

El usuario más allá de una simple participación en los medios digitales

“El cambio, ya sea evolutivo o revolucionario, es la esencia de la vida. Por ello, para un ser humano el estado estacionario equivale a la muerte. Lo mismo ocurre en la sociedad”.

M. Castells. Comunicación y poder

Sumario

Este artículo es producto del informe presentado por Neyder Salazar¹ como auxiliar de Investigación en el Proyecto denominado, “Transformaciones en las funciones del lector/usuario en los espacios de participación de la prensa digital colombiana. Los casos de *eltiempo.com*, *elespectador.com*, *semana.com* y *lasillavacia.com*, durante la coyuntura electoral de 2011”, cuyo Investigador Principal es el profesor Juan Carlos Acebedo Restrepo para su tesis doctoral en comunicación de la Universidad Nacional de la Plata en Argentina. El referido proyecto fue presentado con el apoyo del Grupo Memoria y Región de la Universidad Surcolombiana.

El Informe ofrece una caracterización de los espacios y modalidades generadas por *elespectador.com* y *lasillavacia.com* para propiciar mecanismos de participación de los usuarios, y sus usos en el desarrollo de las prácticas periodísticas. Por medio de la descripción y el análisis interpretativo se identifican y valoran los dispositivos tecnológicos y los lenguajes multimediales desarrollados por los medios online, que repercuten en las nuevas funciones de los usuarios y permiten reconocer sentidos periodísticos emergentes de la participación e interacción. Esto por medio de una matriz de observación y entrevistas semiestructuradas realizadas con los editores y directores de medios, en la Silla Vacía el 13 de julio de 2011, con Olga Lozano, Editora Creativa y Juanita León, Directora. En *Elespectador.com* el 22 de septiembre del mismo año, con el Director, Fidel Cano Correa; el editor multimedia, Leonardo Rodríguez y la Community Manager, Karen De la Hoz. En estos diálogos se buscó ampliar y confrontar los datos surgidos de la observación sistemática de los sitios web.

Abstrac

This article is the result of the report as an assistant in the Researchproject entitled, "Changes in the functions of the reader / user in theareas of participation from the press in Colombia. Where the *Eltiempo.com*. *elespectador.com*, and *lasillavacia.com* *semana.com* during the electoral period of 2011, "whose principal investigator is Juan Carlos Restrepo Acebedo for her PhD in communication from the National University of La Plata in Argentina. The said project was presented with the support of the Region of the Surcolombiana University.

The report provides a characterization of spaces and formsgenerated by *lasillavacia.com* *elespectador.com* and mechanismsto encourage user participation, and their uses in the development of journalistic practices. Through the description and interpretive analysis are identified and valued technological devices andmultimedia languages developed by publishers, with implications for new features for users and for recognizing emerging journalisticsense of participation and interaction. This through an array ofobservation and semistructured interviews with publishers and editors in the Empty Chair July 13, 2011, with Olga Lozano, Publisher and Juanita Leon Creative Director. In *Elespectador.com*on September 22 of that year, with

¹ Comunicador social y periodista Email: neyderpip98@hotmail.com

the Director, Fidel Cano Correa, the multimedia editor, Leonardo Rodriguez and Comunity Manager, Karen de la Hoz. In these dialogues we sought to extend and challenge the data that emerged from the systematic observation of the websites.

La transformación de los canales comunicativos y la adaptación de los medios de comunicación, impulsado por el desarrollo tecnológico en era de la información. Influye en diferentes órdenes y esferas de la sociedad, por una serie de procesos interrelacionados. Es una emergencia de la sociedad red que se sigue configurando en cambios, transformaciones y adaptaciones de los medios que se extendieron a la prensa digital y con ésta el ejercicio de periodismo digital. Es esa en esa dualidad entre los medios digitales y el ejercicio del periodismo emergente que se forjan cambios en los vínculos que se establecen con el lector/usuario. Lo que implica transformaciones en las funciones de los usuarios, con esto la participación en la construcción informativa y la generación de vínculos de interactividad.

Es en este sentido que los medios establecen canales y mecanismos de participación en un ejercicio colectivo y de construcción participativa de la información, configuraciones que los medios colombianos están enfrentando. En los que además emerge la necesidad del ciudadano como generador activo y constructor informativo, en constante interacción con el medio online, inmerso en una convergencia de las formas de comunicación en la web. LO anterior implica el desarrollo de un lenguaje multimedial, acompañado del desarrollo de procesos de participación. Es así como se abren espacios de opinión, foros, secciones de usuarios y comunidades, en las que los usuarios interactúan, generan debates y polemizan. De igual forma la implementación de otros dispositivos como blogs, sondeos, interacciones en redes sociales, mecanismos como copiar, compartir y enviar.

La exploración de la Prensa Digital

Con el desarrollo de la prensa digital que se vislumbra en Colombia, en el que los medios digitales mantienen una constante exploración en usos, se advierte la necesidad de la transformación en las plataformas y las reconfiguraciones constantes de mecanismos implementados para la construcción informativa, en la que se configuran desarrollos que generan modalidades de participación en diversos dispositivos y con diferentes usos. Con lo anterior se generan cambios en el rol que asume el lector/usuario y su relación con el medio.

Los medios digitales generan espacios de participación que los lectores reconocen mientras navegan. Es la posibilidad del usuario de ser quien elija en qué participar frente a los desarrollos que los medios ofrecen. El usuario hace uso de sus necesidades e intereses para interactuar con el medio y el contenido que ofrece, es así como comparte información por correo, redes sociales, califica publicaciones, opina en foros

y pregunta al medio. Es el diálogo que se teje en la interacción de los usuarios y que el desarrollo tecnológico posibilita para generar múltiples posibilidades de acción comunicativa. Nuevas funciones del lector/usuario que cambian con el desarrollo de los mecanismos generados por el medio y las necesidades de su participación.

En este sentido es necesario establecer qué tipo de espacios para la participación de los usuarios se están generando en los medios colombianos, a qué responden y qué tipo de transformaciones en las funciones de los usuarios se están propiciando para establecer mecanismos de interacción que reconozcan al usuario como parte activa de la construcción informativa en el desarrollo de los medios digitales y en el ejercicio del periodismo digital. Es fundamental reconocer los desarrollos, la caracterización y cómo se configuran las modalidades de participación de los usuarios en los medios digitales en Colombia. Cómo los medios están reconociendo tales usos para generar apropiación de los usuarios con los dispositivos de interactividad. Este artículo es resultado de la investigación de los espacios y modalidades de participación de los usuarios en los sitios web de *elespectador.com* y *lasillavacia.com* que busca hacer la exploración desde la mirada de dos medios uno nativo pensado en la red y otro que es producto de la configuración de medios impresos en la adaptación a espacios digitales.

Penetrando en las transformaciones

Con el desarrollo y avance tecnológico que Manuel Castells² llamó la Era de la Información que influye en los diferentes ordenes y esferas de la sociedad, con una serie de procesos interrelacionados. Se presenta una evolución de los procesos comunicativos, la emergencia de la sociedad en red posibilita la transformación de los canales comunicativos y la adaptación de los medios de comunicación.

A partir de la irrupción de los ordenadores, el acceso a internet y la alfabetización informática, ha tenido lugar una evolución que primero empezó a volcar las ediciones impresas a una plataforma web, luego explorativamente se fue complementando la versión impresa, posteriormente se dio paso a mayor actualización y desarrollo de contenido propio de los medios on line. Finalmente, se dio el desarrollo de medios nativos que surgen en la web. En este contexto, se vio necesario crear y establecer un diálogo digital con el ciudadano que ahora tiene el rol de usuario, ya que como primicia tiene la posibilidad de acceder a múltiples contenidos en la web. Es así como la web empieza a ser un entorno preferido de los usuarios con los primeros pasos incipientes caracterizados por la exploración³. Tal como reconoce Mario Morales⁴,

² CASTELLS, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* Vol. 1. La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial, 2001.

³ BOCZKAUKI, Pablo J. *Digitalizar las noticias: Innovación de los diarios online*. Buenos Aires: Manatíal, 2006.

creciendo más por intuición que por derrotero claramente demarcado. Los periódicos impresos en 1995 empiezan rezagados a aventurarse en los lenguajes digitales, lo que permitió estructurar un nuevo lenguaje que aún sigue en configuración.

Es en ese uso del lenguaje que surge el ejercicio del ciberperiodismo o periodismo digital, el cual le da un giro a la profesión periodística. Una transformación en el manejo y la producción de contenido. También en los flujos de trabajo en equipo y multidisciplinario, es así como se desarrolla la nueva estructura de funcionamiento⁵. Ha sido un ejercicio de ensayo y error, en el que ahora se establecen relaciones con el usuario en esa estructura digital con elementos de hipertexto, interactividad y multimedia. Además de elementos que corresponde a la hipermedia con una estructura de la información con presentación visual y gráfica, la cual trae el elemento de la interactividad y busca que el usuario no sea un elemento pasivo⁶. Es el usuario/lector el que empieza a ser caracterizado y a reconocer sus necesidades y demandas. Un usuario al que se le brindan condiciones de acceso a los diferentes tipos de contenido del medio de modo asincrónico, es decir, él decide qué tipo de relación establecer con el contenido, qué tipo de reacción y en qué grado⁷.

Lo que trae consigo la configuración de cambios, transformaciones y adaptaciones en los medios que se extendieron a la prensa digital y al ejercicio del periodismo digital. Entonces, hay rediseño y actualizaciones de las plataformas, estableciendo la convergencia de lenguajes y medios, construcciones multimediales, propiciadas por las tecnologías digitales y la experimentación de los usuarios. Sin embargo, según Lizi Navarro Zamora⁸, la relación entre los medios de convergencia digitales que transforman aspectos y ponen a prueba recursos pensando en el usuario, contrasta con otros medios que se han quedado estancados y siguen siendo produciendo el mismo contenido de un impreso. Un proceso que para la misma Navarro implica definirse como producto interactivo, en el que el lector actúa por sí mismo en el producto y con lecturas no secuenciales que renueva y modifica⁹.

⁴ MORALES, Mario. Tendencias y debates actuales en el periodismo digital. EN: Signo y pensamiento, Universidad Javeriana. No. 47 - 2005.

⁵ PRIETO, Carmen María. **Planificación, estructura y flujos de trabajo en la producción Ciberperiodística**. Invecom, 2009 [Documento en línea] <<http://bit.ly/nJzh8v>> [consultado el 06-07-2011]

⁶ PARRA, David y ÁLVAREZ, José. Ciberperiodismo. Madrid: Síntesis, 2004.

⁷ PRIETO, Pablo R. Aproximaciones al *periodismo digital*. Madrid: Dykinson, 2007. Contenidos propios del periódico digital y Nuevas posibilidades del periódico digital on line.

⁸ ZAMORA, Lizi Navarro 1994-2004: Diez años del periodismo On line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría. Proyectos de investigación, periodismo digital. Universidad Autónoma de San Lui Potosí – México. EN: Estudios sobre el Mensaje Periodístico 2004 p. 159-174

⁹ ZAMORA, Lizi Navarro. Los periódicos On Line, sus características, sus periodistas y sus lectores. Universidad Autónoma de San Luis Potosí – México [Documento en línea] <<http://www.saladeprensa.org/art253.htm>> [consultado el 03-04-2011]

El usuario y la interacción

Formas de comunicación digitales que se diferencian de las tradicionales, en lo que Carlos Scolari¹⁰ plantea como un sistema de digitalización que establece interrelaciones entre los modelos del diseñador, la imagen del sistema, interfaz y el Modelo del usuario. En esta construcción de modelo de diseñador se transforma a partir de posibles interpretaciones y usos del usuario. Usuario que está en las posibilidades de Interacción con el sistema, a partir de su navegación en éste. Lo que estrecha la relación entre el creador y el consumidor en sus interacciones y usos, un intercambio comunicativo entre unos y otros, en el que la relación del usuario con la interfaz supone una producción de sentido.

Por su parte, Ingrid Bachmann y Summer Harlow¹¹ establecen, según Deuze, tres tipos de **interactividad** en sitios web: con navegación (usuario elige como observar el contenido), funcional (usuario puede relacionarse con otros usuarios o productores de contenido) y adaptable (el sitio se adapta a las preferencias u hábitos del usuario).

Carmen María Prieto define la interactividad como, “la posibilidad que se le ofrece al usuario de intercambiar con cada uno de los miembros que participan en la producción de contenido o con el sistema”¹². Por ende debe haber promoción de la participación e interacción con el usuario en espacios de discusión y complementación de la información. Este uso implica, según Scolari, una dimensión interactiva de intercambio, una propuesta de interacción que enfrenta el usuario. Interactividad que propende por la participación de los usuarios, mediante canales de diálogo con el medio, el contenido y los usuarios.

Uso de los foros

En estos espacios de interacción se configuran los foros, reconociendo la evaluación de los editores y directores de los medios estudiados, a ese espacio, se evidencia que su uso son un reflejo del pensamiento político de ciudadano colombiano, una proyección de sus actuaciones en la vida diaria y que se hacen evidente en sus usos; sobre todo de polarización política en que centran el discurso en su mayoría de veces acudiendo al ataque, descredito y spam.

¹⁰ SCOLARI, Carlos. Hacer clic, hacía una sociosemiótica de las interacciones digitales. Gedisa. 2004.

¹¹ BACHMANN, Ingrid y Harlow Summer. Opening the Gates: Interactive and multimedia elemnts of newspaper websites in latin America. University of Texas. Simposio Internacional de periodismo en línea. [Documento en línea] <http://online.journalism.utexas.edu/papers.php> [consultado el 07-09-2011]

¹² PRIETO, Carmen María. **Planificación, estructura y flujos de trabajo en la producción Ciberperiodística**. Venezuela: Congreso Invecom, 2009 P. 5 [Documento en línea] <http://bit.ly/nJzh8v> [consultado el 06-07-2011]

Los espacios de participación como los foros tienen múltiples usos, en el que se mantiene un registro del usuario, pero éste conserva el anonimato. La función en mayor medida es la de opinión sobre el contenido de la publicación de manera descortés, apelando al descrédito y el ataque a personajes públicos. Incluso lleva a que otro de los usos sea la confrontación de opinión con otros usuarios y no directamente sobre la publicación. Lo que implica que es un espacio que se polariza en ataque y defensa con temas de la agenda que establecen una relación política con algún personaje público y que se salen del tema de artículo en el que comentan. Otros usos en menor medida son para corregir información, agregar y denunciar, bien podrían ser usos desviados que terminan incluso en spam de publicidad.

A pesar del uso inadecuado que hacen no pocos usuarios de los comentarios en foros, *elespectador.com* no evalúa la posibilidad de cerrar el espacio; piensa en la transformación hacia una mayor visibilidad del usuario, sin que sea la medida total para garantizar calidad. Lo anterior, reconociendo la masividad del medio en el que los usuarios son diversos. De allí que se tomen medidas alternativas en medios, como la posibilidad de habilitar los comentarios desde las redes sociales como Facebook y Twitter, sin que esto garantice una plena identidad de usuario, que es autónomo de su identidad virtual.

El editor multimedia del *elespectador.com*, Leonardo Rodríguez, asegura “se vienen preparando cambios en el manejo de los foros; uno de los ejes apunta a elevar la visibilidad del perfil del usuario en el portal, a fin de incentivar la responsabilidad de los comentaristas. Ya que si bien el foro para el medio tiene importancia, así se vea que hay múltiples comentarios y críticas alrededor del nivel de las opiniones que se incluyen en estos foros, en ningún momento se han pensado eliminar. “En eso siempre hay opiniones extremas, opiniones medias y opiniones livianas. Opiniones extremas han pensado o han sugerido que en algún momento hay que pensar en cerrar el foro, lo cual definitivamente está descartado, no ha sido un tema de sentarnos en Consejo Directivo a considerarlo ni siquiera, a decir qué implicaría cerrar los foros. Digamos sacar una ecuación para decir el término de pérdida y ganancia, nunca hemos hecho eso porque no consideramos que sea el camino”¹³.

La masividad de un medio, no se puede representar en el mal uso de los espacios de participación como los foros, existe la necesidad de formar una audiencia que reconozca las reglas de participación; lo que se construye con un usuario que sea integrado al medio como parte de una comunidad que interactúe y que debe fortalecer en la autorregulación de la misma.

La Silla Vacía respeta la condición de avatar y *nickname* que trae consigo la posibilidad de mantener cierto anonimato, sin embargo, no completo al tener la posibilidad los

¹³ Entrevista realizada con Leonardo Rodríguez, Editor Multimedia de *elespectador.com*, por parte del profesor Juan Carlos Acebedo Restrepo y Neyder Salazar. Bogotá, 22 de septiembre 2011

usuarios de hacer un perfil y respondiendo a la lógica de configurar una comunidad autocontenida. Comunidad que se construye en confianza y diálogo con el medio, que se reconoce y conoce el uso de reglas en el espacio de participación, por lo que controla y son los mismo moderadores de los espacios.

De ahí a que se generen debates en los foros en los que hay buen uso de la argumentación, por eso para LSV es importante hacer un seguimiento a los foros de sus publicaciones, función de cada periodista cumple con respecto al foro que se desprende de su artículo, para responderle al usuario y utilizar aportes de los lectores que se generan en estos espacios de participación. Escuchar al usuario, responder a sus aportes y construir de la mano con ellos, es un elemento clave en la política de que los usuarios son parte de la redacción. Para Olga Lozano hay que repensar el uso del comentario, hacer de este espacio un uso inteligente, potencializarlo, “se trata entonces de acudir a herramientas para inventar géneros, nuevas narrativas, construir algo inteligente”. Es así como la comunidad busca agrupar gente para narrar de manera periodística.

Lenguaje digital: multimedia y participación

Se generan modalidades en el lenguaje de hipertextualidad, con estructuras textuales, no secuenciales ni lineales, que posibilitan al usuario establecer trayectos de lectura y navegación. Hipertextualidad que Carmen Prieto pone en el relato ciberperiodístico, que va afinando la estructura informativa a partir de la cadena de nodos. Se desarrolla la propuesta de multimedialidad, una relación convergente de medios, en la que se conjugan textos, imágenes, sonidos y video.

Es la narrativa la que se construye en formatos de internet y que están en experimentación, Escolari sostiene que toda dimensión narrativa está presente en la experimentación interactiva. Entendiendo la narrativa como la organización del discurso en la relación de éste en su producción y lectura, que Umberto Eco denomina estructura narrativa. Narrativas que en internet se configuran en mutaciones que posibilitan la participación. Narrativas que resulta fundamental pensar de manera creativa cuando de establecer una relación de usabilidad se trata, lectores que escanean y maneras visuales de atraerlo para permitir comprensión del mensaje como establece Guillermo Franco¹⁴ en su manual de cómo escribir para la web. Implica al usuario poderle dar posibilidades de exploración, lenguaje múltiple donde se fracciona la narración con hipertexto (enlaces) - hipermedia, para volver a unir desde

¹⁴ FRANCO, Guillermo. *Cómo escribir para la web*. Knight Center for Journalism in the Americas, 2009. [Documento en línea] http://knightcenter.utexas.edu/como_web.php [consultado el 10-06-2011]

varias entradas que el usuario encuentra, en medio de un diseño que no debe reducir el aspecto funcional¹⁵.

En este orden de ideas, los medios han generado áreas de participación de los lectores, que Luis Albornoz¹⁶ identifica como el desarrollo de internet y la posibilidad tecnológica de instaurar modelos de interacción a través de la participación de la audiencia. Para él es un potencial transformado en Internet, es lo constituye la creciente apropiación por parte de los usuarios de los espacios de participación que habilitan las tecnologías interactivas, quienes toman la palabra (y las imágenes) y ponen a circular sus relatos y argumentos en los circuitos y redes digitales en expansión. Son Dispositivos de participación de lectores como el desarrollo de enlaces de email, áreas de discusión, votaciones, foro debates, encuestas, entrevistas online, distribución de contenido, en los que los lectores hacen sus propias aportaciones. Albornoz asegura que son dispositivos de participación infrautilizados, y sujetos a controles y restricciones por parte de las industrias mediáticas que ponen en cuestión sus alcances democratizantes.

En la tipología de la participación, Óscar Espiritusanto¹⁷ manifiesta que esta depende en gran medida de la tecnología disponible en un determinado momento y lugar. Se puede coordinar una acción colectiva contando con la participación de los usuarios a través de listas de correo, grupos de discusión, foros, pero no será una participación en tiempo real, o a través de las actuales herramientas en línea o redes sociales, como Twitter, Facebook o Quora, que permiten ofrecer respuestas e interacciones casi inmediatas. Alejandro Rost¹⁸, plantea en el fenómeno de la Interactividad comunicativa una serie de etapas en la participación de los usuarios, en dos momentos distintivos en la evolución en el periodismo digital: en el 2006 y otra 2009, que termina en participación sincrónica, reconocido en el flujo informativo.

El medio *elexpectador.com* cuestiona el desarrollo de multimedia y entrevistas on line que implican un trabajo que no se traduce en tráfico de la página. Hay uso de gráficos animados, desde una puesta de especiales en multimedia desarrollados en flash que por su condición son interactivos, implica que el usuario tome decisiones de navegación, así como la posibilidad de ser compartido. Pero, no tienen la posibilidad

¹⁵ EDO, Concha. Periodismo informativo e interpretativo. **El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Sevilla, España: Comunicación social Ediciones y publicaciones, 2009 .**

¹⁶ *Investigación de análisis comparativo de cabeceras online de Iberoamérica, examinó entre otras variables, los diversos espacios de participación de los lectores. Albornoz, Luis A. *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

¹⁷ ESPIRITUSANTO, Oscar y Gonzalo. Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación. LOS USUARIOS: Tipología de la participación, Óscar Espiritusanto. Fundación Telefónica. Barcelona: Editorial Ariel, 2011 [Documento en línea] <http://bit.ly/tqvTNI> [consultado el 010-09-2011]

¹⁸ ROST, Alejandro. La participación en el periodismo digital: Muchas preguntas y algunas posibles respuestas. Periodismo Digital en un paradigma de transición. Del segundo Foro de periodismo digital del Rosario 2010. [Documento en línea] <http://es.scribd.com/doc/53248207/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicion> [consultado el 02-04-2011]

de ser comentados. El medio reconoce que este tipo de desarrollo en periódico pierde relevancia para la audiencia, “en el caso de multimedia sobre algo interesante, se dedica a la investigación, editando videos, fotos y lo pública, pero en esas el Tino Asprilla le da una patada a un bus y tiene más tráfico la noticia del Tino, que lo que se tenga que contar como tal. Muchas veces ese tipo de casos son recursos que se utiliza y que hoy amerita o que editorialmente se diga hay qué estar presente en eso”, reflexiona Leonardo Rodríguez, editor Multimedia.

El usuario en el medio

Es importante que los medios digitales permitan que los usuarios interactúen con los periodistas, los conozca, propicien un dialogo y contacto, haciendo visible sus perfiles, y así se cree confianza de realidad en un escenario de virtualidad y que aporta a solidificar los vínculos de la comunidad.

Mario Tascón es enfático en manifestar que los medios digitales deben pensar en el usuario,

“En Internet, más que en cualquier otro medio se hace necesario seguir la premisa de tener en cuenta a los usuarios, quienes se vuelven parte activa en el proceso de creación y desarrollo de las informaciones. Por esa razón, la labor de los periodistas es facilitarles la experiencia a los usuarios, brindarle de forma clara y amena las herramientas para que se unan a la conversación y hagan sus aportes. Deben tener todo a su alcance para que puedan hacerse cómplices del medio, que descubran cada vez nuevas cosas, que se apropien de él. Facilitarles las cosas a los usuarios va desde detalles como conversar con ellos en el medio y en sus respectivas redes sociales; personalizar la forma en que utilizan el sitio; optimizar las Url para que nos encuentren más fácil en los buscadores y claro, crear contenidos que les solucionen alguna necesidad. Hoy a los medios se les suman los usuarios, quienes cada vez cumplen con más fuerza el papel de productores de información y que también cumplen un importante rol como recomendadores y socializadores de los contenidos que circulan en la red. En el nuevo esquema de comunicación que plantea la web, los usuarios aumentan su influencia sobre los medios gracias a los cada vez más amplios canales de participación”¹⁹

¹⁹ TASCÓN, Mario. Emprendimientos periodísticos en Internet: pistas para crear nuevos medios pensando en los usuarios. Relatoría del Taller de Emprendimientos periodísticos en Internet, Junio de 2010, Lima, Perú. Relator: Carlos Andrés Serrano Castro [Documento en línea] <http://bit.ly/lu690e> [consultado el 20-07-2010]

Para Guillermo López García²⁰, son las características del soporte digital con la aparición de un sistema comunicativo que tiene distintas herramientas interactivas y sistemas de publicación que conforman un público activo y una nueva composición de la esfera pública. El investigador, Juan Carlos Acebedo²¹ establece que la interactividad de los medios digitales es la que diversifica y potencia las funciones del usuario, pero también da lugar a nuevos escenarios y espacios mediatizados de la esfera pública política, en los que los usuarios buscan, y configuran de modo participativo sus identidades políticas y ejercen modos emergentes de política.

Carlos Ruiz y otros²², agregan que las audiencias activas adquieren protagonismo y revitalizan potencialmente la conversación con su participación en los canales de los ciberdiarios por medio de los comentarios de los lectores a las noticias. Para que la *conversación 2.0* sea compatible con la democracia, debe deliberar y argumentar con calidad, lo cual choca con la facilidad de decir en lo digital, así como con la charlatanería e irresponsabilidad que distingue la participación anónima de los lectores en los foros.

Según Guillermo Orozco asistimos al “tránsito de audiencias agrupadas en función de la recepción, a audiencias definidas cada vez más en función de su capacidad para el intercambio y la emisión. Cambio por el cual las audiencias se van volviendo usuarios, productoras y emisoras, puesto que la interactividad que permiten las nuevas pantallas trasciende la mera interacción simbólica con ellas, para situar a las audiencias, en tanto que se cumplen otras condiciones de accesibilidad y cultura digital²³”.

El proceso de Interacción va más allá del intercambio, ahora pasa por la relación de conversación por redes y en esos usos para establecer las relaciones periodísticas. Se experimenta el periodismo participativo, como nueva tendencia periodística que parte incluso de foros y tipologías como el weblog²⁴. “Se establecen cambios de los periódicos digitales hacia un contenido generado por el usuario y el uso de recursos multimedia, en un ecosistema de noticias en línea con blogs y medios sociales, además

²⁰ LÓPEZ GARCÍA, Guillermo. **Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública**. EN: Zer: Revista de estudios de comunicación, 2006 No. 20. [Disponible en línea] <http://bit.ly/prl44r> [consultado el 28-08-2011]

²¹ ACEBEDO RESTREPO, Juan Carlos. Nuevas Funciones del lector/usuario y cultura política en la prensa digital colombiana. Ponencia presentada al X Congreso de Alaic, realizado en Bogotá en Septiembre de 2010.

²² RUIZ, C.; MASIP, P.; MICÓ, J.; DÍAZ NOCI, J. y DOMINGO, D., "Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana." EN: *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, n. 2, 2010, pp.7-39.

²³ OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Entre pantallas, nuevos escenarios y roles comunicativos de sus audiencias-usuarios. En *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica*, de Varios, 287-296. México: Anthropos-UAM 2009.

²⁴ PARRA, David y ÁLVAREZ, José. Ciberperiodismo. Madrid: Síntesis, 2004 Cap. 14 Periodismo participativo.

de presión para que se incorporé más periodismo ciudadano”.²⁵ En esta medida el rol de los periodistas ciudadanos se califica como positivo, “los medios digitales y las redes no están transformando directamente el periodismo, pero hacen que esa transformación sea posible concediendo nuevos poderes”²⁶.

Una tendencia que se condensa en la categoría prosumer, en la cual el usuario también es productor de contenido, el rol de ciudadano como constructor, el empeño de romper la dualidad entre ser consumidor y productor²⁷.

Acompañado de lo que Óscar Espiritusanto denomina el (pro-am), periodistas profesionales y amateurs pueden hacer un mejor trabajo, ofreciendo mayor calidad, vigilando a los poderosos y velando por la transparencia informativa. Se trata de crear y experimentar con nuevos medios colaborativos y ciudadanos. Un desarrollo de colaborar, Crowdsourcing o el periodismo participativo con una mentalidad abierta y a explorar nuevas formas de comunicación. Luis Albornoz reconoce que el lector se ha convertido en un co-productor de los contenidos editoriales, estableciendo relaciones de comunidades virtuales en las que se convierten en generadores y productores de información.

Ignacio Negri²⁸ asegura que se pasa de redactores a artesanos de la información por el abanico de herramientas que el periodista deberá saber manejar y complementar al momento de producir. Esto más el diálogo en una comunidad y las funciones de la audiencia en la construcción informativa, forma parte para Henry Jenkins²⁹ del proceso de convergencia cultural, donde unos nuevos medios que se caracterizan no tanto por su novedad tecnológica, como por los usos y las apropiaciones que los diferentes actores sociales hacen de internet dentro de los contextos culturales más amplios en que se inscriben estas prácticas, las cuales contribuyen a su vez a (con)formar.

La participación implica más allá de habilitar un foro o sondeos, se trata de de generar espacio de construcción y aporte informativo; en el que el medio debe ejercer

²⁵ BACHMANN, Ingrid y Harlow Summer. Opening the Gates: Interactive and multimedia elements of newspaper websites in latin America. University of Texas. Simposio Internacional de periodismo en línea. [Documento en línea] <http://online.journalism.utexas.edu/papers.php> [consultado el 07-09-2011]

²⁶ *El equipo de periodismociudadano.com lleva más de cuatro años observando, analizando, buscando, sorprendiéndonos y disfrutando con la participación de los usuarios en este nuevo ecosistema comunicativo que se presenta, un análisis sus logros y beneficios. ESPIRITUSANTO, Oscar y Gonzalo. Periodismo ciudadano: Evolución positiva de la comunicación. Howard Rheingold ¿Por qué las democracias deberían depender de él?, y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente? P. 8 Fundación Telefónica. P. 8 [Documento en línea] <http://bit.ly/tqvTN> [consultado el 10-09-2011]

²⁷ TOFFLER, Alvin. La tercera ola. Bogotá: Plaza & Janes. S.A. 1981 capítulo El resurgimiento del prosumidor.

²⁸ *El periodista digital como artesano de la información. NEGRI, Ignacio. Periodismo Digital en un paradigma de transición. Del segundo Foro de periodismo digital del Rosario 2010. [Documento en línea] <http://es.scribd.com/doc/53248207/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicion> [consultado el 28-09-2011]

²⁹ JENKINS, Henry **Convergence culture: where old and new media collide**. New York University, 2006.

seguimiento y monitorear a los aportes que pueden permitir la corrección, ampliación y construcción de nuevas historias. Es la necesidad potencializar el espacio, y que no sea abierto como un simple canal muerto donde no hay intercambio y diálogo. De ahí que se propongan usos inteligentes, pensar en el fin del espacio y los canales de participación. Abrirse con un sentido más allá de dar una voz a lector, que no es escuchada por el medio. Esto implica el uso de herramientas que propicien la participación desde un uso inteligente de la plataforma por parte de los usuarios.

Generar mecanismos de interacción que potencialice la participación del usuario, implica una transformación en la política editorial de medios para el reconocimiento del usuario como parte en la construcción narrativa e informativa por medio de su participación. Políticas que en la web deben establecer un cambio, reconociendo las múltiples exploraciones narrativas de internet en las que está presente el usuario.

Es necesarios apórtale a la creación de una política que se reconozca y sea clara para los usuarios. Los medios deben fundamentar sus criterios periodísticos en el fortalecimiento de la política de usuarios, en la que entiendan los mecanismos de interacción. Lo que implica reglas de uso definidas, socializadas, reconocidas y aceptada por el usuario, (hasta construida con el usuario que se debe sentirse parte del medio) así como una ruta sobre los canales de participación disponibles y sus usos.

Esto es una puesta clara de reconocer las necesidades de usuario, evaluar las posibilidades del medio y su interés de generar canales que permitan integrar al usuario al medio; pensar en su función, lo que incluye establecer políticas editoriales que reconozcan la función y participación del usuario.

Fidel Cano puntualiza entonces que si bien el usuario/lector ahora propone, agrega y establece vínculos informativos desde sus necesidades, debe haber un control periodístico de la agenda, no puede ser un tema abierto y sin rumbo. Lo que evidencia que se sigue ejerciendo el poder editorial y las políticas del medio, aún así la audiencia establezca necesidades de cambio. Es decir el usuario es integrado como parte activa del medio y su construcción informativa, pero no como agente decisorio, más bien en su rol social de contribuir, asesorar y recomendar. Finalmente, la palabra sigue estando en el medio, un medio que bien puede abrir sus espacios, pero le falta una verdadera integración del usuario como parte activa y con voz en la redacción.

Con los espacios y modalidades generadas de participación, es el control del medio que se modifica, pero sin ser reinstaurado en otro orden el sentido periodístico. Ya que la voz del usuario es reconocida, en una condición de asesor y regulador. El medio reconoce que se debe mantener en control periodístico de la información por parte del medio, es decir abre espacio con una relación más estrecha, pero que sigue siendo alejada por no establecer verdaderos vínculos con los ciudadanos/usuarios en la

agenda informativa. Entonces al usuario se le reconoce como una propuesta más reguladora/ controlar³⁰ del periodismo (corrige, agrega, cuestiona y recomienda).

En la Silla Vacía la posibilidad de propiciar canales de diálogo e interacción con los usuarios, le ha permitido entender al usuario como parte de la sala de redacción, buscando potencializar su participación, y los “Usos inteligentes”. Construir contenido colaborativamente y narrar historias acompañándolos, generando secciones nuevas con posibilidades de participación, tal como “Yo pregunto, ustedes eligen y la Silla Busca”, o “La Movida de los usuarios”.

Comunidades

Se configuran entonces comunidades digitales que Irigaray³¹ reconoce que comparten intereses con una proximidad, comunicación interactiva y los cuales se fundamentan en una comunidad interpretativa que pone en juego mediaciones, identidad y producción de sentido. Comunidad que para David Soler³² se debe crear con unos objetivos, un tema que propicie la participación, y entonces es un proceso de gestión.

La comunidad se construye bajo la confianza que se establece con el medio y su reconocimiento a ésta, es como se potencializa la función del usuario que participa en el medio. Esto propicia el diálogo con los usuarios; poderlos identificar, comunicasen con ellos, decirle cuando están incumpliendo las reglas y reconocer su participación. También reconocer claramente sus usuarios y vincularlos al medio, aporta a una comunidad autocontenida y que genere una autorregulación. Por lo tanto hay que propiciar una comunidad virtual que se reconozca. Implica reconocer que los espacios de participación son libre, pero no un espacio arbitrario que rompa con los parámetros establecidos por el medio y que los usuarios regulan. No se trata sólo de construir una comunidad del medio, también que el medio reconozca las comunidades creadas por sus usuarios, como parte de sus redes y en las que debe extender su relación para agrupar en una comunidad.

Frente a la alternativa de construir una comunidad, está otra posibilidad por la que ha optado los portales web, pero que no debe ser una opción alejada de la necesidad de

³⁰ El uso de regulador en más propicio para la función que ha determinado dentro del manejo y desarrollo informativo del periodismo. Ya que la del control sigue siendo una figura del medio y del periodista que maneja la información, situación que sigue estando en su poder, así la participación activa del usuario implique su transformación en el medio sigue teniendo en control bajo sus políticas editoriales.

³¹ IRIGARAY, Fernando. La Sindicación RSS: un nuevo aporte a la audienciación y las comunidades interpretativas, [Documento en línea]

<http://dialogica.com.ar/digicom/2005/06/04/la_sindicacion_rss_un_nuevo_ap/>

Cita: Gubern, Román (2000): “El eros electrónico”. Madrid. Edit. Taurus. [consultado el 20-09-2011]

³² SOLER, David. Creación y gestión de una comunidad. [Documento online] <http://qoo.gl/oE1Kx> [consultado el 07-18-2011]

construir comunidad. Es estar alojado en redes sociales, establecer ese vínculo de identidad por medio de redes. Si bien esta es una alternativa para lograr espacios y foros de mayor calidad, esto no garantiza que la calidad mejore dado identidades múltiples que puede crear un usuario en la web. Este manejo también implica un seguimiento a los comentarios para identificar los que rompen con las reglas de participación, es decir más que un moderador, propiciar un gestor de participación que haga seguimiento a foros de las publicaciones, el que pueda tener un control que no implica censura, y potencializar los comentarios para la construcción de nuevo contenido o los aportes para mejorar y corregir el contenido desde los aportes de los usuarios.

La construcción de comunidad en *elexpectador.com* se ha hecho de manera independiente al medio, con otra plataforma en que se reconoce la creación de contenidos de usuario, *Soy Periodista*, pero se separa del proyecto periodístico del portal *elespectador.com* cuidando la marca por su calidad, por eso el contenido del usuario sólo luego de pasar unos filtros se comparte en la red de portales del grupo empresarial. Espacio en el que se ha generado un ejercicio de opinión, no se ha logrado construir una reportería ciudadana, lo que implica pensar estrategias en el manejo de ese uso, identificando y estableciendo una comunidad sólida que se reconozca y potencialice su participación. A falta de una construcción informativa propia del usuario, se hacen ejercicios sobre contenidos en redes para construir información.

Los usuarios de la comunidad de la *sillavacia.com* pueden publicar contenido de manera restringida, acompañados de una editora, en función de asesoría. Lo cual hace parte de una tendencia de abrir espacios de construcción de contenido ciudadano desde la orientación profesional para cualificar la calidad de los contenidos que se presentará desde la marca de LSV. Figura que catalogaría el ejercicio de periodista como mediador para contar otras historias, diferentes exploraciones informativas desde diferentes narrativas. Este espacio de participación del usuario en el desarrollo de contenidos, tiene unos requisitos claro para publicar y es que no se aceptan publicaciones tipo opinión.

La participación en una comunidad se construye con sentido, pensar el por qué crear un espacio de interacción, qué se quiere con ésta y cómo estaría contribuyendo a la construcción informativa. Para hablar de interactividad es necesario comprender la construcción de comunidad que piense en la política de participación inteligente por parte de los usuarios, en la que se constituye una comunidad informativa de varios niveles, conformada por redes en las que hay una relación informativa con fines y alcances.

Inscritos en esa lógica de la Web, LSV se entiende como un nodo inserto en una red que construye comunidad. Nodos internos de comunidades y externos, que son para

el flujo informativo y para la construcción informativa, divulgación y debate. Se constituye entonces una apuesta de construir comunidades virtuales, generando una interacción entre la comunidad de lectores que se hacen visibles con perfiles.

Periodismo digital

Emergen en el periodismo profesional nuevos roles, tales como los de mediar, formar y propiciar espacios de participación ciudadana. Esto en el marco de la ciberestructura de la Información, en que el periodismo tiene un círculo inmediatez, donde pasa a la red y hay relaciones más directas entre generadores y audiencia, dando paso entonces a una difusión directa³³. Lo que permite roles periodísticos como la curaduría y la agregación en una audiencia segmentada con intereses particulares. Concepto que busca resolver, a partir de la selección de contenido, esa saturación de información, por la cual es difícil encontrar el contenido relevante de un tema específico. El propósito: llegar a un excelente filtro y análisis de la información. Donde, además, el periodista deberá aprender cómo buscar y cómo encontrar el mejor contenido para contar una historia³⁴.

Es necesario trabajar en una tendencia fuerte en el rol de periodista digital como curador de contenido, el que selecciona, filtra, pule y establece tendencia en medio del abrumador flujo informativo que circula. Característica de un rol del perfil profesional de periodista digital que implica una capacidad entre el reconocimiento de información en una agenda verídica, que contraste, evalúa y que ordene para ser narrada y presentada al usuario desde la agregación de contenido, además que muestre contenido bruto y transparente para el lector.

La propuesta de construir información desde la red, desde la función del curador, haciendo uso de redes es el potencializar información que surge en el escenario virtual, pero refleja realidades que potencializan narrativas. Tal es el caso de un grupo que se conforma en Facebook sobre la corrupción de un alcalde, ahí se reflejan insumos para contar una historia y mantener luego el debate en el mismo grupo. Lo que no implica perder la rigurosidad de todo proceso periodístico, ya que debe pasar por los fundamentos esenciales del periodismo.

En la Silla se potencializa la función de curador, ofreciendo un flujo informativo que selecciona y filtra. En esta curaduría se acude al contenido de los usuarios y demás información en bruto que por el medio circula.

³³ PARRA, David y ÁLVAREZ, José. Ciberperiodismo. Madrid: Síntesis, 2004. Cap. 14 Periodismo participativo. 8. Elementos del ciberperiodismo. 7. Ciberperiodismo móvil.

³⁴ Periodismo de hoy. Lo que un periodista puede aplicar en la curación de contenido. [Disponible en línea] <http://periodismodehoy.ning.com/profiles/blogs/lo-que-un-periodista-puede-aplicar-en-la-curacion-de-contenido> [consultado el 17-11-2011]

De ahí a que se creen cuentas especializadas, temáticas y que permiten que el usuario en su libre albedrío, bajos sus necesidades o interés, decida seguir, aportando a no saturar a la audiencia con información que no es de su interés. Alternativas como la creación de hashtag para impulsar la participación, el diálogo y la retroalimentación son fundamentales en el uso de las redes. Es necesario pensar en mecanismo de participación en redes como Facebook en que sus comunidades construidas son elemento vital para la construcción informativa y así como potencializar los espacios de comentarios para la creación de historias.

Potencializar redes

La figura del **community manager** en los medios digitales se torna indispensable para propiciar conversaciones en la red, generar una participación del usuario y su opinión. Aportando así contenido de interés para los usuarios, la creación de comunidades en torno a la marca en espacios como las redes sociales online. El editor de redes sociales facilita la construcción de branding, la segmentación y la orientación, ya que la red social es un canal de interconectividad entre los usuarios³⁵. Tiscar Lara, reconoce que los medios se deben configurar en “medios de comunicación social”, tienen que proveer de espacios de comunicación y socialización a sus audiencias: “En cierta medida podríamos decir que los medios se han bloguizado, pero ahora el reto estriba en captar nuevos públicos y convertir a sus audiencias en redes sociales”.³⁶ Esto con el uso de la conectividad con sus audiencias y cultivar la relación de proximidad en una misma comunidad de red en el medio, donde dialogue y construya contextos de acción.

Las redes son un elemento vital para un diálogo más fluido y se debe potencializar para dinamizar las conversaciones con los usuarios y construir información desde el aporte del usuario; proponer foros, preguntas y de más formas de trabajo colectivo que permita construcciones narrativas desde las redes, sus comunidades y los usuarios. El papel de proponer usos inteligentes también en las redes, ¿para qué le preguntamos algo en un foro o para qué le pedimos aporten fotos, si eso no implica un fin y un uso?

El manejo de redes permite establecer confianzas y vínculos para la construcción de la comunidad en sus múltiples extensiones, es decir una comunidad que va más allá de medio. Una comunidad de la marca en escenarios diferentes al portal web. La función de curador en la redes es esencial, junto a esta está el monitoreo de la marca, su

³⁵ CASTELLÓ MARTÍNEZ, Araceli. *La figura del Community Manager*. [Documento en línea] <http://bit.ly/jVC2P5> [consultado el 29-11-2011]

³⁶ LARA, Tiscar. Periodismo Digital en un paradigma de transición. *La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales*, Del segundo Foro de periodismo digital del Rosario 2010. P. 76 [Documento en línea] <http://bit.ly/zebCRU> [consultado el 15-09-2011]

posicionamiento, distribución (informar) la construcción informativa generando debates y demás usos de interacción que implican un equipo de trabajo.

En *elespectador.com* el uso de redes de manera inteligente se ha traducido en mayor tráfico al portar y una relación más estrecha con el usuario. El uso sistemático de las redes para crear una interacción con los usuarios, se dio sólo a mediados del 2011, lo que se evidencia como una falta oportuna de generar diálogos, sólo por estar como obligación; pero no como una necesidad de generar intercambio con la audiencia de manera más fluida. Y de exploración de narrativas colaborativas y de redes. Lo que ahora hace la community manager para potencializar la participación y dinamizar un diálogo especializado por regiones, temáticas y uso de hashtags por temáticas especializadas y regiones (Descentralizar las cuentas en redes y generar participación) que se tradujo en aumento de usuarios, más tráfico por redes y mayor interacción. En el Espectador hay un uso de redes para propiciar participación, invitándolos a contribuir con datos e información, compartir, corregir, agregar, opinar y sugerir. Hay una política de reconocer errores con iniciativas como el #jalondeorejas y la Redacción al Desnudo donde los usuarios participan.

El uso de las redes sociales en *elespectador.com* para generar interacción con los usuarios se ha transformado. Según su director, Fidel Cano, ha sido un proceso que al inicio fue muy informal y lleno de aprendizajes, bajo la necesidad de tener presencia en las redes y trabajar más en ellas, haciendo su uso experimental en un trabajo que al comienzo, “se hizo con las uñas”, a partir de lo que se les fuera ocurriendo en el camino y las cuentas eran manejadas por Fidel Cano y Leonardo, editor multimedia.

Para Karen De la Hoz uno de los objetivos de su función como Community Manager es la construcción de una comunidad de periodismo ciudadano consolidada. “En eso estamos trabajando, tratando de aumentar todo lo que podamos la participación de la gente en nuestros contenidos, invitar a la gente a que también produzca contenidos. En esa línea tenemos a Soy Periodista es un poco para eso y estamos tratando ahora mismo, -ya después de conocer como es, igual soy muy nueva, no tengo tres meses- como conocer las redes, eso de crear una personalidad de El Espectador y ahora estamos trabajando duro en el tema del periodismo ciudadano. Estamos trabajando en *soyperiodista.com* mirando como qué podemos hacer, por lo menos tenemos una cosa clara: Tenemos un público universitario grande y que le gusta contar cosas, lo que hay que hacer es invitarlos de la manera correcta para que ellos quieran contar. Por lo menos con los chicos de la universidad de Pamplona, con los disturbios hace dos días, ellos se quejaban de que los medios no estaban registrando lo que estaban pasando. Entonces les dijimos estudiantes de la Universidad de Pamplona que nos cuente cuál es la situación en estos momentos en su universidad. Le dejamos un correo electrónico y nos respondieron muy rápido, creo que tuvimos por ahí unos 10 correos con todo ese tema. Nos mandaron fotos, compartieron videos y alguna

información la publicamos en Soy Periodista. Entonces hay que invitarlos, mostrarles los canales que hay, de pronto no tienen tan claro que pueden participar y estamos trabajando en cómo hacer para llegar a ellos y para que puedan compartir su contenido”.

Las iniciativas y recursos utilizados por la community manager en *elespectador.com* se topan con el enfoque de sus editores, de no sacar al usuario de la plataforma, cuando desde el manejo de redes y el periodismo digital se está construyendo contenido que implica el uso de plataformas como blog independientes al medio, pero que establecen una relación clara con la marca del medio que el usuario logra identificar.

Para el medio sacar de la página al usuario y mandarlo a redes (hacer que se vayan del medio a Twitter), se traduce en seguidores, pero no en visitas, puesto que el usuario se queda con la información corta del tweet; por el contrario, la idea del medio es de Twitter hacerlos llegar al portal del medio. Situación que se aleja de establecer una relación clara del medio y su marca en el portal principal del periódico, con las extensiones del proyecto digital como las redes sociales dentro del ecosistema mediático. Comunicar en Twitter es otro mecanismo de creación, divulgación e interacción que se debe asumir, sin miedo a perder usuarios, ya que cuando el medio es reconocido por la marca y ha establecido relaciones claras con los canales del medio, el usuario regresa al portal, si algo es de su interés retornará.

Es el caso del uso de Storify³⁷, que es una plataforma que ofrece el servicio y si bien permite embed en la página, establece una relación para salir del portal e ir a la página de la historia creada en Storify, tal como demuestra la historia de mayor visita en esa plataforma que hace referencia a resultados de declaraciones de Juan Manuel Corzo, “Así recibieron en Twitter las declaraciones del senador”, que cuenta con 26331 visitas. Es claro que se establece una relación con la marca que los usuarios logran identificar, un medio en la web implica ir más allá de un simple portal, es una relación en un sistema informativo y de interacción. Si la marca establece relaciones con todas las extensiones de su medio, el usuario reconocerá la forma de ir y regresar al medio, más aún cuando reconoce la calidad informativa por la que ha logrado que sea seguidor y usuario fiel.

Exploraciones narrativas

Nuevas herramientas digitales y exploración narrativa, uso de gráficos en los que se relacionan con el usuario se vislumbra. Ahora el desarrollo hacia múltiples plataformas, el uso de los móviles implica adaptaciones y exploración de narrativas. Es

³⁷ *Ver historias creadas en la cuenta de Storify del Espectador [Disponible en línea]
<<http://storify.com/elespectador>>

así como el ciberperiodismo móvil entra a ser un nuevo modelo de comunicación, como plantean David Parra y José Álvarez. Se trata entonces, según Fernando Irigaray³⁸, de pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos con presencia de la **producción gráfica que necesita de un texto cohesionado que fluya entre párrafo y párrafo** para mantener ligada su superestructura y una idea clara que articule el contenido de forma coherente en su macroestructura.

Los medios deben generar exploraciones narraciones creativas, con uso de herramientas pensadas que permitan una construcción no lineal. Los medios siguen siendo planos, brindando poca posibilidad de exploración y alternativas de lectura al usuario. Es la necesidad de brindar posibilidades de leer la historia, lo que generaría interacción con el contenido. De ahí a pensar usos multimediales que se salgan del gran producto en flash, ya que multimedia implica la coherencia de una galería fotográfica, acompañada del relato textual, de narraciones gráficas más allá de la barra e infografía gráfica, que permita al usuario moverse en el desarrollo para reconocer la historia, leguajes de navegación y de comprensión gráfica. Recursos que sean pensados en su utilidad, y en la posibilidad de contar mejor y de manera más clara una historia.

La Silla Vacía hace dos usos de la aplicación de las herramientas: Uno se plantea como un hecho periodístico, herramientas con las que desarrolla nuevos formatos periodísticos (contar - narrar). El otro es el uso de las herramientas de interacción, de participación de los usuarios y de construcción de manera colectiva. Se busca una relación entre las dos para construir historias en vivo entre periodista y usuarios, con múltiples voces.

En la Silla Vacía la exploración de narrativas es una forma de contar y narrar a partir de la necesidad de lo que se quiere decir, es así como se hace uso del lenguaje digital, textos fragmentados que arman una historia. Y el uso de gráficas para lograr la narración más clara y que implican que el usuario tome decisiones de navegación, sintiéndose atraído por la propuesta visual, bajo la noción de arquitectura de la información. La Silla Vacía, pensando en la web como un espacio de libertades para acceder al contenido, ofrece materiales en bruto, permitiendo que sea el usuario el que pueda interpretar sin necesidad de intermediarios. El medio brinda las dos posibilidades: información analizada e investigada, por un lado, y los datos en bruto. La Silla Vacía hace uso de varios formatos e intenciones con el uso de las herramientas. Uno de esos formatos le apuesta al concepto de periodismo transparente, muchos de los formatos están hechos para que la información en bruto circule con la misma facilidad que circula la información realizada por el periodista.

Narrativa no lineal que cada lector de manera individual descodifica, para eso se construyen narraciones pensadas para los usuarios. Es la de exploraciones narrativas

³⁸IRIGARAY, Fernando. El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos. [Documento en línea] <http://bit.ly/v6vltX> [consultado el 27-11-2011]

con el uso de herramientas pensadas y con sentido que permitan una construcción no lineal, lo que generaría interacción con el contenido. Así se rompe con el esquema plano de muchos medios que siguen brindando pocas posibilidades de exploración y posibilidad de leer la historia por parte de los usuarios. Narración gráfica, textual, con uso de hiperenlaces y recursos multimedia, permiten que haya un manejo fragmentado de la historia, a partir de la estructura narrativa. Esto en una puesta que reconoce el medio como arquitectura de la información y que Fernando Irigaray³⁹, referencia como un texto cohesionado. Lo que permite que el texto y el contenido en las narrativas desarrolladas por LSV sean agradables de leer, y visualmente llamativos para el usuario, por lo que Olga Lozano denomina una narrativa en red que se contextualiza, en la que la clave está en pensar con imágenes modelos para contar y múltiples maneras de narrar, es decir, como un arquitecto visual que empieza a estructurar espacios⁴⁰.

Entonces la construcción narrativa de LSV está establecida en el concepto de red, inspirada en la narrativa no lineal, “quien no entiende ese concepto no puede hacer buenas historias para internet”. El uso de herramientas y propuestas de narrativas innovadoras, según Juanita León, es una propuesta del medio, ya que internet permite innovar a nivel narrativo porque nada está escrito, de esta manera se está contantemente pensando como contar una historia.

Hay que seguir pensando en la consolidación de construcción informativa desde narrativas cortas y con usos determinados como el microblogging, narraciones propias para móviles, y acceso a la información desde diferentes mecanismos tecnológicos⁴¹,

³⁹ * “Los principios de cohesión y coherencia son fundamentales para producir multimedia. La producción gráfica necesita de un texto cohesionado que fluya entre párrafo y párrafo para mantener ligada su superestructura y una idea clara que articule el contenido de forma coherente en su macroestructura. Sin embargo, estamos en una sola lexía. Ahora bien, pero si en vez de una sola lexía se tienen varias de estas, ¿cómo se hace para mantener la cohesión y la coherencia? Pues bien ahora el desafío está no tan solo en la coherencia y cohesión intranodal, sino entre los nodos que componen ese entramado complejo, que ya no es de un solo formato de lenguaje sino que incluye fragmentos en diversos formatos. Pues bien el periodista multimedia no es tan solo un productor de contenidos sino que es fundamentalmente un arquitecto de la información”. Fernando Irigaray, director del posgrado Especialización en Comunicación Digital Interactiva. El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos. [Documento en línea] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debe-pensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/> [consultado 25-08-2011]

⁴⁰ Internet nuevas formas de narrar como artistas, potencializando al usuario. Diálogo con Olga y Juanita, en el marco del Taller de formación para periodistas culturales del Ministerio de Cultura [Documento en línea] <<http://neydersalazar.blogspot.com/2011/05/internet-nuevas-formas-de-narrar-como.html>>

⁴¹ * Como plantea Fernando Irigaray, “El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos”. IRIGARAY, Fernando. El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas, soportes y dispositivos. [Documento en línea] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debe-pensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/> [consultado el 27-11-2011]

es decir soportes y dispositivos. Pero que sea desde la especialización y especificidad que usuario escoge dependiendo de sus necesidades.

En lasillavacia.com si bien es un medio determinado en política, no se está construyendo información especializada para determinados equipos o plataformas tecnológicas, es decir que implique nuevas narraciones propias para llegar por ejemplo a dispositivos móviles. De igual forma no se trabaja concretamente en ofrecer contenido especializado o específico que responda a las necesidades e intereses de grupos por mecanismo de correos con determinada información que el usuario quiera recibir. Ejemplo la posibilidad que el usuario escoja y se le ofrezca temas políticos por departamento o asuntos de leyes en el Congreso.

Si bien se han establecido posibilidades de desarrollo de periodismo colaborativo, éste se traduce en el ejercicio de propiciar y reconocer la construcción de contenido ciudadano. En una noción que todavía concentra la industrial cultural y el sistema editorial del medio, la marginalidad de consumo de las intercomunicaciones y el control de conglomerados económicos como instrumento de poder o control, que Ignacio Ramonet reconoce, en la globalización de la información hay un escenario de concentración de la propiedad de los medios⁴².

Esto hace que se piensen desarrollos propios, independientes de los espacios de un medio. Espacios en internet donde la ciudadanía es la que establece los procesos de contenidos con blogs personales que se apartan de las plataformas de los medios, siguen siendo una posibilidad de transformar sectores de producción. En la medida que plantea Manuel Castells⁴³, las redes de comunicación multimodal y multimedia constituyen un espacio público en la sociedad red, espacio de centro de la construcción de poder. De allí a que se generen propuestas de resistencia y acción, mensajes alternativos en los formatos de interacción de las redes de comunicación. En este sentido surgen ejercicios de experiencias hiperlocales, es decir comunidades que se hacen globales como surgió con la experiencia de Hiperbarrio de participación ciudadana⁴⁴. Emprendimientos periodísticos sociales e informativos en internet para romper con esquemas hegemónicos de la comunicación.

La columna on line y los blogs son espacios restringidos, hay distinción evidente entre las dos en la medida que el blog es el espacio natural de opinión que reemplaza la columna, éste es una extensión del desarrollo impreso y que implica su adaptación a lo digital. Pero así tenga transformaciones en su estructura como enlaces, fotografías, documentos; sigue siendo una opinión que al contrario del blog, no goza de un

⁴² RAMONET, Ignacio (1999). *Globalización de la información* y concentración de la propiedad de los medios. El Rol del Periodista. Ignacio Ramonet y otros - Seminario realizado el 31 de marzo de 1999 en el Hotel Claridge

⁴³ CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*, traducción de María Hernández. Alianza Editorial, 2009.

⁴⁴ CARO, Laura. **Hiperlocalidad: comunidades que se hacen globales**. [Documento en línea] <http://bit.ly/pFdEIU> [consultado el 18-09-2011]

diálogo, esa relación estrecha con el lector, un mayor ritmo de actualización y rigurosidad temporal. Son dos espacios diferentes que algunos medios reemplazan con el blog y otro los mantienen divididos, ya que hay uso de columnistas que aún no se adaptan al manejo diferencial del blog que los medios han perfilado temáticos.

En *elexpectador.com* el uso de los blogs se da de manera restringida y su diferencia con la columna de opinión, (formato extensivo de la prensa) es una adaptación al formato que no asume el ritmo y la interacción que sí logra el establecer los blogs, formatos que presentan diferencias en su uso, interacción y tiempo. Si bien hay unas especificaciones para la selección y vinculación de los blogueros, es necesario mostrarles y hacer visible a los usuarios como se pueden vincular y los requisitos necesitan para proponer la creación de blogs en el medio. Así lograr que el blog represente un espacio claro de participación de los usuarios.

LSV no hace uso de las columnas de opinión- solo en forma excepcional-, ya que es la implementación del blog propia del internet la que genera interacción por medio de la opinión, espacio restringido y que hace parte de la construcción de nodos de la comunidad. Para Juanita León, la diferencia entre el blog y la columna es que hay una relación diferente que se establece con la audiencia, ya que el columnista es como quien pronuncia un discurso en una conferencia, en cambio el blog provoca una conversación con los usuarios, “las entradas de blog se terminan de construir con la audiencia”. Por lo anterior la Silla Vacía no ha establecido una sección identificada de columnas de opinión.

Si bien las funciones lector/usuario cambian con el desarrollo de los mecanismos generados por el medio, estos también se ven obligados a generar adaptaciones y propuestas bajo las necesidades de participación de sus usuarios. Es un proceso de dualidad del medio ofrecer y proponer espacios, que el usuario debe reconocer y aceptar. Pero también entre las exigencias presentadas por el usuario de generar sentidos comunicativos abiertos desde el diálogo, y flujo informativo construido entre medio y usuario.

La necesidad que en las transformaciones y necesidades de los usuarios, se genere un proceso de redefinición de los medios, para quedar en esa frustración que plantea Martha Milena Barrios⁴⁵, estableciendo mayores canales de construcción informativa entre medio y usuario, para que el proceso de producción noticiosa y la creación de relaciones participativas con la audiencia no siga siendo limitada.

Existen dos tendencias de publicación de contenido y creación de historias periodísticas por parte de los usuarios. Una en la que el usuario es libre de la

⁴⁵ BARRIOS, Martha Milena. Los diarios digitales en América latina: Entre la revolución, la redefinición y la frustración. EN: Investigación y Desarrollo. Universidad del Norte col. 15 No. 002. 2007, pp. 436-465

publicación, siguiendo unas reglas con medidas mínimas, por eso el medio tiene la facultad de permitir o no publicar con una moderación que controla. Ésta se maneja con dos figuras los que crean una plataforma independiente, en la que luego de filtrar, el contenido de su interés es utilizado bajo su marca, y los que usan de manera directa la misma plataforma y marca del periódico.

La otra es la que surge como opción de la anterior, un riguroso acompañamiento al usuario para que desarrolle un buen contenido, es decir hay un publicación restringida a la asesoría de un editor del medio y que implica ir más allá de la construcción informativa del usuario en el ambiente 2.0, ya que es hacer la construcción informativa, pero desde enfoque de calidad investigativa que sobre pasa el simple fin de opinar. Con lo que se consolida aporte con argumentos sólidos que dan espacio al análisis y la verificación de hechos. Respondiendo entonces a la tendencia del cibermediador que acompaña, propiciando nuevas narrativas desde la necesidad de contar alternativas desde el usuario y aportando a su formación como reportero ciudadano. Lo que implica construir redes de usuarios que son reporteros y que se reconocen en una comunidad.

También hay distinción entre dos tipos de comunidades; una comunidad que responde al mismo medio, es decir a la comunidad del medio y otra como un desarrollo de plataforma independiente que tiene una relación con el medio, pero tiene clara distinción del medio a comparación de la primera que conforma el medio mismo. Se vuelve fundamental, entonces fortalecer la primera opción de publicación para construir comunidad del medio y lo que implica dinamizar una propuesta de comunidad, con filtros y asesorías que permitan el desarrollo de información de calidad y más cuando se hace parte del desarrollo de un medio que debe guardar credibilidad.

Comunicador social y periodista Email: neyderpip98@hotmail.com

Descargar versión completa del informa en:

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxuZXlkZXJjaXRvfGd4OjRjNTVhNDAYNGRmZTVjNzU>