**Inclusión de contenidos propios de los usuarios en las ediciones digitales de periódicos colombianos**

**Por:**Claudia Patricia Sánchez Aguiar

**Email:**[claudiap.sanchez@upb.edu.co](mailto:claudiap.sanchez@upb.edu.co)

**Formación de posgrado en curso:** Maestría en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia.

**Tema de la tesis en preparación:** Ciberperiodismo ciudadano en los tres principales periódicos colombianos. El contenido generado por los usuarios (CGU) desde sus tipos; su ubicación en los sitios web de los diarios; los criterios para la publicación que aplican *El Tiempo, El Colombiano* y *El País*, y sus derechos de autor.

Se estudia la cabida del CGU, más allá de las alternativas de comentar noticias, compartirlas en redes sociales o dar un clic en el botón “me gusta” de los materiales producidos por los medios en la Red.

De igual manera, da a conocer las motivaciones (políticas, comerciales, económicas…) de las directivas y periodistas para abrir o cerrar los espacios de participación a las audiencias, pues en definitiva son ellos quienes ejercen el control sobre qué se publica en sus sitios web.

**Director de la tesis:** Beatriz Elena Marín Ochoa, PhD.

**Denominación del programa en cuyo marco se inscribe la tesis y coordinadora académica del mismo:** Maestría en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia; coordinadora académica: Mg. Adriana María Vega Velásquez.

**Resumen**

Los usuarios de medios digitales, los contenidos con los que ellosparticipan en el medio, asícomo su particular forma de ejercer el periodismo ciudadano, son los tres pilaresde este ejercicio de estado del arte quereflexionasobre definiciones y planteamientos de académicos del medio periodístico desde perspectivas a favor y en contra de su intervención en la Web. Mientras que unos creen que el periodismo ciudadano facilita la participación de usuarios y comunidades en los medios digitales,otrosconsideran que esta posibilidad de participación no puede considerarse periodismo profesional.

**Palabras clave:**Periodismo ciudadano, interactividad, contenidos generados por el usuario, ciberperiodismo, usuarios, prosumidores.

**Una mirada panorámica**

El empleo de Internet en los medios de comunicación tuvo entre sus efectos la evolución de sus audiencias, que pasaron de ser pasivas a ser activas; puesno solo deciden qué leer, en qué orden y cómo navegar en las páginas web de las empresas informativas, sino que pueden ponerse en contacto con los medios en línea, ya sea para enviar comentarios, hacer denuncias de situaciones que surgen en sus contextos cercanos, aportar testimonios sobre investigaciones que los reporteros realizan o compartir material de su autoría, con el fin de que el medio los publique.

Esa participación de los usuarios es abordada por diversos autores, desde aspectos como la existencia de los blogs, la relación entre periodistas profesionales y periodistas ciudadanos, y los usuarios y sus motivaciones para participar en los medios *online.*

En ese contexto, Martínez Mahugo (2006, s.p.) plantea que el ciberespacio favoreció el crecimiento del periodismo participativo al ofrecer estas opciones:

[…] la publicación de blogs, permitiendo comentarios de los lectores, usando la *blogosfera* como fuente de información y solicitando la participación de los lectores en la creación de la noticia o con la aportación de pruebas documentales cuando estos sean testigos de un acontecimiento noticioso.

En cuanto a los blogs, Rojano (2009, s.p.) afirma que estos espacios cumplen un rol activo en el espectro de los contenidos digitales, al suplir vacíos informativos de los medios tradicionales, ejercer en ocasiones como críticos de estos últimos, proponer temas de discusión o invitar a movilizaciones.

Y dada su relevancia, los blogs ligados a los medios tradicionales no pueden estar al garete: las empresas de medios deben conseguir participaciones de calidad, con la orientación a los usuarios sobre lo que publicarán, como agrega Rojano (2009, s.p.).

Como parte de ese acompañamiento, además del correspondiente al manejo elemental de los formatos y lenguajes utilizados por cada medio, se encuentra lo referente a los derechos de autor sobre los contenidos generados por el usuario. Acerca de ello García de Torres et al. (2012, p. 49) aclaran que “a menos que en origen […] la obra se haya cedido gratuitamente, hay una obligación jurídica de retribuir a los autores en cuanto que colaboradores”.

Pero no solo Internet con sus características propició la participación del público con su material en los medios digitales: el desarrollo de la telefonía celular facilitó el envío de contribuciones de manera inmediata y simultánea desde el lugar de los hechos, solo con un dispositivo conectado a la Red y el uso de las aplicaciones desarrolladas para ello. En consonancia con su facilidad de desplazamiento y con la posibilidad de hacer presencia en cualquier sitio, a estos informadores que cubren la realidad sin tener oficinas, con apoyo de sus *smartphones* y sus ordenadores personales, se les conoce como MoJos (Mobile Journalists, por su denominación en inglés).

Es pertinente, entonces, asumir una postura neutral, en la que ni se satanice ni se sobrevalore el nuevo rol de los ciudadanos ante los cibermedios, ya que el ámbito digital es dinámico y el surgimiento de dispositivos y espacios comunicacionales cada vez más cercanos a la cotidianidad del público es un telón de fondo que cabe analizar y considerar con mente abierta.

Las oportunidades de participación para las audiencias están a la orden del día, sería ir contra la corriente pretender que se trata de un fenómeno pasajero y que los contenidos de los medios en la Red pueden orientarse con la verticalidad que otrora se imponía en las agendas informativas, generadas de manera unidireccional desde las salas de redacción, con los dictámenes de editores y periodistas.

**Periodistas profesionales- periodistas ciudadanos**

La incursión de los ciudadanos en los medios de comunicación, con el rol de periodistas, genera opiniones distintas de parte de teóricos y profesionales, quienes se expresan a favor y en contra de la misma.

Espiritusanto (2011, p. 6) sostiene que los orígenes de este movimiento están ligados a “la tecnología adecuada en manos de los ciudadanos, la crisis de los medios tradicionales y una creciente falta de confianza y pérdida de credibilidad en los grandes medios de comunicación […]”

Una mirada en profundidad a esa relación entre periodistas profesionales y periodistas ciudadanos la brindan Lewis, Kaufhold & Lasorsa (2010, p. 169-173), al investigar los retos filosóficos y prácticos que traen a los periódicos los contenidos generados por los usuarios. En entrevistas a 29 editores de diarios texanos, encontraron que varios de ellos rechazaban el periodismo ciudadano por considerarlo incompatible con la producción de las noticias; otros, porque abrumaría su labor y afectaría sus sobrecargadas tareas periodísticas; mientras que algunos lo aprobaban, al verlo como una buena opción para conectar con su público y otros, al asumirlo como una alternativa para que sus medios accedan a noticias que de otra manera no conseguirían, por razones presupuestales.

De otro lado, Egerique Mosquera (2009, p. 62) asevera que “el ciberperiodismo tiene como consecuencia inmediata el mal llamado ‘periodismo ciudadano’, término mal empleado, ya que si el periodismo es una disciplina profesional, no puede ser ciudadano […] debería denominarse ‘foro ciudadano’, ‘apuntes de la ciudadanía’, ‘aportaciones ciudadanas’ […]”.

En ese sentido, Sorrentino (2013, p. 23) afirma que la participación de los ciudadanos con sus opiniones en los cibermedios no los hace periodistas profesionales “[…] si entendemos el periodismo como el proceso, todavía institucionalizado, de selección, jerarquización y presentación de la información sobre la base de una convicción compartida relacionada con la definición de aquello que resulta relevante hacer público”.

En la misma línea, Fernández Chapou (2013) llama la atención sobre algunos riesgos que puede presentar el periodismo ciudadano,

[…] tales como caer en falta de precisión y rigor, así como en desvirtuar la intención y ceder a intentos de manipulación […] está por probarse el ‘criterio social’ como filtro de calidad periodística. La credibilidad mediática está migrando hacia la credibilidad personal y el ‘superusuario’ es ya un elemento más en el proceso de producción de información, pero aún falta que el modelo se consolide, principalmente en países donde la brecha digital aún es grande, así como el nivel de alfabetización tecnológica, bajo. (p. 51)

Entre tanto, Jay Rosen, en entrevista consignada por Gonzalo (2010, s.p.), afirma que no comprende las críticas que se hacen al periodismo que ejercen los usuarios:

Lo que pasa a veces con los periodistas es que cuando oyen hablar del periodismo o los medios ciudadanos, creen que el ciudadano va a ser un gran periodista, pero la gente usa las herramientas para las cosas que tienen significado en sus vidas. A veces ejercen como periodistas, pero de forma puntual.

En ese contexto, Franco & Pellicer (2012, s.p.) indican que a los profesionales de la comunicación les corresponde ser curadores de los contenidos que reciben de los ciudadanos. Se trata, entonces, de filtrar y contrastar para generar otro punto de vista.

Aportan, además, algunos fundamentos para orientar el trabajo de los periodistas *amateurs*: inteligencia colectiva; compartir información; calidad: “La participación debe ser un seguro para la mayor contrastación de la información y la mejora de los contenidos. No puede ser una coartada para eludir la responsabilidad ante posibles errores” y rechazar la precarización laboral: “El adelgazamiento de las redacciones no es una excusa para lanzarnos hacia el periodismo participativo […] Sin periodistas no hay participación con coherencia”.

Fondevila Gascón (2013, p. 33) al estudiar el periodismo ciudadano como parte del contexto de la Sociedad de la Banda Ancha, señala que esta relación entre el ciudadano y el medio de comunicación le resta autoritarismo y le aporta participación al ambiente comunicativo.

Así mismo, Kawamoto (2013, p. 4-5), quien investiga sobre la mejoría que puede alcanzar el periodismo ciudadano cuando se le brinda educación profesional, sostiene que uno de los retos de este se relaciona con que aún no cuenta con códigos de ética como los de los reporteros y fotógrafos profesionales, los cuales refuerzan la credibilidad y la integridad. Cursos, seminarios y talleres dictados por periodistas se convierten en oportunidades para que la comunidad mejore la calidad de los productos del periodismo ciudadano.

Plantea también que los reporteros *amateurs* cumplen una función esencial para las democracias, pues los gobiernos tienden a actuar de manera más juiciosa cuando son observados por la ciudadanía.

Entre tanto, el escritor, periodista y experto en periodismo ciudadano Óscar Espiritusanto, en entrevista con Pellicer (2013, s.p.), sugiere que entre profesionales y *amateurs* pueden apoyarse, ya que “[…] los periodistas ciudadanos crean piezas informativas en situaciones muy complicadas, en las que, en muchas ocasiones, no hay profesionales que puedan informar de lo que sucede, de ahí el valor de estos periodistas ciudadanos […]”.

Ahora bien, luego de observar los contenidos generados por los usuarios en una muestra de las ediciones digitales de *El Tiempo*de Bogotá*, El Colombiano*de Medellín y *El País*de Cali, entre el 17 y el 30 de agosto de 2015, puede afirmarse que los tres principales periódicos colombianos son aún cautelosos en cuanto a la cabida que le conceden a la producción de los usuarios, ya que priman materiales como los blogs escritos por ciudadanos vinculados con alguna entidad pública o privada, con niveles de postgrado, pregrado o varios semestres de pregrado (aunque no prevalecen los periodistas formados en la academia), y no se aprecia un trabajo colaborativo planeado y organizado entre *amateurs* y reporteros profesionales; es decir, que eventuales CGU, como fotografías desde el lugar de los hechos, son hallazgos aislados y originados en redes sociales como Twitter, en las que se etiqueta a los medios y estos, como salida apresurada ante la dificultad de un desplazamiento a los sitios, utilizan tales productos.

De esta manera, se infiere que en los medios del estudio los periodistas ciudadanos no están posicionados todavía como grandes colaboradores de los comunicadores profesionalesy susinteracciones se circunscriben a las mencionadas prácticas de conceder “likes”, comentar artículos de autoría de los redactores de las empresas periodísticas o compartir los contenidos de los cibermedios en sus propias redes sociales o por correo electrónico.

**Los usuarios y sus motivaciones**

La intervención de los usuarios se presenta en diferentes niveles en los medios digitales: desde el “me gusta” en las redes sociales, los comentarios a los trabajos profesionales, los ciudadanos que aportan su propio material y se convierten en corresponsales en sus barrios, hasta los que buscan una remuneración por sus contenidos (aquellos que se encuentran en sitios donde el medio de comunicación no tiene ubicado un periodista).

Esas participaciones están guiadas por motivaciones de los usuarios para las mismas y se encuentran ligadas a ciertas funciones que ellos ejecutan en el engranaje de un medio de comunicación en la Red.

Acerca de los motivos que impulsan a los ciudadanos del común a participar en cibermedios, Bowman & Willis (2003, p. 40-43) elaboraron un listado que incluye los siguientes: mejorar su estatus en la comunidad, darle sentido a su realidad, conectarse con personas que comparten sus intereses (en línea y fuera de ella), informar y ser informado, generar entretenimiento y ser entretenido, y crear.

En cuanto a las funciones que pueden cumplir los usuarios en un diario digital, Trias de Bes Agel (2008-2009, p. 33-34) menciona, entre otras: el comentario, la reportería de base (narraciones de los sucesos de primera mano), la reportería de anotaciones (con datos nuevos para complementar los que se conocen) y la emisión de video o audio.

Entre tanto, Meso Ayerdi (2013, p. 67) puntualiza que ese contenido generado por los individuos en el rol de reporteros casuales puede perder credibilidad. “[…] no porque no existan elementos válidos entre esos materiales […] porque es necesario aplicar el filtro de la solvencia: quién lo envía, qué intereses le mueven a enviarlo […] cómo distinguir una imagen ‘real’ de una manipulada […]”.

**Conclusiones**

- La inclusión de contenidos generados por los usuarios en las versiones digitales de los tres principales periódicos de Colombia apenas muestra sus primeros pasos, pues los cibermedios que dan cabida a materiales que no son elaborados por los periodistas de su planta lo hacen con cautela y aún no se observan CGU que requieran reportería, cubrimiento noticioso, selección y consulta de fuentes, ni productos realizados por la alianza *amateurs*- profesionales.

- En los contenidos generados por los usuarios en las ediciones digitales de *El Tiempo* de Bogotá, *El Colombiano* de Medellín y *El País* de Cali predominan materiales como blogs, muchos de los cuales tienen periodicidad semanal y diaria, con temas ligados a la actualidad informativa (política, deportes, economía) y otros relacionados con el entretenimiento, el tarot, tecnología, extraterrestres, nutrición, ciencia y marketing político, entre otros; cartas con críticas a la movilidad, la salud o la justicia, y reflexiones sobre la cocina colombiana, la inversión de la empresa privada en la ciencia en este país o el agro colombiano; y fotos con orientación positiva,sin motivación espontánea (en específico en *El País*), en las que se invita a los lectores a publicar sus imágenes con la frase de campaña “De Cali se habla bien”.

- Los CGU son en esencia textos, sin vínculos con materiales en otras páginas o medios. Así mismo, se encuentran fotografías, como las mencionadas de *El País*, con paisajes, rostros y hasta anuncios de productos de los usuarios; también se observaron otras imágenes que publica *El Colombiano*, las cuales ilustran hechos como un accidente en carretera, la obra en una vía de Medellín que no tuvo una planeación acertada y un ternero que estaba atrapado en el río Medellín, el cual fue rescatado.

En *El Tiempo* se ven algunas fotografías que apoyan los temas desarrollados en algunos blogs, como uno referido al festival de Rock al Parque, otro sobre ovnis y uno más que sostiene que las mejores cosas de la vida son gratis e incluye varias fotos de paisajes bogotanos.

El periódico capitalino, de otro lado, convoca a sus lectores cada semana a participar en “El reto Instagram de *El Tiempo*”, en el cual se buscan imágenes sobre un tema, que puede ser el oro, la lluvia o la música, por citar algunos. Las mejores fotos, a criterio de la redacción, son publicadas en el sitio web del medio, en el espacio de Galerías.

Cabe anotar que en el periodo de la observación que se adelantó para el trabajo de grado, solo se vieron las imágenes del citado reto entre el 28 y el 30 de agosto de 2015, con la etiqueta #OroET.

En cuanto a la utilización de formatos audiovisuales, estos son poco frecuentes y se hallaron en algunos blogs de *El Tiempo*, en los que hay podcasts (con motivo de la muerte de Daniel Rabinovich, integrante del grupo Les Luthiers y otro sobre las claves de la fortaleza mental del emprendedor, por ejemplo) y videos (en un blog que se refiere a la separación de los integrantes de Pink Floyd, en otro sobre ovnis y en uno acerca de los mejores goles de los colombianos en Europa).

Así mismo, en *El País*, en su espacio llamado “Multimedia”, se incluyeron dos audios y un video enviados por una ciudadana originaria del municipio de Buga, quien se encontraba en la frontera entre Colombia y Venezuela, y registra en esos contenidos el drama de la crisis humanitaria y diplomática entre los países vecinos.

- De los tres medios digitales estudiados, solo *El Colombiano* cuenta con un espacio llamado “Periodismo ciudadano”, incluido en la sección “Antioquia”, la cual se relaciona con la información originada en el departamento del cual es capital la ciudad de Medellín. No obstante, durante las semanas elegidas para la recolección de ejemplos, solo el 19 de agosto de 2015 se renovó el contenido de “Periodismo ciudadano”, que desde mayo del mismo año no era actualizado. El material publicado hace alusión a obras públicas de Medellín que no fueron bien ubicadas o no prestan el servicio para el que fueron construidas; la nota se titula “Las insólitas obras de ingeniería en Medellín”, está firmada por un redactor del periódico y la contribución de la ciudadanía está dada por la fotografía de un lector que ilustra el hecho, la cual fue publicada en Twitter.

Así las cosas, el espacio ostenta un nombre que no se traduce por completo en sus contenidos y genera falsas expectativas antes de acceder al mismo. Puede inferirse que no se concede un alto estatus al periodismo ciudadano, tanto es así que el 1 de octubre de 2015, al dar un vistazo a la sección mencionada, se encontró como información más nueva la misma de las obras de ingeniería referidas en el párrafo anterior.

- Acerca de la autoría de las publicaciones de los usuarios, se imponen los contenidos con un responsable que firma; no se encontraron materiales anónimos, ni siquiera en las cartas que los lectores de *El Tiempo* envían al portal con sus opiniones sobre sus contextos inmediatos o acerca de la realidad nacional, o en las fotografías que los lectores de *El País* comparten en “De Cali se habla bien” (en este último caso, las imágenes aparecen con firmas de perfiles de Twitter o Instagram, los cuales no identifican por completo a los autores, pero vinculan los materiales a un responsable que los publicó).

- Aunque en conversación telefónica el 21 de julio de 2015, Yesid Lancheros, editor de Eltiempo.com, afirmó que su periódico consideraba la posibilidad de activar un botón en el sitio web para que los lectores enviaran videos a un correo electrónico, el cual revisaría y filtraría un periodista profesional, el 1 de octubre del mismo año esta iniciativa no se ve en la edición digital de *El Tiempo*. De esta manera, esa opción para dar cabida a los CGU sigue en la etapa de los planes, con lo que se reafirma que el periodismo ciudadano en los tres principales periódicos colombianos tiene mucho por crecer y por ofrecer en lo que viene a futuro para los cibermedios.

**Referencias**

Bowman, S. & Willis, C. (2003). Nosotros, el medio. Recuperado de <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf>

Egerique Mosquera, T. (2009). El ciudadano como informador y sus consecuencias en la era del ciberperiodismo. *Redmarka*, 2, 55-72. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4128409>

Espiritusanto, O. (2011). Orígenes. En O. Espiritusanto y P. Gonzalo Rodríguez, Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-12-15-libro-periodismo-ciudadano.pdf>

Fernández Chapou, M. (2013). Nuevo periodismo en el siglo XXI: hacia un modelo de análisis de tendencias emergentes. Virtualis, 4(7), 41-63. Recuperado de <http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/article/view/69/56>

Fondevila Gascón, J.F. (2013). Periodismo ciudadano y cloud journalism: un flujo necesario en la Sociedad de la Banda Ancha. *Comunicación y Hombre,* (9),25-41. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4546153>

Franco, M. & Pellicer, M. (2012, 19 de diciembre). Periodismo Participativo o la construcción del #Cooperiodismo. [Publicación de blog]. Recuperado de <http://martafranco.es/periodismo-participativo-o-la-contruccion-del-cooperiodismo/>

García de Torres, E. et al. (2012). Cartografía del periodismo participativo: Estudio de las herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela. (Primera edición). Valencia: Tirant Humanidades.

Gonzalo, P. (2010, 25 de mayo). Jay Rosen: Medios y periodismo ciudadano. [Publicación de blog]. Recuperado de <http://www.periodismociudadano.com/2010/05/25/jay-rosen-medios-y-periodismo-ciudadano/>

Kawamoto, K. (2013). Enhancing citizen journalism with profesional journalism education. *Media Development*, (1), 2-6. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=808d5acf-37a8-427e-ab1e-8e72c5e013c1%40sessionmgr111&vid=1&hid=126>

Lewis, S.C., Kaufhold, K. & Lasorsa, D.L. (2010). Thinking about citizen journalism. The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179. DOI: 10.1080/14616700903156919

Martínez Mahugo, S. (2006). Influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4179909>

Meso Ayerdi, K. (2013). Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios. *Cuadernos.Info*, (33), 63-73. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4659351>

Pellicer, M. (2013, 18 de noviembre). Oscar Espiritusanto: “Los nuevos periodistas debemos ser más humildes y dialogantes”. [Publicación de blog]. Recuperado de <http://www.miquelpellicer.com/2013/11/oscar-espiritusanto-los-nuevos-periodistas-debemos-ser-mas-humildes-y-dialogantes/>

Rojano, M. (2009). La blogosfera y las empresas informativas de prensa. Ponencia presentada en el Segundo Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación. Recuperado de <http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/rojano_m.pdf>

Sorrentino, C. (2013). El equívoco del periodismo ciudadano. Cómo las nuevas formas de consumo de la información están redefiniendo el periodismo. *adComunica*, 0(6), 21-37. doi:10.6035/134.

Trias de Bes Agel, E. (2008-2009). *Más allá de los blogs personales: el periodismo participativo en la prensa electrónica.* (Trabajo de grado de licenciatura). Recuperado de <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/13803/TFC-TRIAS+DE+BES-2009.pdf;jsessionid=E05A85D2633DC775D2C49662A23A1B24.recercat1?sequence=1>