



ANÁLISIS DE CONTENIDO:

Ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos

Content analysis: absence of journalistic standards in citizen media

DRA. SOLEDAD PUENTE, Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile, (spuente@uc.cl)

DR. GONZALO SAAVEDRA, Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile, (gsaavedra@uc.cl)

DANIELA GRASSAU, Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile, (dgrassau@uc.cl)

► Recibido: 17 / 03 / 2011 Aprobado: 22 / 04 / 2011

RESUMEN

El aporte de los ciudadanos a los medios informativos llegó para quedarse. Fenómenos como *Facebook*, *blogs* y *Twitter* han abierto el espacio al público y enriquecido los debates sobre temas de trascendencia social. Por su parte, la aparición de medios digitales con contenidos parcial o totalmente producidos por quienes antes fueron público o eventuales fuentes, ha hecho pensar a algunos en la suplencia o el reemplazo del periodismo. El presente artículo confirma, a través de un análisis de contenido a los medios de la *Red de Diarios Ciudadanos de Chile*, que las unidades desarrolladas por ciudadanos no cumplen con los criterios de valor agregado periodístico (VAP). Se concluye que el aporte de los ciudadanos puede beneficiar y ser un complemento a la agenda informativa, pero está lejos de cumplir con los estándares de selección, jerarquización y contextualización de contenidos socialmente relevantes, que son propios del periodismo profesional.

Palabras clave: Periodismo ciudadano, calidad periodística, información, medios ciudadanos, relevancia informativa, Web 2.0, produser, libertad de expresión, Red de diarios ciudadanos de Chile, MiVoz.cl

ABSTRACT

Citizen input into media content is here to stay. Phenomena like Facebook, blogs and Twitter have opened a space for public involvement and have enriched discussions on socially-relevant issues. The advent of digital media whose content is partially or fully produced by those who previously were recipients or occasional sources of information has led some to talk about the replacement of journalism. This article confirms, through a content analysis of the media outlets that belong to the Network of Citizen Newspapers of Chile, that units developed by citizens do not meet the criteria of Journalistic Added Value (VAP). It therefore concludes that the contribution of citizens can benefit and complement to the news agenda, but it is far from meeting the standards of professional journalism: selection, prioritization and contextualization of socially-relevant contents.

Keywords: Citizen journalism, journalistic quality, information, citizen media, relevance, Web 2.0, producer, freedom of speech, Network of Citizen Newspapers of Chile, MiVoz.cl

¹ Este artículo forma parte del proyecto Fondecyt N°1080049, "Análisis y desarrollo de un método para la incorporación del aporte ciudadano al sistema informativo". Investigador responsable: Soledad Puente. Coinvestigadores: Silvia Pellegrini y Gonzalo Saavedra. Asistente de investigación: Daniela Grassau.

1.INTRODUCCIÓN

La posibilidad de que cualquier persona sea capaz de publicar contenidos para audiencias de todas partes del mundo, gracias a las herramientas que ofrece Internet, exalta el ideal de una comunicación universal, con cada individuo u organización entregando los conocimientos de que dispone, los hechos de los que es testigo, las opiniones que forja, las fantasías que cobija; todo lo que puede ser necesario y/o interesante para otros. En ese escenario de conocimiento liberado de restricciones físicas, de información instantánea y ubicua, el sentido estaría emigrando de ciertos centros –como los medios de comunicación tradicionales, y su oferta discriminada, jerarquizada y contextualizada– para articularse según las preguntas redactadas en un argumento de Google (Baricco, 2008), dentro de un siempre creciente número de datos que adquieren el carácter de misceláneo (Weinberger, 2007); o en las iniciativas individuales o colectivas que buscan la participación en el ámbito público, en parte replicando el trabajo periodístico –incluso con miras optimistas a reemplazarlo– y en parte influyendo en los contenidos de los medios ya establecidos. Es la irrupción de los ciudadanos, que ya no son solo público pasivo, o parte de una muestra estadística o fuentes testimoniales esporádicas de los medios; ahora pueden procesar y producir contenidos, y difundirlos sin mediación, a su comunidad local o a la mundial.

A fines de los 90 se le llamó “periodismo ciudadano” a un fenómeno que aparentaba ser capaz de sustituir o, al menos, de presentar rasgos similares a los de la profesión. Pero ¿es periodismo? La pregunta no es una reivindicación gremial, sino que apunta al centro de la función social de la información y la acción profesional que le es propia.

La nuestra es una sociedad de profesionales, afirma Juan José García-Noblejas (2010), cuando aborda esta discusión. Sostiene que son los profesionales, “prácticamente todos los ciudadanos, quienes sacamos adelante la sociedad en la medida en que somos acreedores de la confianza de los demás en el desempeño y la administración justa y digna del saber específico implicado en cada profesión”.

La confianza que genera el modo en que se realiza una actividad de relevancia social es un atributo clave a la hora de evaluar el trabajo profesional y, muy especialmente, el de las comunicaciones sociales. Por ello, si bien procesar y difundir información masivamente ya no es patrimonio exclusivo de los responsables de los medios, de los periodistas, sino que de todas las personas, aún es posible (y necesario) discriminar entre el rol que juegan los ciudadanos y los profesionales del periodismo en la oferta informativa.

En busca de una respuesta a este tipo de cuestionamientos, un equipo de la Facultad de Comunicaciones UC decidió investigar este fenómeno e intentar dilucidar si existía realmente algo que pudiera denominarse periodismo ciudadano. De ser así, se trataría de un fenómeno protagonizado por actores no profesionales que fueran capaces de generar productos con ciertos requisitos mínimos del periodismo. Entonces, de existir, el periodismo ciudadano debería ser aquella práctica informativa realizada por ciudadanos no profesionales del periodismo, pero que mantiene las siguientes condicionantes profesionales: a) Elemento fáctico: que se refiera a hechos y no a opiniones; b) Elemento de equilibrio: que se recurra a diversas fuentes; c) Elemento de verificación: que se apliquen filtros para asegurar precisión; y d) Estilo directo y con intención informativa (Pellegrini, 2010, pp. 276).

Para hacer frente a ese cuestionamiento, se realizó durante tres años un trabajo de investigación cualitativa y cuantitativa que buscó dilucidar si aquellas personas, medios y contenidos que se autodenominan representantes del periodismo ciudadano cumplen o no con las condicionantes elementales de la profesión. Este análisis se inició a través de una exhaustiva revisión teórica, de una investigación realizada sobre una muestra constituida por medios que recurrieran a formas híbridas –amateur + profesional–, y de un estudio de percepción hecho a los ciudadanos colaboradores y a los responsables de los medios autodenominados ciudadanos. A partir de ese trabajo fue quedando en evidencia que, en este tipo de medios, el rol de los ciudadanos no debería considerarse periodismo, pues sus mismos actores no consideran los valores de la profesión como elementos fundamentales de su actividad y, además, porque esta no se desarrolla de manera constante, sino ocasional.

Para validar los resultados obtenidos, se decidió realizar un nuevo análisis de contenido, cuyas conclusiones se presentan en este artículo, esta vez a una muestra ya no con medios que usan fórmulas híbridas, sino con medios que se sustentan por completo en el llamado periodismo ciudadano. Se trabajó entonces con las principales notas publicadas en los medios de la *Red de Diarios Ciudadanos de Chile*, referente del fenómeno en el país. El objetivo de esta medición fue establecer cuantitativamente la presencia o ausencia de los valores de la profesión periodística, para ver hasta qué punto se acercan o alejan de la definición de periodismo ciudadano antes planteada. Para ello se utilizó el instrumento de medición de la calidad periodística VAP (Valor Agregado Periodístico), cuyos indicadores permiten, a partir de la evaluación de

los productos publicados, detectar si un medio cumple o no, y en qué medida, con los criterios de la profesión (Equipo VAP-UC, 2004; Pellegrini *et al.*, 2011).

Los resultados que aquí se exponen confirman que el concepto periodismo ciudadano no describe de manera pertinente los alcances de esta manifestación, y que la multiplicación de actores generadores y difusores de contenidos a nivel local y global no produce contenidos que cumplan con los criterios mínimos del VAP, y por ello mal podrían ser descritos como un producto periodístico. En consecuencia, este equipo propone denominar a la actividad como *complemento ciudadano* a la agenda informativa.

2. MARCO TEÓRICO: INCORPORACIÓN CIUDADANA EN LOS MEDIOS Y EN CHILE

El punto de partida para la inclusión de las personas de manera activa en la agenda periodística fue la preocupación de los medios por preguntar a los ciudadanos, en su rol de electores, sobre los temas que les interesaban, para incluirlos en su pauta. Este fenómeno, conocido como periodismo cívico (Meyer, 1995; Rosen, 1999), fue seguido por la irrupción de la tecnología que trizó el clásico paradigma de que *pocos hablan y muchos solo escuchan* (Moglen, 1997; Bowman y Willis, 2003; Ballas, 2006) que dio sentido, por siglos, a los medios tradicionales. Y aunque hay ejemplos muy tempranos de esporádica participación ciudadana en los medios establecidos, es con la masificación de la web 2.0 que se han ido creando espacios para que las personas aporten de manera directa contenidos que van desde relatos y comentarios verbales hasta registros originales, como fotografías y grabaciones de audio y video sobre hechos destacados.

De manera contemporánea han surgido, asimismo, iniciativas para difundir contenidos directamente, sin mediación ni filtro explícito, gracias a la tecnología colaborativa y de bajo costo que ofrece Internet. Partiendo por las alternativas más sencillas como los correos electrónicos, siguiendo con los *blogs* y luego con los sitios *wiki* (Rosen, 1999; Bowman y Willis, 2003; Nip, 2006), se produjo una situación imprevista en el periodismo: las personas comunes y corrientes dejaron de ser solo fuentes, a las que se recurría para complementar las informaciones con su testimonio u opinión, y se convirtieron en generadores de contenido que podía ser difundido masivamente a través de la web. El fenómeno de los ciudadanos convertidos en comunicadores gracias a la oferta tecnológica se ha denominado de distintas maneras: *grassroots journalism* (Gillmor, 2006, 2008), *citizen journalism* (Outings, 2005), periodismo 3.0

(Varela, 2005), *produsage* (Bruns, 2006) y periodismo democrático (Kim y Hamilton, 2006), entre otras.

Los dos últimos conceptos son los que mejor explican la evolución y, en parte, dan cuenta de algunas de las razones que impulsaron la participación ciudadana. El concepto *produser* –que fusiona los términos productor y consumidor– (Bruns, 2005, 2006, 2007, 2008) sintetiza en una palabra el rol compuesto que, crecientemente, ha adquirido el ciudadano como conformador de contenidos.

El llamado periodismo democrático justifica la incorporación ciudadana, poniendo énfasis en la ampliación de los ámbitos de la libertad de expresión y de impedir que la decisión sobre qué informar sea la de unos pocos “poderosos”. Justamente con esta última orientación, el doctor en Comunicaciones Oh Yeon Ho fundó, en Corea del Sur, *OhmyNews*, la experiencia pionera en el mundo de incorporación de personas comunes y corrientes a la función informativa (Kim y Hamilton, 2006). En la revista *Wired*, Ho resumía así su propuesta, que marcó tendencia durante más de diez años (Kahney, 2003): “*With OhmyNews we wanted to say goodbye to 20th-century journalism where people only saw things through the eyes of the mainstream, conservative media*”. Enfatizaba que la premisa fundamental era que todo ciudadano puede ser un reportero: “*We put everything out there and people judge the truth for themselves*”.

En el caso particular de Chile, la evolución de la participación ciudadana, particularmente la que nos ocupa que es la *Red de Diarios Ciudadanos de Chile*, ha estado condicionada, en primer lugar, por dos características geográficas: los cuatro mil kilómetros de extensión que separan los extremos norte y sur del país, y su ubicación en el límite sur del continente americano, flanqueado por la Cordillera de los Andes y el mar. Las grandes distancias entre una ciudad y otra, y su aislamiento del resto del mundo ha hecho que las principales iniciativas ciudadanas emerjan de la necesidad de poner a las localidades más remotas en la agenda informativa del país.

Si a eso se suma el fuerte centralismo de los medios de comunicación que, ubicados en su gran mayoría en la capital, ofrecen menos de un 15% de sus contenidos dedicados a las regiones (Puente y Mujica, 2006; Pellegrini *et al.*, 2009), es sintomático que las primeras experiencias de medios ciudadanos se hayan dado en lugares alejados de los núcleos de poder. El sitio web *Lanalhuenoticias*, de la comuna de Cañete, ubicada en la Región del Biobío, a más de 600 kilómetros al sur de Santiago, surgió en 2001 como un espacio pionero de incorporación ciudadana en Latinoamérica³ para que los cañetinos informaran a sus pares sobre lo que ocurría en la comuna.

2 Traducción al español: “Con *OhmyNews* queríamos decir adiós al periodismo del siglo XX, en el cual las personas solo veían las cosas a través de los ojos de los medios de referencia conservadores”. “Les mostramos todo y las personas, por sí mismas, juzgan su veracidad”.

3 http://es.wikipedia.org/wiki/Lanalhue_Noticias; [http://www.atinachile.cl/content/view/117356/7-ANOS-CUMPLE-DIARIO-CIUDADANO-LANALHUE-NOTICIAS.html](http://periodismociudadanochile.wordpress.com/2008/11/27/lanalhue-noticias-el-primer-medio-de-periodismo-ciudadano-en-chile/)

4 <http://www.periodismociudadano.com/2007/05/28/el-morrocotodo-primer-diario-ciudadano-del-mundo-hispano-parlante/>; <http://periodismociudadanochile.wordpress.com/2008/12/02/el-morrocotodo-el-primer-de-la-red-de-diarios-ciudadanos/>; http://www.elpais.com/articulo/semana/Periodismo/ciudadano/participacion/Chile/elpeputecb/20070201elpciblse_1/Tes

5 Además de *El Morrocotudo*, la Red de *Diarios Ciudadanos* está conformada por: *El Rancahuaso*, *El Maule*, *El Observato*, *La oPiñón*, *El Navegable*, *El Vacanudo*, *El Repuertero*, *El Nortero*, *El Paradiario 14*, *El Martutino*, *El ConceCuente*, *El Boyaldía*, *El Quehaydeciertoy El Magallanews*.

6 Traducción al español: “Un periodista profesional es alguien que no solo está capacitado para seguir una historia y deconstruir la propaganda, sino alguien a quien se le paga para que gaste el tiempo y la energía necesaria para hacerlo de manera eficaz. [...] Solo porque un niño disfruta ahora de la habilidad de escribir y difundir en la red sus contenidos, que alguna vez fueron exclusivas de los periodistas profesionales, no significa que sepa cómo investigar, informar o narrar (una historia periodística)”.

En 2005 apareció en Arica, en la frontera norte del país, la web *El Morrocotudo*⁴, un medio local que se convertiría en el primero de los 15⁵ que forman la *Red de Diarios Ciudadanos de Chile*. La cadena, hoy rebautizada como *Mivoz.cl*, cuenta con alrededor de diez mil corresponsales inscritos y es la única empresa en el país que se dedica por completo a promover la inclusión de los ciudadanos en el universo informativo chileno.

Si bien la idea de que cualquiera puede publicar para audiencias de todas partes del mundo, y en especial para la propia comunidad, ha sonado optimista y tentadora desde sus inicios, en la práctica se ha puesto en evidencia el error de creer que por el solo hecho de publicar se es periodista. En palabras de Douglas Rushkoff (2010):

A professional newsperson is someone who is not only trained to pursue a story and deconstruct propaganda, but someone who has been paid to spend the time and energy required to do so effectively (...) Just because a kid now enjoys the typing skill and distribution network once exclusive to a professional journalist doesn't mean he knows how to research, report or write⁶.

De manera más incisiva, Arcadi Espada (2009) plantea que los que claman por el periodismo ciudadano (“un puro pleonismo, si nos atenemos a la concepción tradicional del periodismo”) sostienen que

la información ha de abandonar las manos de los periodistas y pasar a las de los ciudadanos. Imaginan un mundo, una red, sin centros, donde la comunicación entre los ciudadanos no pase por mediación ninguna y cada uno sirva a los demás desde su función social o especialización intelectual. (p. 12)

El principal problema que han enfrentado los que defienden esta utopía sin mediación, en que las redes pertenecen “en exclusiva a los ciudadanos y, aún mejor, a los ciudadanos buenos” (Espada, 2009), es la verificación de los contenidos: en la práctica, aquellos medios que se sirven parcial o totalmente del aporte de ciudadanos se han encontrado con la enorme dificultad del chequeo de los datos, confundidos frecuentemente con las opiniones, intenciones y aspiraciones de quienes los aportan.

Fue precisamente este obstáculo el que provocó el fin de *OhmyNews International (OMNI)* como se conocía hasta 2010. De ser el gran sitio web que entregaba noticias reporteadas y redactadas por personas de todo el mundo, se convirtió luego en un espacio de discusión sobre los alcances del fenómeno de incorporación ciudadana en los medios. La idea original de que “todo ciudadano puede ser un reportero”, planteada

por Oh Yeon Ho en *Wired* en 2003, trocó en la actual declaración oficial del sitio:

The broad array and frequency of topics was also intimately tied to our second problem: editing difficulties. With stories coming from places like Afghanistan, Brazil, Zimbabwe and everywhere in-between, it was impossible for our editors to accurately check each story. Fact-checking is one of our core principles⁷.

En el caso chileno, la *Red de Diarios Ciudadanos* partió como una iniciativa que buscaba fundar “medios ciudadanos regidos con los cánones editoriales y formales de los ya conocidos medios nacionales y regionales del país”⁸, tomando como ejemplo lo que era en ese entonces *OhmyNews*. Hoy, *Mivoz.cl* se presenta como una plataforma para “generar espacios mediales, que posibiliten a la sociedad involucrarse de una manera activa en el diálogo, creación y toma de acción, de los aspectos que son significativos para la comunidad local”⁹. El cambio de nombre –que incluye, como el ejemplo coreano, el posesivo de la primera persona– con que esta red busca ser reconocida popularmente da cuenta de que la evolución del fenómeno en Chile ha seguido una línea similar a la internacional (Neuberger y Nuernbergk, 2010). El objetivo ya no es que los ciudadanos generen y publiquen noticias como si fueran periodistas, sino que puedan hacer escuchar su propia voz en espacios dedicados a generar discusión pública, especialmente en el ámbito local.

De acuerdo con Pellegrini, hay dos funciones básicas que realizan los medios de comunicación periodísticos y que no pueden ser sustituidas por otras maneras de obtener información: la “notarial”, que se entiende como “la capacidad que adquiere el medio de certificar, a través de prácticas profesionales adecuadas, que un hecho realmente ocurrió y que quienes lo dan a conocer tienen acceso real a lo sucedido”; y la de “asignación de sentido”, que implica que el medio y el periodista “organizan y ponen en relación todos los elementos del entorno informativo y del hecho mismo a fin de hacerlos comprensibles para un público general, y darles significación respecto del resto de los movimientos sociales” (Pellegrini, *et al.*, 2011, p. 28).

Las tendencias actuales sugieren que la participación ciudadana en los medios de comunicación se desarrollará cada vez con mayor intensidad, pero no necesariamente en planos análogos a los medios de información (Neuberger y Nuernbergk, 2010). Las redes sociales, especialmente *blogs* (Duffy, *et al.*, 2010), *Twitter* (ComScore, 2010) y *Facebook* (García, 2010; Noguera Vivo, 2010), se han convertido en las plataformas más llamativas y, probablemente, más pertinentes para cumplir con el rol de colaborador democrático gracias a la horizontalidad

que ofrecen a las personas, independientemente de su rango de autoridad (Gil de Zúñiga y Rojas, 2009; Kenix, 2011). Asimismo, la tecnología a bajo costo, fácil acceso y simple utilización, permite que los *produsers* cumplan efectivamente un rol activo en la entrega de contenidos. La posibilidad de llegar de inmediato con golpes informativos y datos útiles a la comunidad, convierten a las redes sociales y a sus usuarios en una fuente riquísima de novedades y puntos de vista que, de acuerdo con su relevancia, pueden ser o no recogidos por los medios de comunicación tradicionales (Carpenter, 2010).

Una sociedad democrática, en la que los ciudadanos participan activamente, depende de que estos estén correctamente informados, y para ello seguirá siendo necesario que cuenten con un flujo constante de noticias relevantes que mantenga su mirada escéptica ante los poderes para entregar información original y confiable (Ghiglione, 2010). Jill Abramson (2010) considera que contar con un periodismo de calidad, más que un deseo, es una necesidad humana. Según este autor, la profesión se vuelve aún más importante en esta época en que existe una abundancia de información disponible, en la que es muy difícil que actores individuales puedan suplir el rol cívico de la profesión y contar con la energía, fuerza e inteligencia necesarias para sumergirse en las historias más complejas y cubrirlas con la profundidad que ha demostrado el periodismo en el último siglo.

Debido a que un reporteo riguroso juega un rol fundamental en la sociedad, hay quienes incluso hablan de la necesidad de monitorear los aportes ciudadanos en los medios tradicionales como una forma de evitar que estos mermen su calidad (Singer, 2009). Definir y describir qué es calidad periodística es una tarea de enorme complejidad y por ello ha de separarse en ciertas características esenciales que determinan el valor de un producto como información social; esto es lo que pretende el método VAP (Valor Agregado Periodístico), desarrollado por un equipo de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, y que se ha demostrado eficiente en el análisis y medición de los productos informativos (Pellegrini, *et al.*, 2011). Este es el método de investigación escogido en el presente trabajo.

3. PROPUESTA E HIPÓTESIS

Como se mencionó en la introducción, el análisis teórico y el trabajo de investigación cualitativa hechos por este equipo de investigación permitieron observar que la incorporación ciudadana a los medios de comunicación que se da en Chile no cumple con las características para denominarlo perio-

dismo ciudadano.

Por ello se propone evaluar, a través de un análisis de contenido de las informaciones publicadas en los medios del principal exponente de la participación ciudadana en Chile, si sus características formales se condicen o no con las características señaladas por sus protagonistas, y que se pueden sintetizar en:

- a) Las opiniones mandan por sobre los hechos, puesto que el elemento fáctico suele estar ausente o se combina con expresiones explícitas de subjetividad. No busca convertirse en una oferta de información dura, sino en una plataforma en que las voces ciudadanas puedan darse a conocer.
- b) El elemento de equilibrio no es prioritario, pues lo que prima es la voz del autor, su propia experiencia y opinión más que la pluralidad de miradas frente a un acontecimiento.
- c) En la gran mayoría de los casos, el uso de procedimientos que aseguren precisión en las informaciones es delegado a profesionales del periodismo que actúan como editores y revisores de contenidos.

4. METODOLOGÍA

Como método de trabajo se aplicó la Ficha VAP (Valor Agregado Periodístico)¹⁰. Este instrumento permite comparar, a través de un análisis de contenido cuantitativo, el grado de cumplimiento de ciertos estándares periodísticos entre distintos medios a partir del análisis de los productos publicados (Equipo VAP-UC, 2004; Pellegrini, *et al.*, 2011).

El VAP apunta a medir aquello que el medio y el periodista añaden a los datos que el público podría obtener directamente; se trata de una cuantificación de la capacidad que tiene el medio y el generador de contenidos de procesar información, seleccionando y priorizando tanto lo que es noticia como las fuentes involucradas en el hecho, propendiendo a su variedad y otorgándole a cada una un espacio jerarquizado. Comprueba también que el mensaje esté elaborado de manera comprensible y atractiva para el público, contextualizándolo y dándole un enfoque adecuado a los fines informativos. Es, entonces, la medición de los requisitos básicos que cualquier producto periodístico, independientemente del medio en que se transmite e incluso de su línea editorial, debe tomar en consideración para cumplir con su rol social de entregar a la población los datos necesarios para su toma de decisiones con libertad.

Se revisó una muestra de 139 notas publicadas en los diez medios pertenecientes a la *Red de Diarios Ciudadanos* que la conformaban durante el segundo semestre de 2009¹¹. Esa muestra fue elaborada como una semana construida, es decir, se incluyeron las notas correspondientes a un día diferente

7 Traducción al español: “La amplia gama y frecuencia de temas recibidos se relaciona fuertemente con nuestro segundo problema: la revisión de los datos. Al tener historias provenientes de lugares como Afganistán, Brasil, Zimbawe, y de muchas otras partes, se volvió imposible para nuestros editores chequear cada una de las historias. La verificación de datos es uno de nuestros principios fundacionales”.

8 <http://www.diariosciudadanos.cl/nuestraempresa>

9 www.mivoz.cl/que_hacemos

10 Instrumento desarrollado en la Facultad de Comunicaciones UC para describir la calidad periodística de los productos informativos ofrecidos por los medios de comunicación.

11 Actualmente, la *Red de Diarios Ciudadanos*, rebautizada como *Mivoz.cl*, cuenta con 15 medios, cinco de los cuales se fundaron entre 2010 y 2011, después de esta medición.

de la semana de siete semanas sucesivas, obtenidas desde el lunes 28 de septiembre hasta el domingo 15 de noviembre de 2009. Se escogió esta metodología de selección de casos puesto que evita las distorsiones de la muestra causadas por los ciclos informativos de los distintos días de la semana y por la concentración de un solo tema que haya marcado la pauta de una semana específica (Stempel, 1989; Riffe, *et al.*, 1993).

Específicamente se analizó la nota principal de portada y la nota principal de la página Local, en el entendido de que esas secciones mostraban lo que cada uno de los periódicos digitales consideraba más relevante entre la oferta del día.

Los medios estudiados fueron los siguientes:

- *El Morrocotudo*
- *El Nortero*
- *El Observato*
- *El Paradiario 14*
- *El Rancahuaso*
- *El aMaule*
- *La oPiñón*
- *El Naveghable*
- *El Vacanudo*
- *El Repuertero*

En total se analizaron 14 notas por medio, exceptuando el caso de *La oPiñón*, en que se ficharon 13 debido a que el día lunes 28 de septiembre la nota de portada y de la sección Local fue la misma. Las unidades fueron siempre recolectadas a la misma hora¹².

Además de los indicadores de Valor Agregado Periodístico, se aplicó en la medición uno de los resultados obtenidos en el trabajo de investigación cualitativa realizado en años previos: la categorización de roles que pueden adoptar los ciudadanos cuando aportan contenidos a los medios. De esta manera, los autores de las notas fueron clasificados a la luz de la siguiente tipología:

- Opinante/Crítico: es aquel que emite dictámenes o juicios sobre un tema, entregando una visión unívoca y personal del mismo.
- Proponente/Denunciante: es aquel que conoce o participa en algún hecho que considera con valor noticioso y lo entrega al medio, ya sea para su posterior elaboración o para darlo a conocer a sus pares.
- Testigo: es aquel que comparte una experiencia personal, ya sea relatándola o suministrando el registro de la misma a través de otro soporte, generalmente audiovisual. Es aquel que muestra lo que vio, en primera persona.
- Colaborador informativo: es aquel que elabora un producto a partir de un asunto que no necesariamente ha experimentado,

cumpliendo con los criterios éticos básicos del periodismo profesional y aplicando algunas de sus características (por ejemplo: la inclusión de datos comprobables, fuentes diversas y la entrega de un texto con base narrativa fáctica).

5. RESULTADOS

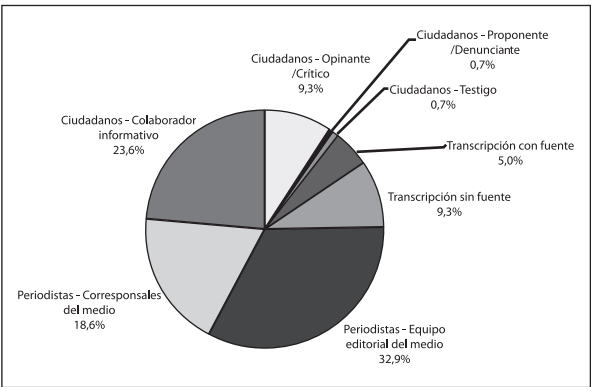
Si bien la ficha VAP mide más de 50 indicadores de calidad periodística, para el presente análisis se han seleccionado sólo aquellos resultados que permiten, por una parte, esclarecer quiénes son los autores y fuentes que aparecen destacados en los medios de la *Red de Diarios Ciudadanos*, y, por otra, evaluar de qué manera sus contenidos cumplen o se alejan de los estándares de relevancia exigidos al periodismo profesional.

5.1. ROL DEL CIUDADANO

A partir de los roles del ciudadano descritos en la metodología, se analizó el contenido de las notas, las cuales mostraron, en más de un 80%, el uso de una base narrativa fáctica, es decir, cuyo foco presenta hechos concretos más que opiniones o especulaciones. Esto aparentemente se condice con un primer análisis de los roles que adoptan los autores de los contenidos: en un 89,3% serían colaboradores informativos, en un 9,3% opinantes/críticos, en un 0,7% proponentes/denunciantes y en un 0,7% testigos.

Sin embargo, al hacer un examen más detallado sobre quiénes constituyen efectivamente ese 89,3% de colaboradores ciudadanos, se percibió un fenómeno generalizado en los medios de la red: los contenidos informativos fueron, en su

GRÁFICO 1. Autores de los contenidos



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

mayoría (51,5%), producidos por periodistas pertenecientes al equipo estable de cada medio, mientras que alrededor del 14% del resto de las notas correspondían a transcripciones directas de comunicados de prensa, carteleras o informaciones aparecidas en otros medios de comunicación. Esto significa que los ciudadanos aportaban a estos medios adoptando el rol de opinante/crítico en un 9,3% de los casos, y que menos de un cuarto del total de las notas serían efectivamente elaboradas por ciudadanos que actuaban como colaboradores informativos (Gráfico 1). Esto confirma que, en la gran mayoría de los casos de medios autodenominados ciudadanos, el uso de filtros que aseguren precisión en las informaciones es delegado a periodistas que actúan como editores y revisores de contenidos, y que en muchos casos son ellos mismos los que generan directamente los contenidos.

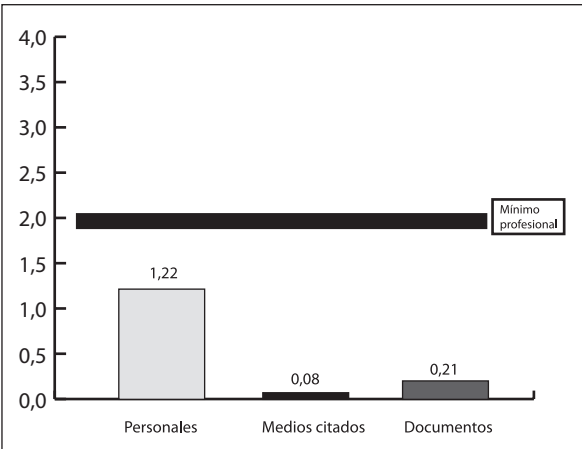
5.2. USO DE FUENTES Y PUNTO DE VISTA

La norma consuetudinaria del periodismo profesional exige incluir en cada información distintas aristas involucradas en un tema. Para ello, el método VAP mide el promedio de fuentes por nota, la variedad de puntos de vista y los tipos de fuente consultados. Para el primero de dichos indicadores, se considera como un mínimo aceptable profesional el uso de dos fuentes por nota, lo que si bien no es necesariamente garantía de multiplicidad de puntos de vista, permite establecer un parámetro mínimo de evaluación, pues el uso de menos de dos fuentes sí refleja una visión parcializada de un hecho.

Los resultados muestran que la mayoría de las notas analizadas cuentan con solo una fuente personal en promedio (Gráfico 2) y, además, reflejan una sola mirada de los acontecimientos (Gráfico 3). Esto confirma que el elemento de equilibrio no es prioritario en los medios ciudadanos, debido a que, según ellos mismos declaran, prima la voz del autor por sobre la pluralidad de puntos de vista.

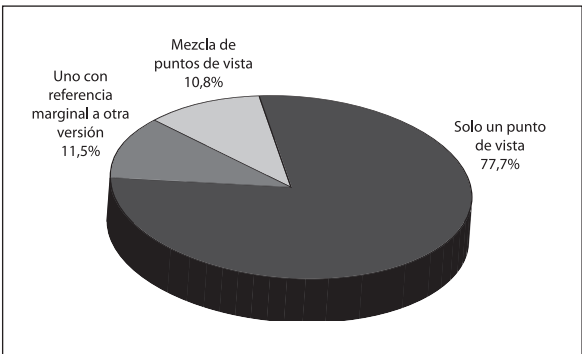
Al analizar los distintos tipos de fuente¹³ (Gráfico 4) a las que recurren los medios ciudadanos para confeccionar sus notas, se observa un alto uso de las testimoniales (23,2%), lo que sería coherente con su postura de dejar que los ciudadanos hablen. Por otra parte, se aprecia que, al sumar las fuentes gubernamentales (12,4%) y las oficiales públicas (29,9%), más de un 40% de las personas consultadas representan la voz oficial de los representantes de los poderes del Estado en las distintas localidades. Si a esto agregamos que un 22,6% corresponde a la versión oficial de los representantes de distintas instituciones privadas, es claro que las voces de los ciudadanos comparten un espacio de discusión con las prin-

GRÁFICO 2. Promedio de fuentes por nota



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

GRÁFICO 3. Presencia de puntos de vista



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

cipales autoridades de cada localidad, en el que estas últimas aparecen como actores predominantes.

Tomando en cuenta los gráficos anteriores, el hecho de que el 64,9% de las fuentes incluidas en las notas de estos medios no sean ciudadanos, sino autoridades públicas y privadas, se contradice con su propuesta de ser plataformas en que las voces ciudadanas puedan darse a conocer. En la práctica, los medios ciudadanos actúan como vitrina para que las autoridades locales presenten sus propuestas y sus puntos de vista sobre temas relacionados con cada comunidad.

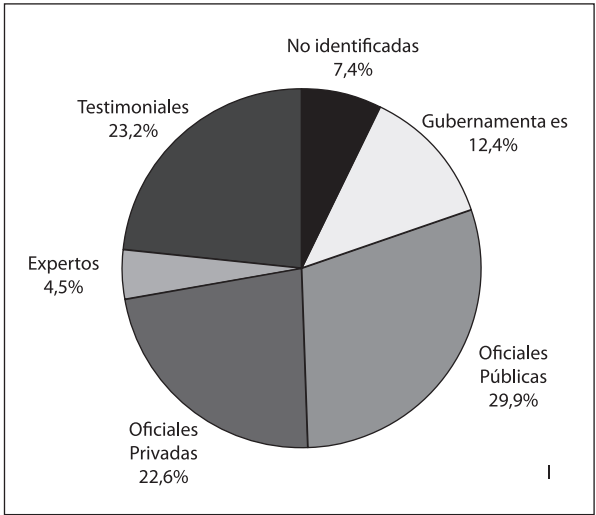
13 Los tipos de fuentes posibles según el VAP:

1. Fuentes Oficiales, que corresponden a la vocería de una institución que entrega la versión oficial de un hecho.

Se clasifican en tres tipos: a) Gubernamentales (personeros del Poder Ejecutivo de un país), b) Oficiales Públicas (personas que informan en virtud del cargo público que ostentan y que no son miembros del Poder Ejecutivo) y c) Oficiales Privadas (personas que informan en virtud del cargo que ostentan en el sector privado o la sociedad civil).

2.- Fuentes de Línea Editorial, aquellas que el medio busca para complementar/ contextualizar una información. Se clasifican en tres tipos: a) Expertas (personas que opinan en virtud de sus conocimientos sobre un tema), b) Testimoniales (personas consultadas en virtud de su vinculación directa con el hecho noticioso, que opinan a título personal) y c) No identificadas (personas cuyo nombre no se da a conocer).

GRÁFICO 4. Tipos de fuente



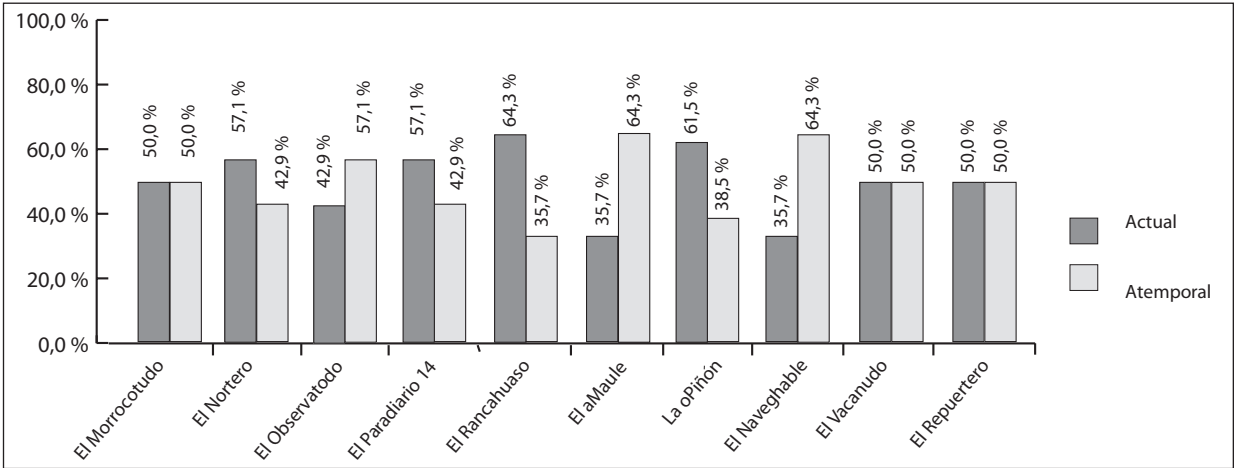
Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

5.3. PESO INFORMATIVO

El peso informativo o relevancia es el motivo que determina la oportunidad y aun la necesidad de difusión de una información y se puede medir, en los contenidos publicados en los medios, a través de la presencia de una serie de factores.

El primer indicador de la relevancia o peso informativo de una información es su actualidad. El VAP divide las noticias en dos tipos: actuales y atemporales. El Gráfico 5 muestra cómo las proporciones de ambos tipos de noticia son muy similares en los medios de la *Red de Diarios Ciudadanos*, lo que marca

GRÁFICO 5. Tipo de Noticia



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

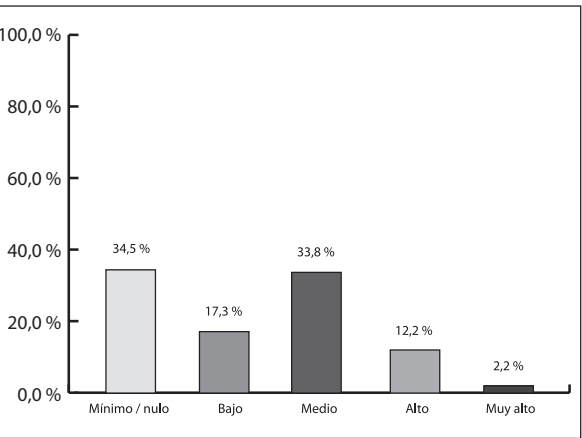
una diferencia evidente con los medios periodísticos tradicionales, cuya proporción de notas actuales, de acuerdo a estudios previos hechos por el equipo VAP-UC, se acerca al 80%. Por otra parte, lo anterior es consecuente con la propuesta de estos medios de discutir sobre temas que no necesariamente se refieren a lo inmediato en el tiempo.

Los siguientes factores que permiten establecer que un acontecimiento tiene el peso informativo suficiente para que se justifique su difusión son el estatus de los implicados en el hecho, el alcance y la duración de sus consecuencias.

El estatus se refiere a la jerarquía social de cualquiera de los actores de la noticia, la cual se mide a través de los cargos que ocupan. Se entiende, por lo tanto, que una de las formas de evaluar si un hecho es más relevante que otro es a través de la presencia/ausencia de actores con cargos de responsabilidad social que se presentan como referentes para las decisiones que deben tomar los ciudadanos. El Gráfico 6 muestra que en el 51,8% de las notas principales de los medios analizados los actores eran personas sin ningún grado de autoridad formal (estatus mínimo), personas con menor grado de autoridad sobre grupos muy reducidos, o que tienen un cargo menor que les permite hablar con alguna experticia sobre un tema (estatus bajo). Los titulares de las organizaciones intermedias de alcance local y regional –que en el VAP son consideradas personas de estatus medio, pese a que en este caso pueden corresponder a aquellas personas que ostentan el mayor estatus de autoridad regional– en este análisis aparecieron como implicados en alrededor de un tercio de las notas (33,8%).

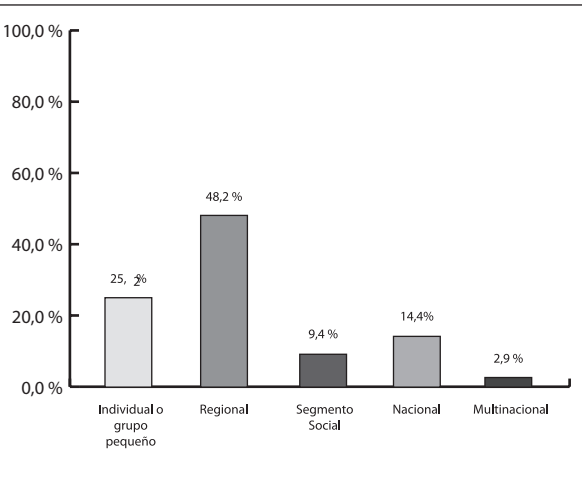
La relevancia de un hecho informado se mide, asimismo, en la duración de sus consecuencias y en su alcance en términos de personas afectadas. Se entiende que cuantas más sean estas últimas, independientemente de su estatus, mayor es el

GRÁFICO 6. Estatus de los implicados



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

GRÁFICO 7. Relevancia por consecuencia



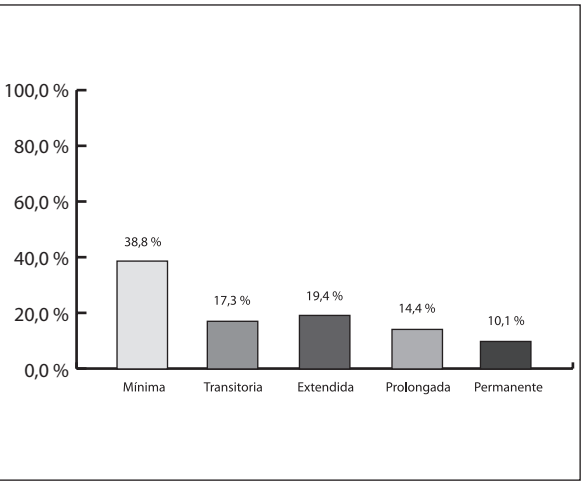
Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

peso informativo de una noticia. De igual modo, más allá de la cantidad de personas afectadas, un hecho tiene mayor peso informativo que otro si sus secuelas son de mayor envergadura.

Los medios ciudadanos son coherentes con su propuesta localista al ofrecer como temas principales hechos que afectan a sus respectivas regiones. Sin embargo, es notoria la presencia de un cuarto de informaciones de portada cuyas secuelas afectan solo a una persona o a un grupo muy pequeño (Gráfico 7). El hecho de que el 56,1% de esas mismas notas tengan consecuencias de duración mínima o transitoria (no superior a dos semanas) da cuenta de que se trata en su mayoría de historias de escaso peso informativo que difícilmente llegarían a los medios tradicionales (Gráfico 8).

Finalmente, el peso informativo se puede evaluar de acuerdo con la rareza de los acontecimientos que motivan la noticia. En términos operacionales, el método VAP entiende por este concepto la frecuencia de ocurrencia de los acontecimientos, es decir, cuán estadísticamente inusual o habitual es el hecho. Al sumar las tres primeras categorías del Gráfico 9 se observa que el 71,2% de los contenidos que estos medios publican como noticias principales corresponden a hechos habituales.

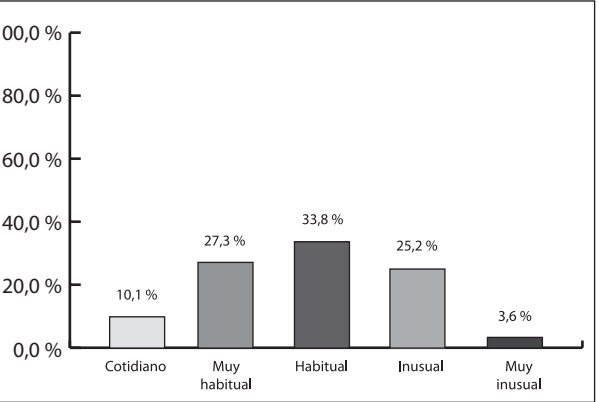
GRÁFICO 8. Duración de las consecuencias



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

La evolución de un fenómeno, que se pensó en un comienzo como un reemplazo de los periodistas y de los medios operados profesionalmente, ha tomado un camino distinto. Éste ya no se caracteriza por la búsqueda activa de datos propios del reporte tradicional, sino que por abrir espacios de discusión pública sobre temas destacados a través de las redes sociales, especialmente de *Twitter*, y de *blogs*, que están viviendo un nuevo auge. Espacios como el conocido *Huffington Post* no reemplazan a los medios tradicionales, sino que incluso ayudan a su difusión a través de links directos que atraen a los lectores hacia las fuentes originales de las noticias.

GRÁFICO 9. Frecuencia de ocurrencia



Fuente: Proyecto Fondecyt n°1080049.

6. CONCLUSIONES

Los medios especializados en contenidos ciudadanos, en este caso particular la *Red de Diarios Ciudadanos de Chile*, no ofrecen al público contenidos que cumplan con la entrega verificable, jerarquizada y contextualizada de información de relevancia social propia de los medios informativos. Esto confirma los resultados obtenidos en investigaciones previas sobre medios híbridos y la autopercepción que los ciudadanos y los responsables de medios autodenominados ciudadanos tienen sobre la actividad que realizan, y refuerza la tesis de que el concepto periodismo ciudadano no es pertinente para describir un fenómeno que no es periodismo.

El aporte de los medios ciudadanos analizados radica en la exposición de temas de interés local, y en la entrega de opiniones y testimonios particulares sobre la agenda informativa. Sin embargo, los contenidos periodísticos que ofrecen son, en su mayoría, producidos por periodistas contratados o provienen de transcripciones de discursos y comunicados oficiales. Así, la participación espontánea u organizada de los ciudadanos en la producción de contenidos en estos medios es menor.

En términos de peso informativo queda en evidencia que los principales indicadores de la relevancia de una información se encuentran prácticamente ausentes: sus contenidos se refieren a hechos habituales, con pocos implicados y de estatus mínimo, y cuyas consecuencias tienen una duración inferior a dos semanas.

Quizás uno de los elementos más destacables de los contenidos de la *Red de Diarios Ciudadanos* es el alcance de sus consecuencias, las cuales apuntan a hechos de significancia local. Ésta podría ser una de las razones de su éxito, pues se trata de una experiencia que ha sabido combinar la necesidad constante de las regiones de Chile por verse retratadas en los medios de comunicación con el requisito de que exista un equipo periodístico profesional que filtre y complemente los aportes ciudadanos. Lo anterior también permite entender la subsistencia de esta red, actualmente *Mivoz.cl*, en un entorno mundial en que la acción de los ciudadanos como productores de noticias va en retroceso.

La evolución de un fenómeno, que se pensó en un comienzo como un reemplazo de los periodistas y de los medios operados profesionalmente, ha tomado un camino distinto. Éste ya no se caracteriza por la búsqueda activa de datos propios del reporte tradicional, sino que por abrir espacios de discusión

pública sobre temas destacados a través de las redes sociales, especialmente de *Twitter*, y de *blogs*, que están viviendo un nuevo auge. Espacios como el conocido *Huffington Post* no reemplazan a los medios tradicionales, sino que incluso ayudan a su difusión a través de links directos que atraen a los lectores hacia las fuentes originales de las noticias.

Uno de los teóricos del concepto periodismo ciudadano, Jay Rosen, declaró en una entrevista en 2010 que ya quedó en el pasado la idea de que los ciudadanos podrían reemplazar a los periodistas y por ende abaratar las salas de prensa, pues lo que en un comienzo parecía simple ha ido develando una serie de complicaciones sobre cómo procesar y modelar una infinidad de datos. Según él, los medios tienen el desafío de canalizar los aportes ciudadanos y aprovecharlos como una oportunidad para recuperar la confianza del ciudadano, que se ve reflejado en los datos que él u otros como él entregaron.

Hay que asumir que la llegada de la web 2.0 permite el acceso a la publicación masiva, de manera transversal, y que eso hace posible que cualquier persona difunda lo que quiera, incluso ciertos datos que pueden ser de gran importancia periodística. Pero, en palabras de Pellegrini, “la sola existen-

cia de la acción informativa directa de los ciudadanos genera modificaciones en la acción profesional de los periodistas: otras modalidades de reporte, nuevas formas de verificación y, sobre todo, un proceso de selección mucho más preciso para evitar que la marea informativa ahogue en definitiva la capacidad de comprensión de los sucesos y disgregue de modo irreversible a las audiencias” (Pellegrini, 2010, p. 276).

Los ciudadanos han encontrado los modos para hacerse presentes en la agenda de discusión pública, y hacer valer su opinión y lograr simetrías, al menos comunicacionalmente, con otros, como autoridades, instituciones o artistas, que antes fueron lejanos y hoy han entrado en el juego de compartir un espacio. Pero ese valioso diálogo ciudadano, por sí mismo, no produce las informaciones socialmente relevantes, profesionalmente conseguidas, elaboradas y difundidas. Por ello, este equipo confirma tras la investigación, que el concepto complemento ciudadano parece el más pertinente para dar cuenta de un fenómeno que se transforma análogamente a la tecnología que lo sustenta, y que, hasta ahora, no ha reemplazado al periodismo, sino que se ha convertido en una oportunidad para enriquecer la pauta temática y para exigir a los profesionales una mayor prolijidad al momento de hacer su trabajo.

SOBRE LOS AUTORES:

Soledad Puente, chilena, Doctora en Ciencias de la Información, Universidad de Navarra. / Profesora titular de la Facultad de Comunicaciones UC. / Ha dirigido distintos proyectos Fondecyt relacionados con la calidad periodística, lenguaje visual y periodismo ciudadano. / Áreas de investigación: narración televisiva de no ficción, calidad informativa y expresión oral. / Actualmente es investigadora responsable en un proyecto sobre cobertura periodística de catástrofes.

Gonzalo Saavedra, chileno, Doctor en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. / Director de la carrera de periodismo de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. / Profesor asociado en el área de la narración escrita. / Áreas de investigación: análisis de prensa, estilo y diseño periodístico e inclusión de los ciudadanos en los medios.

Daniela Grassau, chilena, licenciada en Información Social y Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. / Profesora instructor del área de actualidad. / Áreas de investigación: calidad periodística, aporte de los ciudadanos a los medios e integración informativa. / Es coinvestigadora en un proyecto sobre comunicación periodística de catástrofes.

REFERENCIAS

Abramson, J. (2010). Sustaining quality journalism. *Daedalus, Spring 2010*, 139 (2), 39-44.

Ballas, A. (2006). WikiNews: A World Flattener?. *iSChannel - The Information Systems Student Journal*, London School of Economics, July, 2006, 7. Recuperado de http://www.lse.ac.uk/collections/informationSystems/iSChannel/Ballas_2006.pdf.

Baricco, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.

Bowman, S. & Willis, C. (2003). We Media. How audiences are shaping the future of news and information (Thinking paper). *The Media Center at the American Press Institute*. Recuperado de http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

Bruns, A. (2009, junio). *From Prosumer to Producer: Understanding User-Led Content Creation*. Documento presentado en Transforming Audiences 2009, London, UK.

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (Digital Formations). USA, New York: Peter Lang.

Bruns, A. (2007, junio). Produsage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. Documento presentado en *Creativity & Cognition Conference*, Washington, DC, USA.

Bruns, A. (2006, junio). Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production. Documento presentado en *Cultural Attitudes towards Communication and Technology*, Tartu, Estonia.

Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York, NY: Peter Lang.

Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12 (7), 1064-1084.

COMSCORE (2010). *Indonesia, Brasil y Venezuela lideran aumento global del uso de Twitter*. Recuperado el 29 de marzo de 2011 del sitio web de ComScore en español: http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage

Duffy, M. E., Thorson, E. & Jahng, M. R. (2010, junio). Comparing Legacy News Sites with Citizen News and Blog Sites: Where's the Best Journalism? Documento presentado en la *reunión anual de la International Communication Association*, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore Online. Recuperado el 29 de marzo de 2011 de http://www.allacademic.com/meta/p404791_index.html

Espada, A. (2009, 2 de noviembre). La noticia posmoderna. Mensaje publicado en Diarios de Arcadi Espada. Recuperado de <http://www.arcadiespada.es/2009/11/02/la-noticia-posmoderna/>

Equipo VAP-UC (2004). Instrumento para evaluar la calidad periodística: El VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica. *Cuadernos de Información*, 16-17, 101-113.

García, J. S. (2010). Comportamientos activos en usuarios 2.0: Facebook supera a Tuenti, la red social que había sido líder en España. Causas, estrategias de comunicación e impacto en la recepción. *Observatorio (OBS*)*, 4 (2), 153-166.

García Noblejas, J.J. (2010, 7 de julio). A propósito de “periodismo ciudadano” y profesionalidad. *Cope.es*. Recuperado de <http://gentedigital.es/comunidad/cotufas/2011/03/09/periodismo-ciudadano-y-periodismo-profesional/>

Ghiglione, L. (2010). Introduction: the future of news. *Daedalus, Spring 2010*, 139 (2), 5-7.

Gil de Zúñiga, H. & Rojas, H. (2009). Análisis de los efectos de los blogs en la sociedad de la información. *Revista Comunicación y Movilización Social*, 2, 60-71.

Gillmor, D. (2008). *Where Did “Citizen Journalist” Come From?* Recuperado el 27 de agosto de 2010 del sitio web del Center for Citizen Media: <http://citmedia.org/blog/2008/07/14/where-did-citizen-journalist-come-from/>

Gillmor, D. (2006). *We the media. Grassroots Journalism by the people for the people*. USA, California: O'Reilly Media.

Kahney, L. (2003, 17 de mayo). Citizen Reporters Make the News [Exclusivo en línea]. *Wired*. Recuperado el 27 de agosto de 2010 de <http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/2003/05/58856#ixzz0xqJqivvF> .

Kenix, L.J. (2011). The Future of Alternative Media? *Observatorio (OBS*)*, 5 (1), 187-214.

Kim, E. & Hamilton, J.W. (2006). Capitulation to capital? OhmyNews as alternative media. *Media Culture Society*, 28 (4), 541-560.

Moglen, E. (1997). The Invisible Barbecue. *Columbia Law Review* 945. Recuperado de <http://emoglen.law.columbia.edu/publications/barbecue.html>

Neuberger, C. & Nuernbergk, C. (2010). Competition, complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media. *Journalism Practice*, 4 (3), 319-332.

Nip, J.Y.M. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7, 212-236.

Noguera Vivo, J.M. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 176-186.

Outings, S. (2011, 2 de marzo). The 11 layers of citizen journalism. *Poynteronline*. Recuperado de :http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126.

Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C. & Grassau, D. (2011). *Valor Agregado Periodístico: la apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Pellegrini, S., Puente, S., Godoy, S., Fernández, F., Julio, P, Martínez, J. E., Soto, J. A. & Grassau, D. (2009). *Ventanas y espejos: televisión local en red*. Santiago, Chile: El Mercurio Aguilar.

Pellegrini, S. (2010). Análisis conceptual del periodismo ciudadano y propuesta metodológica para analizar su contribución informativa. *Palabra Clave*, 13 (2), 271-290.

Puente, S & Mujica, C. (2006). What's news in Chile. En Shoemaker, P. & Cohen, A., *News around de the World: Content, practitioners, and the public* (pp. 119-140). New York, USA: Routledge.

Riffe, D., Aust, C. & Lacy, S. (1993). Effectiveness of random, consecutive day and constructed week in newspaper content analysis. *Journalism Quarterly*, 70, 139.

Rosen, J. (2010). *Definition of citizen journalism*. Entrevista grabada en la Netroots Nation conference en Austin, TX por Chuck Olsen. Recuperado de Youtube en <http://www.youtube.com/watch?v=QcYSmRZuep4&feature=related>

Rosen, J. (1999). *What Are Journalists For*. New Haven, London: Yale University Press.

Rushkoff, D. (2010). There's more to being a journalist than hitting the ‘publish’ button [Exclusivo en línea]. *Nieman Reports*, Summer 2010. Recuperado de <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=102412>

- Singer, J.B. (2009). Quality Control. *Journalism Practice*, 4 (2), 127- 142.
- Stempel, G. (1989). Content Analysis. En Stempel, G. y Westley, Bruce (eds.), *Research Methods in Mass Communication* (p. 125). Nueva Jersey: Prentice Hall.
- The OhmyNews International Team (2010, 01 de agosto). OMNI's new approach to Citizen Journalism. *Ohmynews International*. Recuperado de http://english.ohmynews.com/ArticleView/article_view.asp?menu=A11100&no=386159&rel_no=1&back_url=
- Varela, J. (2005). Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información. *Revista Telos*, octubre-diciembre 2005 (65).
- Weinberger, D. (2007). Everything is Miscellaneous. *The Power of Digital Disorder*. Times Books.