images/Dino Vourmas

Joe Kraus de JotSpot.com aparece junto a una foto de la página web de su compañía, en una fotografía tomada en 2005. JotSpot inventó un tipo de software de colaboración, conocido como wiki, que permite a los usuarios crear y editar libremente contenido para la web. Google adquirió JotSpot en 2006.

Las nuevas tecnologías conducen a nuevos medios y estilos de comunicación. A medida que los nuevos medios se van propagando, se intensifica el debate sobre si quienes los integran respetan las normas profesionales tradicionales que distinguen el periodismo de los periodicuchos dedicados al chismorreo.

David Vaina es investigador asociado del Proyecto para la excelencia en el periodismo (PEJ), organización sin fines de lucro con sede en Washington D.C., dedicada a evaluar y estudiar los medios de información. PEJ es, según su propia definición, no partidista, no ideológica y no política. La organización está afiliada al Pew Research Center.

En la década de 1970 preguntaron a Zhou Enlai, primer ministro de China, qué era para él lo más significativo de la Revolución Francesa de 1789. Dicen que después de un minuto de silencio respondió: “Es demasiado pronto para saberlo”. Lo mismo se puede decir al evaluar las repercusiones de lo que se ha dado en llamar la revolución ciudadana de los medios de

información en el discurso político de Estados Unidos.

Existen justificados temores de posibles ramificaciones negativas en la transición de una era de periodismo tradicional, de coto cerrado, a otra caracterizada, al menos en parte, por una blogosfera descentralizada, donde los ciudadanos ahora se dirigen a no profesionales en busca de información sobre la Casa Blanca, el Congreso, la guerra en Iraq y otras cuestiones de política exterior.

Los defensores de esta nueva forma de periodismo afirman, en cambio, que las fuentes de noticias ajenas al mundo de los medios dominantes, lejos de degradar el discurso público, con el tiempo acabarán por enriquecerlo.

Puede ser que ambas partes tengan razón hasta cierto punto. Medir ese equilibrio puede que tarde decenios, no años, y su efecto en la democracia de Estados Unidos sólo se conocerá cuando la metamorfosis se haya consumado.

EL RECIÉN LLEGADO

Gran parte de la inquietud provocada por el auge del periodismo ciudadano (es decir, los blogs, wikis,

YouTube) tiene que ver con la idea de que la información es menos fidedigna, porque puede no haber sido verificada de la misma forma que lo ha sido tradicionalmente por redactores jefes y directores de periódicos y cadenas de televisión. Consideremos el escándalo que acució al candidato presidencial demócrata de 2004, John Kerry, por su supuesta relación con una joven pasante.

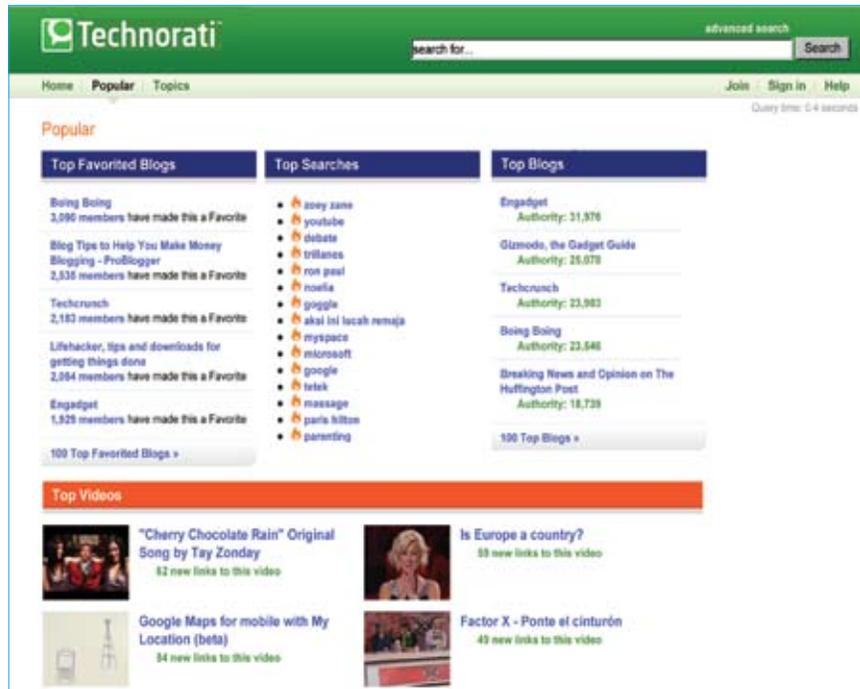
Matt Drudge, a quien la revista *New York* calificó a principios de este año como “el periodista más influyente de Estados Unidos”, informó que el senador John Kerry, durante las primarias presidenciales de 2004, podría haber mantenido una relación con una mujer mucho más joven (no identificada por Drudge) y que esta relación amenazaba con truncar sus esperanzas de derrotar a George Bush más tarde en el otoño.

No existe prueba alguna de que Drudge hubiera entrevistado a la joven o a cualquier otra persona del entorno de Kerry para confirmar el supuesto antes de publicar su reportaje en el Drudge Report, web de noticias que ocupa el sexto lugar entre las más populares de Estados Unidos, la semana que terminó el 22 de septiembre de 2004, según datos de Hitwise.

Tanto Kerry como la joven negaron la existencia de dicha relación que, finalmente, no pudo confirmarse con ninguna prueba. Las organizaciones de prensa convencionales en su mayor parte renunciaron a publicar la noticia, por considerar las pruebas “excesivamente tenues”.

Kerry, por supuesto, fue nombrado candidato por su partido, pero ¿contribuyó esta historia al escepticismo con que los estadounidenses ven a sus funcionarios electos? Como David Frum, ex redactor de los discursos de Bush que publicó un blog sobre el asunto de John Kerry en el sitio web de la revista *National Review*, dijo en la revista *New York*, la publicación en Internet puede convertir un mito en realidad en un tiempo increíblemente corto: “Yo leí [la supuesta historia] en el periódico, la oí, le dediqué algún chismorre, pero no hice nada parecido al periodismo. Hice unas bromas al respecto en Internet, del mismo modo que lo haría en la mesa durante la cena. Después me di cuenta de que Internet es como el periódico, no la cena”.

Si bien a los tradicionalistas les preocupa el periodismo sin verificación, los entusiastas de los nuevos medios de información puede que consideren su arte como algo totalmente distinto de lo que se hace en el *New York Times* o el *Wall Street Journal*, dos bastiones del periodismo convencional de Estados Unidos. Según estudios realizados por el Pew Internet & American Life Project, sólo una



El sitio web Technorati es una autoridad reconocida en tráfico de blogs y contenido generado por los usuarios en la web. Los administradores de sitios informan que están rastreando cerca de 113 millones de blogs y más de 250 millones de medios sociales marcados. Technorati ofrece 1,6 millones de nuevas presentaciones de blogs al día [www.Technorati.com].

tercera parte (34 por ciento) de los blogueros considera el blogging una forma de periodismo; cerca de dos terceras partes (65 por ciento) no lo consideran como tal. Sólo 56 por ciento afirmaron que dedican tiempo extra tratando de verificar datos que presentan en sus blogs “algunas veces” o “con frecuencia”.

También se critica a los nuevos medios de información la práctica del blogging anónimo. El mismo estudio de Pew reveló que 55 por ciento de los blogueros usan un seudónimo en sus reportajes. Se teme que exista una mayor probabilidad de que los blogueros publiquen un rumor falso porque es más difícil rastrear su origen cuando no se puede identificar al autor del blog en el que aparece.

Además, también preocupa el hecho de que esta aparente falta de responsabilidad pueda inducir a los blogueros, no sólo a ofrecer información falsa, sino también a contribuir a un tono juvenil y ofensivo en los tableros de mensajes electrónicos. De ser así, ¿podrán sólo los más acérrimos entusiastas de la política tolerar este ambiente, del que se alejarán aún más los electores?

¿QUÉ IMPORTANCIA TIENEN LOS BLOGS?

El tema de si los periodistas ciudadanos han perjudicado seriamente la política estadounidense en los últimos años ha sido objeto de intenso debate en círculos periodísticos y políticos. Pero los datos derivados de las encuestas y la economía sugieren que el alcance de los medios ciudadanos de información puede que no sea tan amplio como algunos creen.



© AP Images/Jacquelyn Martin

El humorista gráfico Matt Wuerker trabaja en un dibujo para el *Politico*, publicación de carácter político que aparece en versiones impresa y electrónica.

Consideremos en primer lugar la publicidad electrónica. Durante la campaña electoral de 2006, se gastaron aproximadamente 40 millones de dólares en anuncios en la web, frente a 29 millones en las de 2004, lo que supone un aumento del 38 por ciento. Es una cantidad considerable, pero no es más que uno por ciento del total invertido en anuncios políticos en todos los medios de información en 2006; y los blogs constituyen sólo una parte de ese uno por ciento.

En segundo lugar, si bien el porcentaje de quienes citan a Internet como su principal fuente de noticias ha aumentado al 26 por ciento, una gran mayoría del público estadounidense todavía recibe las noticias a través de la televisión. Según una encuesta realizada en julio de 2007 por Pew Research Center for the People & the Press, dos terceras partes de los estadounidenses afirman que prefieren la televisión. Los blogs y otras formas de medios ciudadanos de información no son más que un componente de las noticias electrónicas, y los sitios de este tipo de noticias que atraen más público son los que pertenecen y son regentados por las empresas de información más ricas, como CNN.com de Time Warner, Yahoo News, AOL News, y USA Today.com de Gannett. El tipo de reportaje presentado en estos sitios es eminentemente tradicional, lo que indica que la mayoría de los estadounidenses, cuando recurren a los medios electrónicos, siguen obteniendo noticias que respetan los principios tradicionales de ecuanimidad y precisión.

No obstante, otros indicios sugieren que los estadounidenses siguen indecisos a la hora de abandonar el tipo de periodismo practicado por los viejos medios de información, aun cuando estén abandonando en masa medios antiguos, como los periódicos. Una encuesta distinta de la realizada por el Pew Research Center for the People & the Press reveló que 68 por ciento prefiere recibir las noticias no teñidas por un punto de vista determinado, mientras que sólo 23 por ciento desea noticias que confirmen su punto de vista.

La tendencia hacia el periodismo de opinión no se limita al que es transmitido en línea. En la televisión por cable, algunos de los programas más populares son los de personalidades como Bill O'Reilly y Keith Olbermann, que ofrecen soluciones de un intenso matiz político a los problemas del país. En octubre de 2007, Marvin Kitman, en un artículo publicado en *Nation*, revista liberal señera de los Estados Unidos, declaraba el "estilo objetivo que presenta los hechos tal como son, usado en los programas vespertinos de noticias de todas las cadenas, es tan anticuado, tan pasado", e instaba a las cadenas a contratar su propia versión del Olbermann de tendencia izquierdista. Este cambio supondría un abandono radical del compromiso histórico de la cadena de televisión a la neutralidad, según lo expresó en una ocasión el desaparecido Richard Salant, presidente de CBS News en los años sesenta y setenta: "Nuestros reporteros no presentan noticias desde *su* punto de vista. No las presentan desde el punto de vista de *nadie*."

La cantidad de recursos invertidos en la obtención de noticias es otra cuestión que influye en el nuevo ambiente del periodismo en Estados Unidos. A causa de los considerables recortes que están experimentando los periódicos, ahora hay bastante menos periodistas para informar sobre distintos acontecimientos que hace 10 años. Datos procedentes de la American Society of Newspaper Editors (Sociedad estadounidense de directores de periódicos) indican una reducción de aproximadamente 3.000 puestos del personal de plantilla a jornada completa de los periódicos, de la cifra máxima de 56.400 en el año 2000. A muchos, esta reducción les ha hecho temer que el papel de la prensa como vigilante del gobierno y de los grandes negocios pudiera estar debilitándose rápidamente.

Parece que al menos algunos blogueros comprenden este aparente vacío y unos pocos entre ellos pudieran estar tratando de llenarlo. Como ha señalado recientemente David Glenn en la revista *Columbia Journalism Review*, el tipo de reportaje original presentado por el bloguero Joshua Micah Marshall y su equipo ha sacado a la luz importantes escándalos políticos, como el despido de fiscales federales por la Casa Blanca y un oscuro negocio de tierras en el que está implicado la senadora de Alaska Lisa Murkowski. Otros blogueros, como los del *Huffington* [www.huffingtonpost.com] y *Pajamas Media* [www.pajamasmedia.com], también están haciendo su propio tipo de reportaje original, lo que indica que puede haber más

convergencia que divergencia entre los medios antiguos y los nuevos.

CONCLUSIÓN

El debate en torno al efecto del periodismo ciudadano en la democracia puede haberse quedado estancado en un “Qué pasaría si...”, por ahora. La idea de que los blogs están perjudicando nuestra infraestructura cívica es, en general, anecdótica y teórica.

Pero el mundo de la información está cambiando indudablemente. El poder está pasando de las personas que producen las noticias (ya sea periodistas o blogueros) a las que las consumen. Los ciudadanos tienen muchas más opciones, y están fragmentados en el espectro de esas opciones. El efecto neto no es realmente la aparición de un discurso civil mejor o peor, sino distinto. La tendencia que parece perfilarse con más claridad, de momento, es que a medida que el público se fragmente, las fuentes de noticias se orientarán más en torno a temas y puntos de vista concretos. La cuestión ahora es cómo volvernos a reunir en un ágora central pública. ■

Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente el punto de vista ni la política del gobierno de Estados Unidos.

Grupo especial para la libertad mundial en Internet

La subsecretaria de Estado para Asuntos Mundiales y de Democracia Paula Dobriansky dijo en diciembre de 2006: “Una Internet que es accesible y puede utilizarse libremente puede exponer la corrupción, alentar la transparencia y promover la participación en el proceso político. También puede fomentar la educación, la salud y el desarrollo económico. Internet es, en resumen, un medio esencial de potenciación”.

Dobriansky hizo esas declaraciones en una actualización del Grupo especial para la libertad mundial en Internet, mecanismo de información del Departamento de Estado establecido por la secretaria de Estado Condoleezza Rice el anterior mes de febrero. Describió la estrategia triple del Departamento en pro de las libertades en línea mediante:

- Vigilancia de la libertad en Internet, presentación de los resultados de los Informes anuales del Departamento de Estado sobre prácticas de derechos humanos por los distintos países e información detallada sobre los medios y mecanismos por los que los gobiernos tratan de restringir la actividad en la Red.
- Respuesta a la represión de la actividad en Internet con una mayor presión a favor de la libertad en la escena mundial y en organizaciones multilaterales. El Departamento de Estado dio un paso en esta dirección en enero de 2007 al celebrar una conferencia sobre la lucha contra la censura de Internet alrededor del mundo, que contó con la participación de más de 120 representantes de corporaciones, compañías de inversión con una conciencia social, organizaciones no gubernamentales y oficinas congresionales.
- Ampliación del acceso a Internet con más apoyo financiero y técnico para mejorar la disponibilidad de tecnologías modernas internacionales de comunicación en el mundo en desarrollo.

Estados Unidos financia numerosos proyectos de asistencia destinados a promover un mayor acceso a Internet y disponibilidad de tecnologías de información y comunicación en los países en desarrollo. Desde 2004, el gobierno de EE.UU. ha invertido más de 250 millones de dólares en la construcción de infraestructura de tecnología en el mundo en desarrollo. ■

A escala local — Realmente local



Fotos de sitios web hiperlocales de distintos lugares de Estados Unidos.

La nueva tecnología de los medios de información permite al ciudadano ordinario, en barrios y pequeños pueblos, crear información en línea por debajo del radar de los medios tradicionales, como los periódicos, la radio y la televisión. Este método de información de acontecimientos locales también permite a los ciudadanos organizarse en torno a cuestiones de interés local. De esta manera, se sientan las bases de la participación popular en la política.

El desaparecido presidente de la Cámara de Representantes Tip O'Neill dijo en una ocasión: “Toda política es local”. Ahora, en Estados Unidos, los semilleros de políticos en ciernes de todas las tendencias se llaman sitios de medios de información ciudadana, sitios hiperlocales, blogs de lugares – puntos en línea donde los residentes de pequeñas comunidades cargan artículos, fotografías y vídeos sobre ellos mismos y las cuestiones que les interesan.

Una encuesta de 2007 sobre los sitios de medios de información ciudadana los calificó de “intensamente locales”, proveedores del tipo de noticias y opiniones de la ciudad y el barrio que los medios de prensa más grandes no consideran “noticias” o no tienen personal para informar sobre ellas. Los fundadores de esos sitios alientan a los vecinos, amigos y colaboradores a

proporcionar material que pudiera parecerse a noticias, como relatos de acontecimientos o cuestiones de interés local, o tal vez de carácter bastante personal, como divagaciones sobre el entorno social, críticas de servicios o negocios locales, o consejos sobre artesanías o técnicas locales de jardinería.

“Su vitalidad depende de la disposición de los ciudadanos a compartir sus ideas, observaciones y experiencias”, según la encuesta realizada por el Instituto de Periodismo Interactivo (J-Lab) de la Universidad de Maryland. “La subjetividad es la norma”.

La objetividad, es decir, no permitir que la opinión personal influya en el reportaje, ha sido un principio de ética profesional de los periodistas estadounidenses durante décadas. Pero los sitios de los medios ciudadanos deben su existencia a gente que se preocupa por sus comunidades y desea mejorarlas. Sus contribuyentes a menudo no tienen interés en ocultar sus sentimientos personales al amparo de una norma de objetividad.

Los sitios son tan distintos entre sí como las ciudades y los barrios de los que surgen. Las discusiones en línea pueden ir del anuncio de una reunión en una escuela local, a controversias locales, consejos sobre cómo planear unas vacaciones, o políticas presidenciales.

“Los medios de información ciudadana: moda pasajera o futuro de las noticias”, el estudio realizado por

el instituto también conocido como J-Lab, informa que estos sitios hiperlocales realmente empezaron a proliferar en la web en 2005, pero muchos atravesaron un largo período de tanteo, antes de que la comunidad realmente los aceptara y empezara a contribuir a ellos con una corriente continua de contenido.

En 2003, dos diseñadores de sitios web en la ciudad de Brattleboro, del estado de Vermont, fundaron ibrattleboro.com. Tras seis meses en los que produjo la mayor parte del material con su socio, el cofundador Christopher Grotke dice que el sitio consiguió la participación de un grupo de contribuyentes activos de la comunidad. “Durante años han sido los ciudadanos los responsables de la redacción y el ‘periodismo’”, declaró.

Los resultados del J-Lab indican que, en términos generales, se puede decir que los sitios tienen un público devoto, pero frecuentemente reducido, y su futuro puede no ir más allá de la energía de un grupo de fundadores

y voluntarios. La forma en que se mantienen estos sitios es tan diversa como su contenido. El J-Lab mismo ha concedido algunas micro subvenciones para ayudar a esos sitios a ponerse en pie, de conformidad con su propósito de ayudar a las organizaciones de noticias y a los ciudadanos a utilizar tecnologías innovadoras para promover el debate de cuestiones de política pública. Otros sitios de medios de información ciudadana están plenamente financiados por sus fundadores o consiguen fondos a través de anuncios locales.

“Yo creo que en los próximos años veremos cuatro o cinco sitios [hiperlocales] por ciudad y ninguno será permanente”, afirma Paul Bass, fundador de NewHavenIndependent.org, en respuesta a la encuesta del J-Lab. “Nunca seremos grandes operaciones. Creo que lo que será a largo plazo es el fenómeno” del periodismo ciudadano. ■

Charlene Porter

Cómo reorganizar el barrio

Cerca de 200 sitios de medios de información ciudadana participaron en la encuesta de J-Lab, con las siguientes respuestas sobre su eficacia para influir en sus comunidades:

- 82 por ciento ofrecen oportunidades para el diálogo
- 61 por ciento mantienen la vigilancia del gobierno local
- 39 por ciento ayudan a la comunidad a resolver problemas
- 27 por ciento aumentan la participación ciudadana en las elecciones
- 17 por ciento aumentan el número de candidatos a cargos públicos electivos

Internet (en inglés)

The Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School

<http://cyber.law.harvard.edu/home/>

CyberJournalist

Journalists working primarily online are the target audience for this news and research site.

<http://www.cyberjournalist.net/>

International Center for Journalists

News, training, and the interactive “10 Steps to Citizen Journalism Online,” including such issues as content, marketing, and safety for bloggers.

[www.ijnet.org\](http://www.ijnet.org/)

Media Alliance

A nonprofit training and resource center for media workers, community organizations, and political activists.

<http://www.media-alliance.org/>

Media Bloggers Association

This association is “dedicated to promoting, protecting and educating its members; supporting the development of ‘blogging’ and ‘citizen journalism’ as a distinct form of media; and helping to extend the power of the press, with all the rights and responsibilities that entails, to every citizen.”

<http://www.mediabloggers.org/node>

The Media Center at the American Press Institute

The site provides reports on topics such as media strategies and mobile phones, links to news stories, a blog, videos, and related resources.

<http://mediacenter.org>

MediaShift

http://www.pbs.org/mediashift/2007/04/digging_deeperhyperlocal_citiz.html

O’Reilly Digital Media: Article Archives

This collection of articles about audio, video, and photography technology trends includes a mix of highly technical pieces and beginning articles such as “What Is Podcasting” and “What Is Vlogging.” From O’Reilly Media, publishers of books on computers and technology; articles are written by O’Reilly book authors and other industry experts.

<http://digitalmedia.oreilly.com/articles.csp>

PressThink

<http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/>

ReadWriteWeb

This blog focuses on Web technology news, reviews, and analysis.

<http://www.readwriteweb.com/>

Technorati: Popular Blogs

This site tracks trends in the Webosphere.

<http://www.technorati.com/pop/blogs/>

Tecnología móvil

Living with Technology: Tomorrow’s Cell Phone Tech

http://www.cnet.com/2001-13387_1-0.html?tag=cnetfd.lwt

Smart Mobs

A blog about using mobile communication for collective action.

<http://www.smartmobs.com/>

Recursos tradicionales para periodistas

The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania

Research, lectures, and conferences about the intersection of media, communication, and public policy.

<http://www.annenbergpublicpolicycenter.org>

Media Bistro

For freelancer writers, offering jobs, training, and community.

<http://www.mediabistro.com/>

New American Media

Sponsored through a collaboration of hundreds of ethnic news organizations, this Web site features ethnic news and links to dozens of ethnic media sites such as Singtao Daily, Nichi Bei Times, La Prensa, Vietnam Daily, and Irish Herald.

<http://www.newamericamedia.org>

Pew Internet & American Life Project

This nonprofit, nongovernmental research organization studies the impact of the Internet on individuals and families and on civic and political life.

<http://www.pewinternet.org/>

Pew Research Center for the People & the Press

This independent opinion research group studies attitudes toward the press, politics, and public policy issues.

<http://people-press.org/>

Project for Excellence in Journalism

<http://www.journalism.org/>

World Association of Newspapers

<http://www.wan-press.org/>

World Editors Forum

<http://www.wan-press.org/weflarticles.php?id=2>

Organizaciones internacionales y la libertad en Internet

Amnesty International: Freedom of Expression Campaign

<http://irrepressible.info/>

Association for Progressive Communications: Internet Rights Charter

<http://rights.apc.org/charter.shtml>

Electronic Freedom Foundation

<http://www.eff.org/issues/international>

Human Rights Watch: Press Freedom Issues

http://hrw.org/doc/?t=press_freedom

OpenNet Initiative (ONI)

ONI is dedicated to identifying and documenting Internet filtering and surveillance and to stimulating public dialogue about such practices.

<http://opennet.net/>

El Departamento de Estado no asume responsabilidad alguna por el contenido y la disponibilidad de los recursos mencionados. Todos los enlaces de Internet estaban vigentes en diciembre de 2007.



Lo nuevo en 2008
America.gov
Contamos la historia de Estados Unidos

eJournalUSA tiene nueva sede
<http://www.america.gov>



**UN
BOLETÍN
MENSUAL
PUBLICADO
EN VARIOS
IDIOMAS**

