

# Luces y sombras del periodismo ciudadano: actitud frente a un fenómeno imparable

YOLANDA MARTÍNEZ SOLANA

mymartínez@ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 15 de marzo de 2007

Aceptado: 17 de mayo de 2007

## RESUMEN

La acelerada implantación de los medios digitales, los acusados cambios en los hábitos sociales, junto con la percepción por la ciudadanía de determinadas disfunciones en el periódico tradicional han propiciado el desarrollo de un nuevo periodismo con mayor participación ciudadana. Sin embargo, la ausencia de control podría conducir a errores y favorecer la manipulación por terceros. Dado que los principios básicos de la comunicación siguen estando en vigor, el periodismo tradicional puede tener un futuro, en relación con los otros medios, si se llevan a cabo con urgencia reformas en los modelos empresarial y editorial.

**Palabras clave:** Era digital. Cambio social. Periodismo ciudadano. Participación ciudadana.

## *Lights and shadows of the Citizen Journalism: attitudes by an unstoppable phenomenon*

## ABSTRACT

The accelerated implantation of the digital media, the changes in the social habits and the perception by the citizenship of certain disfunciones in the traditional newspaper have caused the development of a new journalism with greater citizen participation. Nevertheless, the control absence could lead to errors and favor the manipulation. Since the basic principles of the journalistic communication continue being present, the traditional journalism can have a future if the necessary reforms in the editions and the communication enterprises policy are undertaken.

**Keywords:** Digital era. Social change. Citizen Journalism. Citizen Participation.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. El imparable ascenso del medio digital y sus causas. 3. El ideal y los problemas del periodismo tradicional. 4. Periodismo digital y participación ciudadana. 5. Nuevos rumbos para el periodismo tradicional. 6. Los principios inmutables. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

## 1. Introducción

El maestro, recientemente fallecido, Ryszard KAPUSCINSKI (2000: 1-8) consideraba que el siglo XX se había caracterizado por dos grandes eventos que, por orden cronológico, eran la migración del campo hacia las ciudades y la independencia política de las colonias. A ello podríamos añadir, sin temor a equivocarnos, los desarrollos tecnológicos y el inicio de la era digital. Esta última circunstancia ha propiciado, sobre un sustrato de cambios sociológicos, una verdadera revolución cultural, con alteración de los hábitos sociales y de los valores tradicionales, y con una rapidez desconocida a lo largo de la historia. Por otra parte, la progresiva implantación de sistemas democráticos de libertades ha favorecido el deseo de una mayor participación por parte de la ciudadanía, de la que no escapa el mundo de la comunicación, y con aspectos no siempre positivos, como veremos.

## 2. El imparable ascenso del medio digital y sus causas

Como recordaba el director del diario *ABC*, José Antonio ZARZALEJOS (2007), en una conferencia pronunciada en marzo de 2007, el acceso a Internet sigue una dinámica de generalización prácticamente imparable, de tal suerte que el número de usuarios de la red a nivel mundial habrá pasado del 20% de la población al 40% en los próximos cinco años. En España, ya en el año 2006, la penetración de Internet alcanzaba el 48%, primando el uso del correo electrónico, pero también el conocimiento de noticias (60%). Con un detalle añadido: las edades de los internautas y su formación cultural y académica coinciden con las de los destinatarios teóricos de los periódicos.

En lo que respecta al periodismo digital, se observa que tanto el número de cabeceras digitales como el de lectores siguen aumentando a un ritmo creciente. Respecto a las 51 cabeceras digitales existentes en España y controladas por la OJD, veremos que el número de visitas diarias ascendió en el último año a cerca de cuatro millones. Llama la atención el hecho de que el número de usuarios que sólo utilizan la red para obtener información se eleva ya a más de 700.000. La consecuencia es significativa: un incremento de la inversión publicitaria del 21,7% con respecto al ejercicio anterior (ZARZALEJOS, 2007).

Esta eclosión de los medios digitales, con cada vez mayor participación de la ciudadanía, es debida a la percepción que se tiene de qué se trata de una forma alternativa a la convencional de transmitir información y que parece romper convencionalismos juzgados como limitadores de la libertad de expresión. Podría explicarse como una reacción ante unos informadores tradicionales que no prestan la suficiente atención por los problemas que afectan a la ciudadanía y porque existe una generalizada percepción de que el periodismo ha tenido tradicionalmente la tendencia a escuchar poco y a dar lecciones (GUILLMOR, 2007). De modo que muchos ciudadanos quieren tener voz.

Por otra parte, el nuevo periodismo se presenta como un elemento redentor de la

convivencia de los medios clásicos con los poderes económicos, políticos, sociales y culturales, del sectarismo ideológico o la suplantación de la verdadera función de un periódico; y todo ello con una actitud de prepotencia, en función de la cual el periódico se dirigía a un mercado y no a la sociedad y con escasa capacidad pública de autocrítica (ZARZALEJOS, 2007).

### 3. El ideal y los problemas del periodismo tradicional

En un artículo anterior (MARTÍNEZ SOLANA, 2006: 171-183) analizaba cómo y por qué el referente de la actividad periodística debe ser el interés general y su fin específico la difusión objetiva de hechos a través de la información, la interpretación o el comentario de los acontecimientos que son noticia. En línea con estos principios clásicos, Bill KOVACH y Tom ROSENSTIEL señalan que el propósito principal del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita “para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo”. Para ello, según estos autores, deben cumplirse nueve requisitos:

- 1.- La primera obligación del periodismo es la verdad.
- 2.- Debe lealtad sobre todo a los ciudadanos.
- 3.- Su esencia es la disciplina de la verificación.
- 4.- Debe mantener su independencia con respecto de aquellos de quienes informa.
- 5.- Debe ejercer un control independiente del poder.
- 6.- Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
- 7.- Debe esforzarse por que el significante sea sugerente y relevante.
- 8.- Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas
- 9.- Debe respetarse la conciencia individual de sus profesionales (KOVACH y ROSENSTIEL, 2003: 18).

Kapuscinski, desde su dilatada experiencia como reportero, nos daba también sus propias claves en relación con el ejercicio periodístico. Considera, por ejemplo, como fundamental que las experiencias “se sientan en la propia piel” y la conveniencia de viajar sólo, para evitar que terceros influyan en nuestra percepción del mundo y, asimismo, que el desarrollo tecnológico en las comunicaciones nos aparte mental y emocionalmente de la realidad sobre la que queremos escribir. Indica, por otra parte, que el periodista ha de ser humilde, porque no hay ninguna otra profesión en la que se dependa tanto de otros y que las nuevas tecnologías no lo resuelven todo; ya que aunque aportan facilidad y rapidez en la recepción y transmisión de la información, lo importante es el talento del periodista.

Consciente del mundo que le rodeaba y del proceso evolutivo del periodismo, ya apuntaba también que los nuevos medios de comunicación que van surgiendo no sustituyen a los anteriores, sino que amplían el método de existencia de la palabra y su transmisión. Con respecto a esto último, lamentaba que se viva un período de “banalización” de la palabra y porque el problema la comunicación periodística sea la superabundancia de información y no la falta de verdad. Insistió en que lo importante

en todos los casos es poseer no sólo responsabilidad profesional, sino ciudadana, y en que, por la dureza de actividad a desarrollar, el periodismo requiere vocación, es enemigo de la rutina y exige estudiar permanentemente. Afirmó que, ante los nuevos fenómenos sociales, es preciso romper fronteras tradicionales y buscar nuevos métodos de expresión enriquecedores sobre todo para ese excelente reporterismo que él defendía como modelo de periodismo por ser un bien social necesario. (KAPUSCINSKI, 2000: 1-8).

Vemos de esta manera que los principios del ejercicio periodístico están claramente definidos. Sin embargo, se sigue cuestionando si es más importante narrar la realidad o, por el contrario, lo que manda es el mercado, el agrado de la opinión pública o las presiones de ciertos poderes (COLOMBO, 1997:21-23). El problema consiste en que generalmente el periodista difunde informaciones generadas por terceros; es decir, una realidad desde el punto de vista de estos últimos, no siempre objetiva o desinteresada, en la que, además, se constata una excesiva dependencia de las agendas gubernativas o institucionales y una primacía de las fuentes de este origen. Es, pues, necesaria más que nunca una correcta identificación y tratamiento de las fuentes informativas. Más aún, cuando en el mundo actual la progresiva implantación de los principios democráticos, las nuevas tecnologías y los nuevos accesos a la información han provocado un exceso de esta última, lo que dificulta su análisis y hace difícil discernir muchas veces entre lo que corresponde a descripción de la realidad y lo que es mera propaganda o publicidad.

Es preciso tener en cuenta que la formación de la opinión pública en libertad es condición fundamental para el funcionamiento de una democracia. Por ello, es un grave inconveniente que, por exigencias del mercado, se busquen los contenidos impactantes en vez del contenido explicativo o contextual (GALÁN GAMERO, 2005: 73-76). Un riesgo añadido es que la inevitable concentración de medios puede conducir a que cada vez sean menos los que deciden lo que se dice o lo que se calla, fijando los criterios de lo políticamente correcto en cada momento y circunstancia (FOX, 2005).

#### **4. Periodismo digital y participación ciudadana**

No obstante, en ese mundo comunicativo cada vez más socializado, y en virtud de lo que venimos señalando (problemas del periodismo tradicional, cambios sociales y desarrollo tecnológico) la información ya no es exclusiva de periodistas o empresas, pues miles de ciudadanos en todo el mundo con sus teléfonos móviles, sus correos electrónicos y sus “blogs participan cada vez más en el proceso comunicativo. Aún más, de los dos primeros niveles de periodismo en la red (trasposición del contenido analógico al digital, o de creación de contenidos específicos para este medio) se ha pasado al denominado “nivel 3.0” o de participación ciudadana (VARELA, 2005: 27-32).

Es preciso insistir en que las nuevas tecnologías aplicadas al campo de la comunicación social, con sus aspectos positivos de mejora de las relaciones humanas y de establecimiento de puentes de libertad (que están obligando, incluso, a gobiernos

de países democráticos a rediseñar sus políticas de comunicación), también pueden ser un instrumento de propaganda, con oscuros fines de difícil control y que fomenta la utilización de los mismos medios para conseguir efectos opuestos. Hay que tener en cuenta que Internet facilita y acelera la búsqueda y difusión de la información, pero no evita la necesidad de contrastarla y, por otra parte, la actividad en este medio dista de estar regulada desde el punto de vista ético.

Efectivamente, el problema en el periodismo digital independiente podría residir en que, en su deseo de romper convencionalismos, no participe en la infraestructura profesional y deontológica del periodismo tradicional, obviando normas fundamentales de este último: firma de crónicas y contraste de fuentes, por ejemplo. Por esta razón sería una vuelta al mal llamado periodismo amarillo (no debería ser considerado como periodismo): publicación directa de rumores, desprofesionalización de las redacciones, falta de verificación, informaciones propagandísticas y publicitarias, servilismo hacia intereses ideológicos, políticos y empresariales no confesados, etc. Además, la apertura de las noticias a sus lectores en la red para que las comenten o la recepción y publicación de informaciones procedentes de los internautas -en un deseo de aproximación a la audiencia, en principio positivo- podría afianzar, dado el anonimato existente en la práctica a su utilización por colectivos diversos, las más eficaces técnicas de auténtica manipulación. Es, sin embargo, un hecho que este método participativo ha ampliado el número y espectro de los lectores, siendo muy atractivo y adictivo para públicos muy diversos.

Por todo ello, este tipo de periodismo tiene aún que superar la rémora de la, en muchas ocasiones, dudosa credibilidad y conseguir más financiación publicitaria para su sostenimiento, si verdaderamente quiere ser independiente. La posible salida podría ser un nuevo soporte para un periodismo clásico, con su reconocimiento del secreto profesional, de la cláusula de conciencia y de servicio al interés general de la sociedad, o bien constituirse en algo completamente nuevo.

Pero es que además la incorporación de los “blogs (113.000 en España, el año 2005) introduce una nueva variable -no siempre positiva- fruto de un acceso indiscriminado a la red de todo tipo de información. Ello ha provocado que algunos autores pinten un negro panorama de futuro para el mundo de la comunicación (ZARZALEJOS, 2007).

Menos catastrofista es Dan GILLMOR cuando afirma que, aunque la comunidad puede ser una parte “maravillosa” del periodismo, no cree que pueda reemplazarlo; indicando que es precisa una “alfabetización literaria del público y que las personas vean y escuchen con un cierto nivel crítico”. Afirma también que más que nuevos tipos de periodista, lo que se producen son múltiples actos de periodismo; señala, como ejemplo, que una persona que ha captado un acontecimiento con su teléfono móvil y que antes no era periodista seguramente no lo será nunca más. Cree, por otra parte, que existen temas, como el seguimiento de la actualidad de un gobierno, la capacidad de

enfrentarse al poder o el periodismo de investigación, que quedarán para los medios tradicionales; aunque, también, que hasta donde se pueda, debería “investigarse con ayuda de la gente”. Es consciente, por último, que este movimiento social, interpretado como un fenómeno espontáneo, podría ser utilizado por personas interesadas en crear una masa de informadores más maleable; lo que, en su criterio, ya está pasando con algún gobierno, por lo que “hay que estar vigilante” (GUILLMOR, 2007).

Es ilustrativo de la situación actual del periodismo de participación ciudadana en los países anglosajones el contenido de un análisis publicado recientemente en la revista *Cuadernos de Periodistas* (FERNÁNDEZ, 2007:122-123) y que comento a continuación en sus aspectos más significativos.

En primer lugar, el *Informe Deloitte* sobre tendencias de los medios para el año 2007, ha confirmado el desarrollo de los contenidos generados por la audiencia y la importancia creciente que estos tienen en los medios tradicionales. Estos contemplan ya las oportunidades ofrecidas por esta imparable generación de contenidos. El reto ahora es cómo conectarlos con los de los profesionales para obtener el mayor rendimiento.

Más llamativa es la aparición en los EE.UU. de múltiples “periódicos ciudadanos”, escritos por reporteros voluntarios sin formación periodística, no remunerados, faltos de edición y, en consecuencia, llenos de errores. Se cita el caso de “BrooWaha”, colección de noticias, resúmenes y opiniones “on line”, con abundante contenido gráfico; referidas hasta ahora al área de Los Ángeles, pero con tendencia a expandirse a otras ciudades. Su propietario, Ariel Vardi, un informático sin formación periodística, actualiza a diario los contenidos, pero sin corregir textos, comprobar su calidad, ni la veracidad de lo contado. Se justifica afirmando que en los periódicos tradicionales no hay suficientes periodistas para cubrirlo todo, mientras que los campus están llenos de estudiantes con información que desean compartir.

Ante este fenómeno, Philip MEYER, profesor de periodismo de la Universidad de Carolina del Norte y autor de la conocida obra *Periodismo de precisión*, manifiesta que es una nueva forma de hacer periodismo y que, aunque no cree que vaya a reemplazar a los medios tradicionales, es algo que, dados los avances tecnológicos tiene que ser tenido en cuenta desarrollado y, sobre todo, ordenado.

Bastante más seria es la alianza entre Reuters y Yahoo, para crear “You Witness News”, al que los fotoperiodistas aficionados pueden enviar sus trabajos. Por obvios motivos, la admisión de contenidos escritos tendrá que esperar todavía bastante. No obstante, el grupo Gannett, propietario entre otros de *USA Today*, ha dado un paso más en el proceso participativo con un experimento de periodismo ciudadano, llamado “crowdsourcing”, que ofrece a los usuarios la posibilidad de recoger información aunque limitada inicialmente a reportajes sobre gestión administrativa y a temas locales de importancia secundaria, no habitualmente tratados por los profesionales.

En otro capítulo del citado análisis se recuerda que la cadena pública británica BBC

utiliza el periodismo ciudadano desde los atentados de Londres de junio del 2004. Lleva a cabo también un proyecto de este tipo de periodismo para explorar nuevas ideas sobre narración de historias multimedia, utilizando teléfonos móviles y GPS. El departamento de innovación de la cadena, en colaboración con departamentos universitarios y empresas del sector de la telefonía y de la imagen, investiga de esta forma cómo la combinación de textos, vídeo e información geográfica y temporal puede dar lugar a nuevos formatos narrativos. Además de ello, la BBC ya cuenta con un programa informativo basado enteramente en contenidos generados por la audiencia, denominado “Your News”. Este programa incluirá reportajes semanales enviados por el público y seleccionados entre el material contenido en los 10.000 correos electrónicos que la cadena recibe diariamente, y también tratará de dar respuesta a las preguntas remitidas por la audiencia de dicho medio.

Se recuerda que las nuevas tecnologías -como, por ejemplo, los teléfonos móviles, cuyas ventas alcanzaron en el 2006 los 460 millones de unidades- permiten que cualquier ciudadano y en cualquier lugar pueda enviar imágenes en tiempo real con una rapidez y efectividad superior incluso a la de las organizaciones periodísticas. Es ya un lugar común en este tipo de estudios vaticinar que habría pasado de producirse hoy el asesinato de J. F. Kennedy, al poder disponer, no sólo de una única película del hecho, sino de múltiples filmaciones de aficionados espectadores de la comitiva.

Finaliza el citado análisis, dando unos significativos datos de la participación ciudadana en el proceso informativo, al indicar que existen sitios como “NowPublic”, con imágenes o historias de más de 31.000 reporteros ciudadanos en 130 países, o “Scoop” que en quince meses ha registrado 12.000 colaboraciones en 97 países. (FERNÁNDEZ, 2007:124-125)

En España, aparte de lo ya citado sobre el fenómeno de los “blogs”, desconocemos si existen organizaciones como la de Ariel Vardi, pero no debemos dejar de señalar, en lo que respecta a los medios digitales supuestamente independientes, lo que ya citaba en un trabajo previo (MARTÍNEZ SOLANA, 2006: 171-183) sobre los denominados ciberdiarios de opinión, que en competencia -o como complemento- de confidentiales o diarios digitales ya asentados en la red, son diarios que se actualizan varias veces al día en función de la información, no tienen medio de referencia en papel, cubren audiencias específicas, tienen fuerte posición editorial, su fórmula de información está muy apoyada en la opinión e incorporan algunos de los elementos del periodismo ciudadano. Buscan interactividad con los lectores a través de comentarios en los blogs y otras fórmulas. Su fin son actividades de propaganda, relacionadas con la ideología y el activismo político y está a cargo de profesionales experimentados, cercanos a determinadas fuentes de poder y financiados desde estas últimas. (VARELA, 2005: 27-32)

## **5. Nuevos rumbos para el periodismo tradicional**

A la hora de encarar con afán de superación los fenómenos relatados, hay que tener presentes una serie de hechos. En primer lugar, que los cambios experimentados en los

hábitos sociales han propiciado entre la población media un cierto grado de analfabetismo funcional. Se constata, por ejemplo, que la lectura del libro impreso está decayendo cómo actividad para el aprendizaje o para el simple entretenimiento. Cualquier docente puede comprobar cómo se empobrece el vocabulario y la capacidad de expresión escrita. Las enciclopedias tienden a desaparecer. En suma, que la lectura tiende a ser para algunos sectores de la población -por su edad y formación- algo exótico o extravagante.

Por otro lado, los procesos creativos comienzan a tener orígenes y maneras distintos a los tradicionales. Cada vez son más los libros editados en formatos diferentes (CD, DVD, audiolibros, Mp3, etc.) y los blogs son a veces el lugar de nacimiento de novelas, que luego se editan en formatos diversos. En fin, que el avance de la era digital es algo ineludible e imparable.

Al mismo tiempo, como señala José Antonio ZARZALEJOS (2007), es un hecho la caída de ventas a nivel mundial de los periódicos impresos. En España, las 137 cabeceras existentes siguen teniendo aún una fuerte presencia y, en general, una cierta estabilidad financiera. Sin embargo, y aunque los ingresos medios por publicidad siguen creciendo, tanto las ventas como la difusión disminuyen año a año, si bien todavía con guarismos no alarmantes. Ante ello, el director del diario *ABC* considera que debe imponerse “una importante reformulación del modelo de negocio y del modelo editorial”, y ello de manera urgente superando las contradicciones internas existentes. Cuando, además, la amenaza no procede sólo del mundo digital, sino también de la prensa gratuita. Cree dicho autor, que, aparte de lo ya indicado sobre la modificación del modelo de negocio (reduciendo las estructuras de producción y servicios), deben aprovecharse las capacidades propias del soporte papel. En línea con lo expresado con otros autores, como Kapuscinski o Guilmor, recomienda establecer un modelo nuevo de diario en el que “prime la agenda propia, el sentido prospectivo de la información, en el que abunde el análisis y la contextualización de las noticias, se incorpore más opinión solvente y se apueste por los temas más idóneos para el papel: divulgación de la investigación, de la creación literaria, el ensayismo, las nuevas corrientes de pensamiento y un modo distinto de relatar la política” (ZARZALEJOS, 2007).

Señala también la necesidad de potenciar “capacidades intangibles” de los periódicos de información general, como son su influencia en la generación de opinión y la representación de las corrientes ideológicas y culturales que estos medios incorporan, sobre todo cuando se trata de “conformar la opinión a niveles de decisión muy importantes”; eso sí, evitando mermas de credibilidad por connivencias, sectarismos o disfunciones indeseables. Cree Zarzalejos que si se siguen estas premisas, el futuro del periódico escrito estará garantizado en términos cualitativos, aunque ya no será un vehículo masivo de información y de captación publicitaria; pues estará dirigido sobre todo a minorías selectas. Serían medios especializados de calidad que convivirían y serían complementarios de la red y los medios audiovisuales.

Señala, por último, la conveniencia de que el periódico se oferte como una guía de navegación en la red, para servir mejor a sus lectores y remitirles a las “webs” que puedan aumentar su nivel de información y de que se ensaye una interactividad con los lectores a fin de superar percepciones de prepotencia y falta de autocritica (ZARZALEJOS,2007).

No puedo dejar de apuntar en este apartado que el problema no afecta sólo a los periódicos. Si bien la radio sigue gozando de “buena salud informativa”, la televisión en su actual configuración también puede verse amenazada. Se aprecia, en efecto, entre los más jóvenes una creciente indiferencia hacia la pantalla televisiva y una mayor atención a su ordenador, que ofrece cada vez más posibilidades. Si a ello añadimos la oferta polivalente de la telefonía móvil y la cercana digitalización, también la televisión tal y como la hemos entendido hasta ahora tendrá que replantearse muchas cosas, como los periódicos.

## 6. Algunos principios fundamentales

“No son la tecnología, ni los periodistas, ni las técnicas empleadas los elementos que definen el periodismo. Se trata de algo más básico: la función que desempeña la información en la vida de todo ciudadano”. (KOVACH y ROSENSTIEL, 2003:24)

“El periodismo moderno ha tenido tradicionalmente la tendencia a dar lecciones, pero debe escuchar más y ser un guía”. (GUILMOR,2007)

“Los nuevos medios de comunicación que han ido surgiendo en la historia no han sustituido a los anteriores, sino que han ampliado el método de existencia de la palabra y su transmisión. Lo importante no es la tecnología, lo es el talento del periodista. El periodista debe poseer no sólo responsabilidad profesional, sino ciudadana. Ante nuevos fenómenos sociales, es preciso romper fronteras tradicionales y buscar nuevos métodos de expresión enriquecedores del periodismo” (KAPUSCINSKI,2000:1-8)

“Las nuevas tecnologías son herramientas ineludibles, que deben servir para elaborar mejores mensajes periodísticos pero no son fines en sí mismas. El exceso de información puede tener un efecto intoxicador por imposibilidad de asimilación; por ello, es necesaria una formación que permita utilizarla adecuadamente. [...] Al mismo tiempo, hay que tener en cuenta que los canales (audiovisuales, electrónicos, impresos) no son el mensaje sino el vehículo para su transmisión. El mensaje sigue siendo lo fundamental, busca sus objetivos y se adapta a las características de eficacia comunicativa de cada medio: El medio no hace el mensaje ni el mensaje hace al medio” (CASALS CARRO, 2006: 66-67).

## 7. Conclusiones

Primera: Estamos asistiendo a un acelerado proceso de cambios sociológicos, en íntima relación con el desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación y, en especial, con las cada vez más amplias posibilidades del medio digital.

Segunda: La percepción por parte de la ciudadanía de las supuestas o reales

limitaciones del periodismo tradicional y su posible alejamiento de la realidad social, cuando no su interpretada connivencia con diversos poderes, ha propiciado el deseo de una mayor participación ciudadana en el proceso informativo.

Tercera: La decisiva función del periodismo en los países democráticos podría haberse visto desvirtuada por el incumplimiento de diversos principios básicos en el ejercicio periodístico, anteponiendo el interés del mercado al interés general de la sociedad a la que se dirige la información.

Cuarta: La brusca irrupción del periodismo digital independiente de los medios tradicionales no se ha acompañado en muchas ocasiones de mecanismos reguladores. Por otra parte, existen medios digitales realizados exclusivamente por aficionados sin ningún control editorial. Esta situación favorece la aparición de errores, cuando no la manipulación del ciudadano.

Quinta: Se constata una progresiva caída en la difusión y lectura del periódico tradicional. La solución podría venir aplicando amplias reformas en el modelo de negocio y en el modelo editorial, aprovechando las ventajas del soporte papel en determinados tipos de información y canalizando el mensaje hacia un público más restringido. En todo caso, los periódicos deberían constituirse en un foro con mayor participación de los lectores, a los que serviría de guía para obtener más información en otros medios.

Sexta: En todo caso, no hay que olvidar que la función del periodismo es independiente del medio utilizado para la difusión de los mensajes. Es precisamente el mensaje lo que es fundamental y deben olvidarse viejos eslóganes vacuos porque el medio no hace el mensaje ni el mensaje hace al medio.

## 8. Referencias bibliográficas

ÁLVAREZ MADRID, F.

2007: “Los medios deben escuchar más y dar menos lecciones informativas”  
Entrevista realizada a Dan GILLMOR. En *ABC*, sección Sociedad, 1 de febrero.

CASALS CARRO, María Jesús

2006: “La enseñanza del periodismo y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 12. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 59-70

COLOMBO, Furio

1997: *Últimas noticias sobre periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona, Anagrama, pp. 216-223

FERNÁNDEZ, Valentín

2007a: “Los contenidos generados por la audiencia, su valor económico, de futuro y la credibilidad”. En *Cuadernos de Periodistas*, nº 9, sección

- Tendencias, Madrid, Asociación de la Prensa, pp.122-123
- 2007b: “Periodismo ciudadano y nuevas fórmulas para contar historias”. En *Cuadernos de Periodistas*, n 9, sección Tendencias. Madrid, Asociación de la Prensa pp. 124-125
- FOX, Lluís
- 2005: “Reflexiones sobre periodismo”. En *La Vanguardia*, sección Opinión, 3 de enero.
- GALÁN GAMERO, Javier
- 2005: “Ser periodista: razones para serlo”. En *Cuadernos de Periodistas*, nº 5. Madrid, Asociación de la Prensa, pp.73-84
- KAPUSCINSKI, Ryszard
- 2000: “Reportero del tercer mundo”. Conferencia pronunciada en la sede de la *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano*, octubre. En *Nuevo periodismo*. Cartagena de Indias (Colombia), pp.1-8
- KOVACH, Bill y ROSENSTIEL, Tom
- 2003: *Los elementos del periodismo*. Primera edición. Madrid, Ediciones El País
- MARTÍNEZ SOLANA, María Yolanda
- 2006: “El referente como definición de las diferentes formas de comunicación social”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 12 Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 171-183
- VARELA, Juan
- 2005: “Ciberdiarios de opinión”. En *Cuadernos de Periodistas*, nº 5. Madrid, Asociación de la Prensa, pp.27-32.
- ZARZALEJOS, José Antonio
- 2007: “Los periódicos no pueden, ni deben, vivir de espaldas al periodismo digital”. Discurso inaugural del *VII Congreso de Periodismo Digital*, Huesca, 1 de marzo de 2007. En *ABC*, sección Sociedad, 2 de marzo.