

Las nuevas tecnologías y su uso en el desarrollo del nuevo periodismo ciudadano

Juan Díaz Bohórquez ✨

Resumen

Durante años, las principales herramientas con las cuales contaba un periodista eran la cámara fotográfica, la cámara de video y la máquina de escribir. Ahora, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido el surgimiento de un nuevo periodismo, ejercido por el profesional y por el ciudadano común, que hacen uso de dispositivos electrónicos, así como de Internet, para dar a conocer un suceso entre otras posibilidades. Muchos lo consideran como un simple registro de acontecimientos; otros, como una nueva oportunidad de labor periodística. ¿Cuáles son esos medios? ¿Qué posibilidades ofrecen?

Palabras clave: Periodismo; nuevos medios; Internet; comunicación; ciudadanía.

Abstract

For years the main tools for a journalist was her/his camera, video and typing machine. However, the development of new technologies has allowed the emergence of a new journalism, exercised by professionals and citizens that make use of these technologies to inform about a series of news events. Many consider this as a simple registration of the events, while others as a new opportunity for journalism. What are these new media outlets? What possibilities do they offer?

Keywords: Journalism; new media; Internet; communication; citizenship.

Résumé

L'appareil photos, la caméscope et la machine à écrire furent pendant longtemps les principaux outils de travail des journalistes. Aujourd'hui, l'essor des technologies a permis l'émergence de nouvelles pratiques du journalisme maintenant exercé à la fois par des professionnels et par l'homme de la rue ; l'utilisation des nouveaux dispositifs technologiques leur permettent entre autres, de diffuser les événements. Beaucoup ne voient là qu'un simple enregistrement des événements, d'autres au contraire soutiennent que l'on assiste à un nouveau pour le journalisme. Quels en sont les moyens? Qu'offrent-ils de nouveau?

Mots clé: Journalisme; Nouveaux médias; Internet; Communication;

Recibido: 25/02/2009

Aprobado: 29/06/2009

Durante años las principales herramientas, además de las letras, con las que contaba un periodista para dar a conocer todos los sucesos que acontecían, eran la cámara fotográfica, la cámara de video y la máquina de escribir. Por otro lado, el periodismo, una de las profesiones más riesgosas en muchos países, ha sido fuertemente marcado por el empirismo, por lo que no es extraño encontrar economistas, abogados, arquitectos, entre otras reconocidas profesiones, haciendo periodismo junto con aquellos que se han formado en las universidades en esta noble profesión. Ahora, el desarrollo de las nuevas tecnologías han permitido, de la mano de grandes e impactantes acontecimientos, el surgimiento de un nuevo periodismo, "de calle", ejercido por el profesional así como por el ciudadano del común que hacen uso de los dispositivos electrónicos, pero también de las posibilidades que ofrece la Internet para, además de dar a conocer un evento de interés común, hacer veeduría ciudadana o denunciar anomalías cometidas principalmente por aquellos que representan al Estado. Muchos consideran esa forma como simple registro de acontecimientos; otros, como una nueva oportunidad de comunicación y labor periodística. ¿Cuáles son esos medios? ¿Qué posibilidades ofrecen? ¿De qué forman han afectado la manera de hacer periodismo?

Un poco de historia

El ejercicio del periodismo es muy antiguo. En principio era una vieja tradición oral de los pueblos que habitaban el planeta. Le siguieron los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos y papel, usados principalmente por los egipcios, los persas y los griegos, quienes de esta forma resaltaban y destacaban lo que sucedía a su alrededor dejando así constancia física y material de los acontecimientos de su tiempo.

Sin embargo, la historia del periodismo habla que éste nació en Roma en donde se realizaban comentarios, actas y edictos en donde aparecían noticias sobre la sociedad, sucesos y comentarios. Según eso, el primer periódico se llamó *Acta Diurna* que fue colocado en el foro romano por el emperador Julio César.

En la Edad Media el ejercicio del periodismo decayó, aunque algunos reyes escribieron crónicas en donde relataban sus logros como una forma de alcanzar la inmortalidad. Los juglares, artistas de la Europa medieval, que además de cantar o tocar instrumentos, contaban historias o leyendas, iban de pueblo en pueblo narrando las hazañas de grandes guerreros, así como los acontecimientos diversos de varias regiones. Como podemos ver, a pesar de la existencia del papel y el desarrollo que iba tomando la imprenta, la tradición oral, tan común en las comunidades indígenas como una manera de preservar sus tradiciones y creencias, continuaba marcando la forma como se comunicaba y transmitía información (una prueba fehaciente del poder de la cultura oral es el vallenato, tradicional estilo musical de la costa norte colombiana. Los historiadores afirman que nació de la necesidad de los habitantes de la costa para entregar un recado, una mala noticia o confesar sus amores. Lo curioso es que lo hacían, y lo siguen haciendo, cantando y acompañados de un acordeón).

Los desarrollos de la época, como la imprenta, permitieron el nacimiento de pequeños documentos en donde se consignaba lo que sucedía, pero que desaparecieron rápidamente por no contar con mucha popularidad. Sin embargo, y gracias a la enorme cantidad de sucesos que lo marcaron, el Renacimiento fue testigo de la aparición de un buen número de hojas que narraban lo que sucedía. Es el caso de las gazzetas inicialmente dedicadas a temas comerciales, pero que tuvieron gran acogida y réplica en toda Europa.

De esta forma, y aprovechando el surgimiento de muchos espacios de divulgación y el auge de información, intelectuales de diversos orígenes aprovecharon esta coyuntura para publicar toda clase de escritos que con el tiempo se fueron transformando en semanarios, revistas, diarios, siendo Inglaterra el pionero en desarrollar un periodismo de interés popular en donde los temas sociales y políticos marcaban la línea editorial. Cabe recordar que los siglos XVII y XVIII fueron de gran dinámica y tensión en Europa y las Américas y es por ese motivo que proliferan escritos especialmente de facciones políticas ya que descubrieron la influencia que las gacetas, por ejemplo, tenían sobre el público.

Nuevos desarrollos como el telégrafo, la radio, la televisión, y en los últimos 20 años, de la computadora, permitieron al periodismo crear un estilo redaccional con sus reglas y normas, así como fortalecer el cubrimiento, el análisis, la opinión y el surgimiento de empresas dedicadas a recolectar información que luego es vendida a los diarios y las estaciones de radio: las agencias de prensa, creadas a finales del siglo XIX.

Aquí debemos tener en cuenta que el desarrollo del periodismo ha estado muy ligado al desarrollo de la comunicación y sus medios. La comunicación se originó en la expresión humana (como el arte, la pintura, la danza, entre otras) se perfeccionó con la invención de la imprenta (periódicos y revistas) y se revolucionó con la invención de la electricidad (TV, radio) (Fiedler, 1998). Hoy día debemos hablar de nuevos medios y nuevas plataformas. De acuerdo con Llano (2009), términos como la convergencia, la sinergia, la fusión, la interacción y la interrelación de medios son muy comunes ya que ofrecen las posibilidades para que los medios, y por ende la comunicación, se desarrolle, se complemente y se diversifique en aspectos tales como la tecnología, la producción y la distribución, la industria y el mercado y por supuesto los lenguajes y los contenidos (multimedios). Incluso los usuarios (receptores) son convergentes ya que reciben múltiples mensajes y deben saber utilizar las múltiples plataformas (Tv, radio, internet, IP, Bajo demanda, etc.) que le ofrecen.

Por la misma vía se orienta el manejo de los contenidos. Yepes (2009) considera que la generación de nuevos contenidos, pensando

en los usuarios, es un negocio en expansión ya que las audiencias aumentan y se segmentan, pero también elementos como la publicidad y las marcas se convierten en medios interactivos. De esto no escapa el periodismo, que también se ha transformado y adaptado a esos nuevos espacios mediáticos, lo que le ha permitido, entre otras cosas, abarcar espacios que antes le eran lejanos.

En la actualidad, es tan fuerte la influencia del periodismo en nuestra cotidianidad, gracias a que ha logrado trascender en diferentes espacios de nuestra vida personal y social, que muchos lo consideran el cuarto poder. Claro, hace parte de la influencia que los medios de comunicación tienen sobre la población, influencia que viene desde sus orígenes cuando los viejos periódicos generaron el poder de masas en las élites mediante el uso de la razón (cultura de élites) y del pueblo por medio de las emociones (cultura de masas), logrando que se convirtieran en los referentes capaces de clarificar, orientar y alimentar espiritualmente a sus lectores (Álvarez, 1992). Pero esa influencia en la práctica es muy difícil de cuantificar y calcular. En este caso, la información periodística es un elemento muy importante ya que condiciona la organización de la vida cotidiana. Las noticias configuran la realidad, determinan qué es importante y a su vez dan opinión sobre temas de gran relevancia e interés común. Por ese motivo es que han pasado a ser un eje sustancial en la vida diaria, política, económica y social de la humanidad. Gracias a los avances tecnológicos y al uso que hacen de ellos el periodismo es que nos enteramos de situaciones o decisiones que acontecen muy lejos pero que de una u otra forma nos afectan.

Por otro lado, los medios de comunicación y el periodismo han creado líderes de opinión a quienes tomamos como referentes de información y pensamiento, a quienes damos o negamos nuestra confianza ya sea porque piensan igual que nosotros o porque nos contradicen.

Pero ese poder ha traído sus problemas, el ejercicio del periodismo se ha convertido en una profesión muy peligrosa. De acuerdo con Arias (2009) la seguridad de los periodistas en América Latina y el mundo se ve cada vez más amenazada por aquellos que buscan callar la verdad por medio de la intimidación y las balas, deseando acabar con todo aquel que denuncia la corrupción o el narcotráfico. Así mismo la censura es uno de los principales problemas que enfrenta el periodismo,

que ha hecho uso de los nuevos medios para escapar de la mordaza, principalmente impuesta por los Estados. A través de sus espacios en internet y, luchando contra el estrecho control de la censura, muchos han podido expresar lo que es imposible siquiera mencionar en otros medios. Pero de este tema, de la Internet, hablaremos más adelante.

Y es que las cifras son escalofriantes. Las estadísticas de la Asociación Reporteros sin Fronteras (2008) para el 2008 son relevantes: en el mundo 60 periodistas fueron asesinados, 673 detenidos, 929 agredidos o amenazados, 353 medios de comunicación censurados y 29 periodistas secuestrados.

Los riesgos son inmensos, así como los desafíos que enfrenta el periodismo en un mundo convulsionado, cambiante e indescifrable, pero a la vez lleno de nuevas oportunidades de comunicación y de labor periodística para todos.

El desarrollo de nuevos medios

Un primer paso para comenzar a entender la relación entre las nuevas tecnologías y el nuevo periodismo es definir que son las TIC: tecnologías de la información y la comunicación, instrumentos y procesos mediante los cuales se genera, produce, manipula y se intercambia información por medios electrónicos. Ejemplo de esto son los equipos de informática, material de telecomunicaciones, computadores personales, scanner's, cámaras digitales, asistentes personales digitales, teléfonos, facsimiles, modem's, tocadiscos, grabadoras de CD y DVD, radio y televisión, además de programas como bases de datos y aplicaciones multimedia. Además, son consideradas las herramientas necesarias para reducir la brecha digital sobre la cual se construirá una sociedad de la información y el conocimiento.

Otros, como la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) habla de las TIC como las tecnologías de la información que utilizan las computadoras; las tecnologías de la telecomunicación como el teléfono, el fax y las transmisiones por radio y televisión, así como las tecnologías de red: Internet, los teléfonos móviles, la telefonía de voz sobre un proveedor de Internet, las comunicaciones por satélite, entre otros. Es decir, cuando hacemos una llamada, enviamos un fax,

compramos por Internet o chateamos, estamos haciendo uso de las TIC.

Hay que tener en cuenta que las TIC también pueden ser tradicionales como la radio y la TV; lo que cambia son aquellas aplicaciones y mejoras que permiten que esos medios hagan uso de nuevas tecnologías.

Las TIC han traído muchos beneficios. Éstos dependen de su uso y aplicación ya que la dinámica social actual no se encuentra centrada en los recursos naturales y las materias primas sino en el flujo electrónico de información. Bajo esa premisa podríamos decir que los beneficios que han traído las TIC, entre otros, son:

- Facilitan las comunicaciones ya que se han eliminado las barreras de tiempo y espacio, lo que alguna vez Marshall McLuhan predijo con su famosa teoría de la "Aldea Global".
- Las nuevas tecnologías han transformado la producción, distribución y recepción de información. En consecuencia, los paradigmas comunicativos se alteran, se renuevan, generando así nuevas dinámicas sociales de interrelación y construcción de tejido social.

Favorecen la cooperación y colaboración entre distintas entidades puesto que los flujos de información son inmediatos.

- Aumentan la producción de bienes y servicios ya que los procesos se optimizan.
- Han elevado la calidad de vida de los individuos quienes tienen acceso a una cantidad enorme de información y conocimiento sin restricciones.
- Provocan el surgimiento de nuevas profesiones y mercados relacionados con la producción y desarrollo de TIC's o de oficios y/o bienes y servicios que hacen uso de éstas.
- Disminuyen los impactos nocivos sobre el ambiente ya que la información es electrónica y no física, claro que muchos aseguran que ya no se talan tantos árboles para producir papel pero el consumo de energía es enorme a nivel mundial ocasionando entre otras cosas el calentamiento global.

Sin embargo, existen voces que hablan de los riesgos de las nuevas tecnologías y el hombre. Wolton (2000) señala que no necesariamente

todo eso permite el acercamiento entre los individuos o colectivos, sino todo lo contrario, al descubrimiento y manejo de las diferencias por lo que se hace necesario garantizar las distancias para soportar las diferencias y lograr la coexistencia.

Por otro lado, esas tecnologías aplicadas a los medios tradicionales como la radio o la televisión o la creación y utilización de nuevos dispositivos electrónicos y móviles han traído varios problemas que deben ser estudiados con cuidado. En un reciente artículo sobre la Radio Digital, Valencia (2008) señaló que dispositivos como los teléfonos celulares y las redes de datos inalámbricas han comenzado a saturar los espectros electromagnéticos que les fueron asignados hace unas décadas a diferentes empresas.

(...) Los operadores y las empresas de tecnología empiezan a presionar a los gobiernos para liberar las frecuencias ocupadas por tecnologías antiguas (Valencia, 2008, 114).

De nuevo Wolton (2000) se pregunta si existe una ruptura en la economía de la comunicación cuando pasamos de la radio y la televisión a la Internet.

¿Puede considerarse que la revolución tecnológica conlleva una revolución del contenido de la información y de la comunicación de la misma envergadura que, por ejemplo, la que se observó con el paso de los incunables a la imprenta? (Wolton, 2000, 15).

Y es que a las TIC le han surgido muchos críticos. Una de las preguntas que se hacen aquellos que estudian el papel de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad es si necesariamente el progreso implica mejora ya que si los avances no son utilizados adecuadamente existe un retroceso. Si bien se rompieron todas las fronteras físicas, sociales y culturales, no todos en el planeta tienen acceso y posibilidades de utilizar las nuevas tecnologías; además, usualmente los equipos no son biodegradables ocasionando severos daños al ecosistema. Claro, eso no es problema directo de las TIC, sino de quienes hacemos uso de éstas. En resumen, son progreso en todo lo relacionado a comunicación e información, pero un retroceso en cuanto a todo lo que se refiere a medioambiente y equidad (a que todos tengan acceso).

Para Montes (2006) las TIC deberían ser un recurso de uso público en el cual todos deberían tener acceso.

La realidad es diferente a este sueño bonito: miles de millones de personas en el planeta, la gran mayoría, no tienen acceso a sus bondades y ni siquiera saben de qué se trata, mientras que una parte pequeña de la raza humana mejora su calidad de vida, hace negocios, se educa o amasa fortunas enormes gracias a ellas. A esa diferencia notable se le conoce como brecha digital y es uno de los problemas más serios en la lucha contra la pobreza y la desigualdad en el mundo.

En el marco de la comunicación y la información, específicamente en lo relacionado al periodismo, el impresionante desarrollo tecnológico ha permitido que se abran nuevos espacios como la libertad de información, la lucha por la democracia y las sociedades abiertas; de esta manera la comunicación, de la mano en este caso por el periodismo, se ha convertido en uno de los grandes valores de nuestra sociedad.

Esa tecnología es la que ha permitido que la comunicación y el periodismo sea tan eficaz: del teléfono pasamos a la radio, de la televisión a los computadores y recientemente a la multimedia. Dice McLuhan en *El medio es el mensaje* (1967) que "en nombre del progreso, nuestra cultura oficial está forzando a los nuevos medios a hacer la tarea de los viejos" Pero, ¿cuáles son esos desarrollos que se dice han permitido el movimiento de un nuevo periodismo más inmediato y ciudadano?

Los nuevos medios

Aquí debemos referirnos obligatoriamente a la Internet que ha transformado las formas tradicionales de la comunicación (sonido, escritura e imagen) y ahora representa una nueva manera de comunicar, de expresarse, de informarse, de distraerse. Desde su aparición ha cambiado cómo nos comunicamos, cómo producimos y transmitimos información y el uso que la damos a esa información. Incluso, las relaciones de poder entre quienes producen y administran información se han transformado en verdaderas luchas por mantenerse a la vanguardia, lo que ha significado que nuestra sociedad se transforme

notablemente en lo que vemos hoy día: una sociedad dependiente de la "virtualidad".

Los grandes avances de la humanidad han tenido como fuente de inspiración al hombre y al cuerpo humano. Las herramientas y las máquinas que se han creado, en su gran mayoría han sido con el propósito de crear prolongaciones del cuerpo humano, incluso del cerebro y una de sus principales virtudes: la memoria.

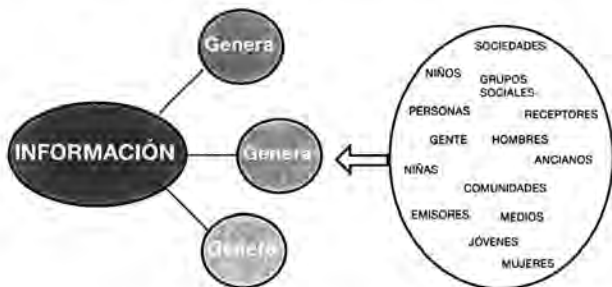
Así como la pala funciona como una extensión de nuestros brazos, también hemos contado con otros elementos que nos ha permitido condensar nuestra memoria: el libro, el cassette, el DVD, entre otros. Hoy día contamos con máquinas que nos ayudan a retener toda esa información y además contamos con una compleja red que nos permite transmitirla y difundirla.

Y es que Internet es una inimaginable infraestructura de computadoras, personas, información y software trabajando de forma continua, en conjunto, produciendo, socializando, organizando y transformando información, lo que permite la interacción local, regional y mundial.

Internet ha permitido que todos tengamos acceso a todo, incluso a lo que no debemos. Esta era de la información o post información, se caracteriza por:

- La transmisión en vivo y en directo de grandes sucesos como la Guerra del Golfo o la caída de las Torres Gemelas (2001).
- El almacenamiento de enormes cantidades de información sin ningún control.
- El desarrollo del Periodismo 3D o Periodismo participativo, en donde además de producir información y ponerla al alcance de todos, el usuario ya no desea que le den la información o que se la filtren: exige que la información lo busque y que sea precisamente la información que el necesita.
- Hay rompimiento de los parámetros tradicionales espacio-temporales, por lo que el concepto de comunicación interpersonal y de masas se reconfigura.
- El modelo tradicional de emisor-receptor se ha reconfigurado. Gracias a la libertad que ofrece navegar por la red, los usuarios son emisores y receptores simultáneamente.

- Los medios de comunicación de masas (radio, TV, prensa) buscan cada vez convertirse en medios mundiales perdiendo de alguna forma su naturaleza nacional o local. Es por eso que ahora incluyen espacios de discusión, foros, videos, audios, RSS, podcast, entre otros.



- La captura y transferencia de información desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a Internet o posibilidades de transferir la información a un computador y de ahí subirlo a la red: celulares, videocámaras, cámaras fotográficas.
- La posibilidad de contar con evidencias visuales, sonoras, audiovisuales, estáticas, de cualquier evento gracias a los archivos de audio, sonido y fotografía que cualquier persona puede subir a la red.
- La creación de foros y espacios de discusión, así como espacios personales de opinión (blogs).
- La creación de espacios "personalizados" de contacto y socialización (Facebook), así como el desarrollo de mundos alternativos virtuales (Second Life).
- La creación de comunidades de conocimiento, como las Wikis, en donde cualquier persona puede subir contenido y cualquiera de nosotros lo modifica y lo complementa.

- El desarrollo de espacios de investigación y académicos: la extensión de la Universidad, redes de investigación, revistas científicas en línea, gobiernos en línea

Como podemos ver, son muchos los espacios en los que Internet ha ejercido influencia. En todos ellos se encuentra el hombre que multiplica los espacios mediáticos, forma redes nacionales e internacionales a tal punto que muchas de éstas generan fuertes espacios de opinión y veeduría ciudadana (recordemos el caso de la marcha del 4 de febrero de 2008: Más de 13 millones de hombres y mujeres, en más de 183 ciudades, en Colombia y alrededor del mundo, participaron de la Movilización Mundial en Contra de las FARC. Un proceso que se inició en un grupo de la red social de Facebook y que luego utilizó múltiples herramientas virtuales de comunicación e información). A propósito de Facebook, la empresa de medición en Internet Compete.com coronó a Facebook como el sitio web de redes sociales más popular del mundo, con casi 1.200 millones de visitas en enero.

Imagen 01

Country	Members	Male	% Male	Female	% Female	Unspecified	% Unspec
United States	18,071,700	7,249,020	40.11	8,309,820	45.98	2,512,860	13.90
United Kingdom	6,825,600	2,436,400	35.70	2,896,540	42.44	1,492,660	21.87
Canada	6,650,860	2,224,940	33.45	3,026,060	45.50	1,399,960	21.05
Australia	1,920,300	594,940	30.46	845,480	44.03	489,880	25.51
Turkey	1,633,760	491,240	30.07	324,460	19.86	818,060	50.07
Sweden	960,820	313,620	32.64	384,420	40.01	262,780	27.35
Norway	822,580	297,860	36.21	339,500	41.27	185,220	22.52
France	771,580	293,960	30.32	298,320	30.89	299,300	38.79
South Africa	603,960	222,580	36.85	247,400	40.96	133,980	22.18
Colombia	488,520	193,100	27.25	146,340	29.96	209,080	42.80
Mexico	435,780	123,240	28.28	149,760	34.37	162,780	37.35
Egypt	395,200	147,080	37.12	108,160	27.30	140,960	35.58
Germany	366,000	122,020	33.34	120,240	32.85	123,740	33.81
India	333,560	113,000	33.88	89,480	26.83	131,080	39.30
Singapore	286,360	81,860	28.59	103,780	36.24	100,720	35.17
New Zealand	250,760	71,600	28.55	105,120	41.92	74,040	29.53
Spain	223,380	57,220	25.62	74,840	33.50	91,320	40.88
Israel	209,620	61,140	29.17	61,140	29.17	87,340	41.67
UAE	196,880	75,040	38.11	58,380	29.65	63,460	32.23
Malaysia	169,680	47,660	28.09	58,500	34.48	63,520	37.44
Lebanon	169,300	58,600	34.61	48,380	28.58	62,320	36.81
Ireland	167,560	45,760	27.31	61,860	36.92	59,940	35.77
Italy	161,800	47,620	29.43	51,580	31.88	62,600	38.69
Switzerland	144,400	45,740	31.68	48,920	33.88	49,740	34.45
Netherlands	139,020	41,080	29.55	45,260	32.56	52,680	37.89
China	132,480	37,560	28.36	37,200	28.08	57,700	43.56
Saudi Arabia	120,520	47,840	39.69	31,980	26.54	40,700	33.77
Pakistan	117,960	44,980	38.05	33,460	28.37	39,620	33.59
Japan	108,700	36,820	33.87	40,640	37.39	31,240	28.74
Korea	55,060	19,260	34.98	18,600	33.78	17,200	31.24
Dominican Republic	32,100	9,080	28.29	12,980	40.44	10,040	31.28
Totals	42,966,780	15,521,560	36.12	18,118,600	42	9,326,620	21.71

En conclusión, Internet ha impactado y de qué manera. Las siguientes tablas nos muestran la dimensión que tiene la red mundial hoy día.

Tabla 01

ESTADISTICAS MUNDIALES DEL INTERNET Y DE LA POBLACION							
Regiones	Población (2008 Est.)	% Población Mundial	Usuarios, dato más reciente	% Población (Penetración)	Crecimiento (2000-2008)	% Uso Mundial	
África	955,206,348	14.3 %	54,374,130	5.7 %	1,104.5 %	3.6 %	
Asia	3,776,181,949	56.6 %	601,354,674	15.9 %	4260.1 %	40.0 %	
Europa	800,401,065	12.0 %	390,499,251	48.8 %	271.6 %	26.0 %	
Oriente Medio	197,090,443	3.0 %	43,317,200	22.0 %	1,218.7 %	2.9 %	
Norte América	337,167,248	5.1 %	249,367,592	74.0 %	130.7 %	16.6 %	
Latinoamérica / Caribe	576,091,673	8.6 %	144,910,351	25.2 %	702.0 %	9.6 %	
Oceanía / Australia	33,981,562	0.5 %	20,204,306	59.5 %	165.1 %	1.3 %	
TOTAL MUNDIAL	6,676,120,288	100.0 %	1,504,027,504	22.5 %	316.6 %	100.0 %	

Tabla 02

AMERICA DEL SUR	Población (Est. 2005)	Usuarios, año 2000	Usuarios, Dato más reciente	Penetración (% Población)	% de Usuarios	Crecimiento (2000-2005)
Argentina	37,584,554	2,500,000	7,500,000	20.0 %	15.4 %	200.0 %
Bolivia	9,073,856	120,000	350,000	3.9 %	0.7 %	191.7 %
Brasil	181,823,645	5,000,000	22,320,000	12.3 %	45.9 %	346.4 %
Chile	15,514,014	1,757,400	5,600,000	36.1 %	11.5 %	218.7 %
Colombia	45,926,625	878,000	3,585,688	7.8 %	7.4 %	308.4 %
Ecuador	12,090,804	180,000	624,600	5.2 %	1.3 %	247.0 %
Guayana Francesa	194,277	2,000	38,000	19.6 %	0.1 %	1,800.0 %
Guyana	877,721	3,000	145,000	16.5 %	0.3 %	4,733.3 %
Islas Malvinas	2,661	-	-	-	-	n/d
Paraguay	5,516,399	20,000	150,000	2.7 %	0.3 %	650.0 %
Perú	28,032,047	2,500,000	4,570,000	16.3 %	9.4 %	82.8 %
Suriname	460,742	11,700	30,000	6.5 %	0.1 %	156.4 %
Uruguay	3,251,269	370,000	680,000	20.9 %	1.4 %	83.8 %
Venezuela	24,847,273	950,000	3,040,000	12.2 %	6.3 %	220.0 %
TOTAL Sur América	365,195,887	14,292,100	48,633,288	13.3 %	100.0 %	240.3 %

Nuevos medios, nuevo periodismo: el periodismo ciudadano

El impacto de los medios y de los nuevos medios ha permitido la apropiación de éstos por parte de los ciudadanos. Es pertinente recordar que desde mediados de los años setenta, los medios tradicionales fueron perdiendo impacto ya que dejaban de lado los asuntos que tenían que ver con la información local y las minorías.

No podemos olvidar que los medios son de masas. Álvarez (1992), afirma que el "pueblo" o la "masa" se caracteriza por el poder que tiene ya que es receptor, consumidor y productor de información. Esa masa tiene un estrecho vínculo con los medios de comunicación, llamados también comunicación de masas, quienes de una u otra forma han llevado a que el pueblo sea consciente de su potencial poder.

Es por eso que los desarrollos tecnológicos de los 80's y 90's favorecieron e impulsaron el trabajo de proyectos colectivos de comunicación, trabajos que se vieron beneficiados con el progreso de las nuevas tecnologías que ayudaron a que los procesos de interrelación e interacción crecieran y se consolidaran.

Según Ambrosi (2005), un buen ejemplo son los blogs, entre otros avances tecnológicos, que, sumados al uso de Internet, favorecieron la creación de nuevos medios de comunicación y nuevas experiencias de periodismo ciudadano que han tenido gran éxito no sólo en Estados Unidos y en países desarrollados sino también en la lucha por la libertad de expresión en los países del Sur.

Ejemplo de esto, del periodismo ciudadano y la libertad de expresión, en donde la información navegó libremente por Internet, fueron la Rebelión Zapatista en México (1995), los atentados a las Torres Gemelas (2001), los atentados a la estación de Atocha en Madrid (2004), así como la reacción ciudadana a la manipulación de la información por parte de diferentes gobiernos o las convocatorias o creación de grupos específicos que defienden o atacan causas, incluso personas.

Imagen 02 . Ejemplo de un grupo social en Facebook

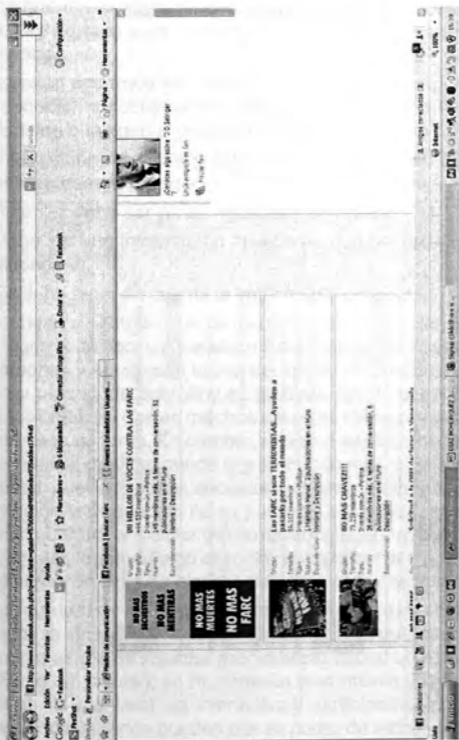
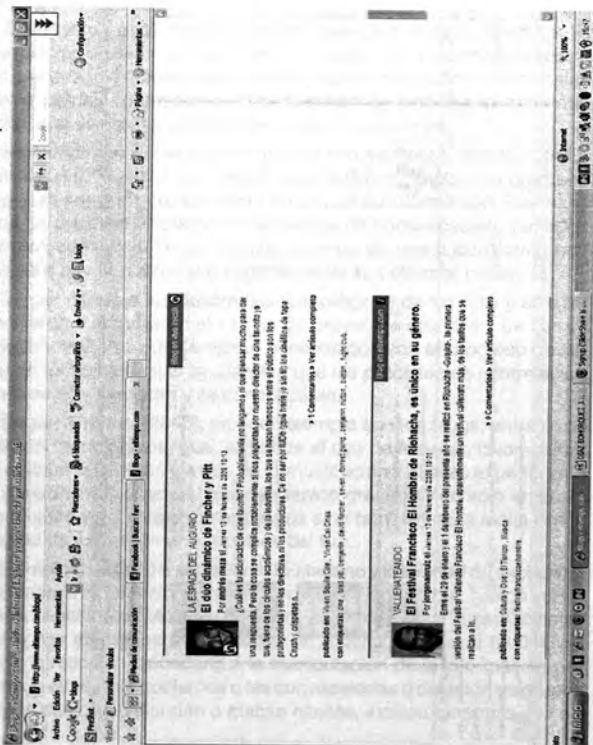


Imagen 03. Ejemplo de bloggers en la edición online de El Tiempo



Nótese en los ejemplos anteriores, la cantidad de personas que pertenecen a grupos sociales que rechazan las acciones de las FARC (grupo guerrillero colombiano catalogado como terrorista por parte de EE. UU. y Europa) y las diferentes temáticas que se pueden manejar en un blog.

Como lo podemos ver, existe una libertad enorme. Sin embargo, este periodismo y construcción de comunidad digital debe cumplir con los criterios que rigen al periodismo tradicional como:

- Información relevante y actualizada que sea fácil de ver y leer y sobretodo comprender.
- A su vez debe ser veraz, rigurosa y completa.
- Debe ser una información novedosa, que genere vínculos con el ciudadano.
- Se debe tener en cuenta la estética del producto.

La diferencia está en que los medios tradicionales tienen dificultades para lograr todo eso, ya que están supeditados a los desplazamientos de personas y equipos, a la instalación de dispositivos como microondas y plantas de energía y en muchos casos, dependientes de la información oficial que en muchos casos es manejada de acuerdo con los intereses de turno. En cambio, el nuevo periodismo, el periodismo de los nuevos medios, puede lograr mucho más ya que el ciudadano del común puede capturar, socializar y difundir enormes cantidades de información entregando o no su punto de vista desde cualquier lugar, sin tanto aparato (un celular de última tecnología con acceso a Internet por ejemplo), logrando algo esencial: dar a conocer algo de inmediato, sin intereses de ninguna clase, solamente el de divulgar o denunciar.

Y es que los nuevos medios incorporan nuevos e interesante elementos como la inmediatez, que consiste en que lo que ocurre se cuenta tal y como acaba de suceder (por ejemplo captar un robo o un hecho por medio del celular); es multimedial (esa misma imagen puede ser usada en Tv y la web); es interactiva y participativa (en los foros de discusión los usuarios pueden dar su punto de vista); es personalizada ya que puede ser compartida con aquellos a quienes les interesa determinado tipo de información; además de su utilidad y multifuncionalidad ya que la información cuenta con elementos complementarios

(una determinada información cuenta con elementos audiovisuales, sonoros, textuales, etc.).

Todo gracias a que hemos pasado de la época en la que la información se valoraba de acuerdo con las dificultades que se presentaban al intentar conseguirla y del paso de los criterios tradicionales ya expresados a elementos como la utilidad, la cercanía, la contextualización y la personalización.

De acuerdo con Juan Varela de Periodistas 21.com, han existido 3 fases del periodismo digital: una primera fase caracterizada por la digitalización de los contenidos, la linealidad, la unidireccionalidad y la monomedialidad. Una segunda fase en donde ya se comienzan a crear contenidos específicos para la red y una tercera y última fase en donde el control social, la no linealidad, la participación y la multimedialidad son evidentes (Periodismo 3.0).

Todo esto ha traído como consecuencia un modelo de periodismo más social en donde la proximidad y la participación en la información son fundamentales, incluso llegando al extremo en el cual podemos recibir la información personalizada (otro ejemplo es la información bajo demanda). Otro aspecto que se debe resaltar es que a pesar de tratarse de una comunicación dirigida a muchos (masas), el concepto de comunicación de masas se reconfigura ya que esa información tiene alcance selectivo, es decir se vuelve personal de acuerdo con los intereses y las necesidades del receptor.

Este nuevo periodismo enfrenta desafíos y retos producto de sus mismas características como el manejo ciudadano de la información que a su vez es la fuente y en donde la inteligencia y el criterio son fundamentales, la exigencia cada vez mayor de los usuarios de la actualización permanente, de la socialización inmediata, de la multimedialidad y el mismo manejo que se debe tener por cierta información, es decir, que no trasgreda el respeto por la persona y su intimidad.

Lo que viene

Importantes elementos como la adaptabilidad, la democracia informativa, participativa y ciudadana, así como la creación de estrategias de modelos de negocios digitales basados en la información

son fundamentales para que este espacio colectivo promovido por la tecnología no se pierda y por el contrario, sea aprovechado de forma efectiva y responsable.

El cambio constante parece ser la dinámica de toda esta telaraña de información, ciudadanía y tecnología. Las transformaciones de la Web, el crecimiento de las sociedades mediáticas y virtuales y el interés cada más profundo del ciudadano del común en velar por sus intereses y en convertirse en testigo excepcional del transcurrir de la vida y la sociedad, hacen muy difícil definir el siguiente paso.

Ya se habla de cómo Internet englobará a todos los medios. De acuerdo con expertos, Internet imita al periódico, a la revista, a la TV o a la radio, pero llegará un momento en el cual todos estos medios quedarán inmersos en una súper estructura mediática.

¿Cuál es el futuro de estos nuevos medios y este nuevo periodismo? Es muy difícil llegar a una respuesta cuando los cambios tecnológicos son tan rápidos y las dinámicas sociales tan impredecibles. Lo que sí sabemos es que ese poder que los medios tienen y que de alguna forma nos ha sido transferido gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías como Internet es una realidad; pero sobre ese poder tenemos una responsabilidad enorme, con la sociedad y con nosotros mismos como emisores y receptores simultáneos de una cantidad de información que abruma.

Referencias

- Álvarez, JT. (1992) *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX: El nuevo orden informativo*. (Segunda edición). Barcelona: Editorial Ariel S. A.
- El 4F Nuestra historia (2009). Recuperado en febrero 14, 2009 de, <http://www.colombiasoyyo.org>
- Periodistas bajo fuego (2009). Recuperado en enero 22, 2009 de, www.elpais.com.co
- Estadísticas mundiales de Internet y la población (2009). Recuperado en febrero 14, 2009 de, <http://www.exitoeexportador.com/stats.htm>

- Facebook es la red social más popular del mundo (2009). Recuperado en febrero 14, 2009 de, <http://www.lanacion.com.ar>
- Fidler, R. (1998) *Mediamorfosis*. Buenos Aires: Ediciones Granica
- Grupos de Facebook (2009). Recuperado en febrero 14, 2009 de, <http://www.facebook.com>
- Llano, S. (2009, febrero). Mediamorfosis: Oportunidades de negocio a partir de una perspectiva teórica de la convergencia. Ponencia presentada en Andina Link-Latin Screens 2009, Cartagena, Colombia.
- MacLuhan, M. y Fiore, Q. (1967). *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*. Buenos Aires: Ediciones Paidós S.A.I.C.F
- Montes, A. (2006). *Día de Internet*. Recuperado en enero 30, 2009 de, <http://www.semana.com>
- Periodismo y nuevos medios: un desafío al futuro (2009). Recuperado en febrero 20, 2009 de, <http://www.ar.terra.com/terramagazine/interna/0,,OI1691758-EI8866,00.html>
- Reporteros sin fronteras (2008). *Informe Anual*. Recuperado en enero 24, 2009 de, http://www.rsf.org/article.php3?id_article=29805
- Sección "Bloggers" de la edición online del diario El Tiempo (2009). Recuperado en febrero 14, 2009 de, <http://www.eltiempo.com>
- Usuarios de Facebook por países (2009). Recuperado en febrero 16, 2009 de, <http://www.facebooknoticias.com>
- Valencia, JC. (2008). La radio digital: ¿Una demanda social o un nuevo escenario del las pugnas del capitalismo globalizado? *Signo y pensamiento*, Volumen 28, pp. 110-118.
- Wolton, D. (2000). *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. (Primera edición). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Yepes, R. (2009, febrero). Branding Entertainment. Ponencia presentada en Andina Link-Latin Screens 2009, Cartagena, Colombia.

Bibliografía

- Bartolozzi, PL. (2006) *El tsunami informativo: panorama comunicativo del siglo XXI*. (Primera edición). Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Cacua Prada, A. (1991) *Orígenes del periodismo colombiano*. Bogotá: Editorial Kelly.
- Kovach, B. (2004) *Los elementos del periodismo* (traducción Amado Diéguez Rodríguez). Bogotá: Ediciones El País.