Dan Gillmor: cambiando la lectura por conversación

Periodismo ciudadano y democratización de la información

Dan Gillmor está considerado el padre del periodismo ciudadano. Fue uno de los primeros bloggers profesionales. Todo su trabajo intelectual y profesional ha estado dedicado, en los últimos años, a exponer las carácterísticas del periodismo del mañana y las prácticas de la democratización de la información. Desde ahí, este periodista estadounidense nos describe la teoría y la práctica de lo que ya es el periodismo ciudadano que se desarrolla no en la sala de los grandes medios y con periodistas profesionales, sino en la cotidianidad y con gente común y corriente

Johanna Marghella Fuentes

Una nueva faceta del periodismo nació hace más de diez años: se separó de lo analógico para debutar en un mundo de códigos binarios y de un lenguaje diferente al de la televisión, al de la radio y al de los impresos.

Ahora existe un nuevo periodismo que ofrece integración entre los lectores y los periodistas y tiene que ver con convertir la idea tradicional del periodismo en una comunidad en donde los que escriben son los que leen y los que leen son también los que escriben.

Esta fusión periodista-lector viene dada por la tecnificación de la informática, por el avance en la penetración de Internet en las sociedades y en sus culturas, acercando las brechas generacionales y alejando la unidireccionalidad en la información para hacer del periodismo una conversación. Así piensa Dan Gillmor, periodista estadounidense que es considerado el padre del periodismo ciudadano.

En 1982 estudió Economics and Business Reporting en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri. En 1986 Gillmor tomó el curso académico y formó parte de la prestigiosa sociedad de la Knight-Wallace Journalism Fellowship de la Universidad de Michigan en donde estudió historia, economía y teoría política.

En 1994, y durante once años, trabajó en el *San Jose Mercury News*. Fue uno de los primeros *bloggers* profesionales de www.Siliconvalley.com, la versión digital del diario para el que trabajaba, en donde además era columnista y lo leían aproximadamente 500.000 personas al mes.

En 2004 publicó, con la casa editorial O'Reilly Media, Inc., el libro *We the media*: *grassroots journalism by the people, for the people* en el que Gillmor ex-

My life has been in media –music, newspapers, online, books, investing and education.

Dan Gillmor

pone las características del periodismo del mañana y las prácticas de la democratización de la información en Estados Unidos.

Ya en ese año él estaba convencido de que nuevas formas de difusión de la información estaban siendo utilizadas por las audiencias con ayuda de las nuevas tecnologías y de las herramientas que ofrece el Internet. En su libro explica que cada cultura tiene momentos y eventos tan importantes que trascienden el orden establecido por las noticias.

"Algo más, algo profundo, estaba sucediendo esta vez: las noticias estaban siendo producidas por personas comunes que tenían algo que decir y mostrar"[1] y que no sólo se conformaban con lo que los medios de comunicación tradicionales hubieran decidido encabezar sus portadas, ni esperar a ver cómo lucía la historia. De esta forma, el autor vislumbra el fenómeno que hoy en día se conoce como periodismo ciudadano o en su término inglés *grassroot journalism*.

En 2005, deja el *San Jose Mercury News* para llevar a cabo *Bayosphere*, un *Weblog* que consistía en un proyecto de periodismo 3.0 en el que podría aprovechar, a través de Internet, las nuevas formas de hacer periodismo. "Construiremos un espacio donde la gente pueda encontrar noticias y opiniones en las que confiar, e información que nos ayude en nuestra vida cotidiana"[2].

Aunque constituyó una comunidad de casi cien mil usuarios, este proyecto no tuvo el éxito que su creador deseaba ya que el nivel de participación se mantenía fiel pero no aumentaba en número. Por lo que, en menos de un año, Gillmor tuvo que vender el proyecto. Algunos atribuyen este fallo a la falta de incentivos, tanto económicos como de reconocimiento de los participantes, así como también, al reducido alcance que tenía *Bayosphere* ya que estaba solamente orientado a la comunidad de la Bahía de San Francisco y, por lo tanto, eso era un limitante en cantidad de lectores, de colaboradores y de mercado de crecimiento.

Sin embargo, este traspié no fue un fracaso total sino el comienzo de una carrera en el mundo de las comunicaciones 2.0, y así fundó *Dopplr,* un espacio que él llama "atlas social" en el que los viajeros pueden compartir los *tips* de los lugares del mundo que visitan e intercambiar con sus amigos y demás miembros los consejos, coincidencias y recomendaciones para cada ciudad.

El curriculum de Gillmor es extenso y espeso: además de *Dopplr* que actualmente se ha hecho socio de Nokia, es productor ejecutivo de la compañía Wikia, de Seesmic (que es una compañía que realiza aplicaciones de video para Twitter). Es accionista de New York Times Co. and Berkshire Board of Advisors (que es el mayor socio del diario *Washington Post*); y además es colaborador en diversas empresas web de periodismo ciudadano.

> **"La venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no sólo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve"**

Actualmente es director de Knight Center for Digital Media Entrepreneurship, un proyecto de Walter Cronkite School of Journalism & Mass Communication en la Universidad del estado de Arizona, y trabaja para la creación de una cultura de innovación en la enseñanza del periodismo en el mundo del *media.*

Gilmor no sólo es un apasionado de las tecnologías comunicacionales y de la infociudadanía sino que también es músico. Antes de ser periodista tocó diversos instrumentos como la guitarra, el banjo, el saxofón y el piano; sin embargo, su rol principal como músico era el de cantante.

Periodismo ciudadano

Dan Gillmor explica que otra clase de trabajo periodístico comenzó a suceder simultáneamente al periodismo tradicional, ya que la audiencia empezó a formar parte de la redacción de las noticias a través de las facilidades que ofrecía el Internet, y añade que en momentos importantes de la cultura, las mismas personas reportaban la situación en casi tiempo real a través de la actualización de sus *weblogs*.

De esta manera, el periodismo ciudadano es el resultado del fenómeno de un medio de comunicación elaborado por las personas para las personas, a través de una comunicación global que ha ido creciendo en fuerza, complejidad y poder.

La idea que tiene el periodista, escritor y profesor universitario Gillmor es que el periodismo debe ser una conversación; recomendación que le hace a los medios tradicionales, ya que según afirma, es necesario escuchar a las comunidades lectoras de sus productos informativos.

De igual forma, señala que también el periodismo ciudadano tiene que aprender de los grandes medios aquellos elementos relativos al contraste de información y a la confianza que estos gigantes generan en la población: "A pesar de lo mucho que me quejo de los medios tradicionales, tengo confianza en mucho de lo que hacen; no me creo todo lo que me dicen, pero tengo bastante confianza en que están tratando de hacerlo lo mejor posible."[3]

En 2003, The Media Center at The American Press Institute realizó una publicación llamada *Nosotros, el medio: cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y de la información* para la cual Dan Gillmor escribió el prólogo un año antes de publicar su propio libro.

Los autores señalan que:

> La venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no sólo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve. Armada con herramientas de edición web fáciles de usar, conexiones permanentes y dispositivos móviles cada vez más potentes, la audiencia en línea tiene los medios para llegar a ser un activo participante en la creación y diseminación de noticias e información. Y está haciendo eso en Internet[4]

En el prólogo de este libro Gillmor señala que el periodismo participativo es "una tendencia saludable"[5]; aunque puede ser algo perturbador para aquellas personas cuyos roles están cambiando.

Para el autor de *We the media* (2004), actualmente estamos en la primera parte del proceso de transición desde un mundo mediático monolítico a uno heterogéneo y diverso ya que cada vez se hace más fácil

para los ciudadanos formar parte del ámbito periodístico; y destaca que los periódicos, tal y como existen hoy en día en Estados Unidos y en los países desarrollados, tendrán que diseñar un modelo de negocios que les permita salir de las dificultades en las que se encontrarán por la competencia del periodismo ciudadano.

Dan Gillmor busca impulsar a las personas a convertirse en usuarios *media* activos e informados, ya sea como consumidores o creadores, en una época en la que estamos saturados de información y de agencias de noticias y de medios de comunicación tradicionales y, por esa razón, él considera que los usuarios y lectores deben tomar un rumbo que les permita obtener las mejores ventajas en el mundo *media*.

Con este objetivo, Gillmor es el fundador, en 2005, del Center for Citizen Media, cuya finalidad es la de propiciar y expandir la educación de los periodistas ciudadanos, brindándoles herramientas para poner en práctica el periodismo participativo.

Todos los proyectos en los que está envuelto Dan Gillmor tienen el propósito de democratizar la información, es decir, tienen que ver que con la descentralización de la recolección y distribución de las noticias, ya que la gente está combinando las herramientas tecnológicas con ideas innovadoras, lo que altera, sin lugar a dudas, el ejercicio del periodismo en este siglo.

Weblogs

> He sido lo suficientemente afortunado como para ser un participante temprano en el periodismo participativo, cuando fui instado (...) a tener mi propio blog por uno de los pioneros del software para hacerlo. Escribiendo sobre tecnología en Silicon Valley, usaba el blog para generar aún más retroalimentación de mi audiencia.
>
> Esa audiencia nunca fue tímida para hacerme saber cuándo estaba equivocado y me hizo dar cuenta de algo: mis lectores saben más que yo. Esto llega a ser casi un mantra en mi trabajo. Es por definición la realidad para cada periodista, sin importar el tema. Y es una gran oportunidad, no una amenaza, porque cuando pedimos a los lectores su ayuda y conocimiento, ellos están dispuestos a compartirlos y todos nos podemos beneficiar.[6]

“A través de los *blogs*, el periodismo ciudadano ha tomado auge y cada vez hay más personas que convierten sus *blogs* personales en espacios para generar contenidos con una óptica diferente a la de los grandes medios de comunicación a los que Dan Gillmor denomina *readers-turned-reporters* (lectores convertidos en reporteros)”

Los *weblogs* son herramientas tecnológicas por las que Gillmor apuesta desde que trabajaba para *San Jose Mercury News*. Su nombre se debe a la unión en inglés de las palabras *web* y *log* (que en español significa “diario”) y se trata de un sitio web en el que se recopila información de todo tipo y en diversos formatos: texto, video, imagen, audio; que se actualiza periódicamente por uno o varios autores y en los que se facilita el acceso a otros sitios web a través de los hipervínculos. Posteriormente se comenzó a utilizar una forma corta *blog* para denominar a estas bitácoras en las que se permiten que los lectores puedan escribir comentarios y así generar una comunicación bidireccional.

A través de los *blogs*, el periodismo ciudadano ha tomado auge y cada vez hay más personas que convierten sus *blogs* personales en espacios para generar contenidos con una óptica diferente a la de los grandes medios de comunicación a los que Dan Gillmor denomina *readers-turned-reporters* (lectores convertidos en reporteros) que publican información en tiempo real a una audiencia mundial a través de Internet.

Lo que pretende el periodismo ciudadano es la participación de la audiencia en el proceso periodístico a través del trabajo colaborativo principalmente con *blogs* para usuarios *Wiki*. Gillmor asegura que si él dirigiera un medio de comunicación, trabajaría para crear un sistema que compense a los que contribuyan en el proyecto. Se opone al modelo de medios en donde no se paga a sus periodistas ciudadanos ya que lo considera insostenible e injusto. Agrega que este nuevo modelo de retribución todavía está por descubrirse pero que sin duda, es necesario investigar sobre nuevas fórmulas para compensar a la audiencia por su trabajo periodístico, porque la idea no es trabajar gratis sino promover un flujo multidireccional de noticias en donde la audiencia tiene un papel creador y activo. El periodista ciudadano tiene la misión de ayudar a la comunidad a entender cómo se usan los medios de comunicación desde una perspectiva de gente formada con pensamiento crítico y no como consumidores pasivos.

La transparencia es elemental en la infociudadanía y la conversación entre periodistas y lectores es la clave para lograr esa transparencia. Gillmor añade que los *blogs* y los medios ciudadanos sirven para completar los vacíos que siempre existen en todas las historias. El periodismo ciudadano democratiza la información en el sentido de la participación ya que hay herramientas para todos y acceso para todos y los secretos son más difíciles de guardar.

Combatiendo la autocensura y los regímenes autoritarios

La participación en el *media* es un acto social, asegura Gillmor, y los medios conforman un sistema importante que permite a la sociedad comunicarse y colaborar. En contrario a esta realidad, gobiernos de muchas partes del mundo están tratando –algunos con más éxito que otros– de impedir que los ciudadanos obtengan información y datos que el Estado no quiere que vean. Sin embargo, señala, siempre existe la esperanza de que las personas en todas partes del mundo continúen resistiendo tales restricciones, y que con el uso adecuado e inteligente de la tecnología, puedan obtener la información y generar contenidos para cumplir su labor de periodistas ciudadanos y su compromiso social.

Los gobiernos deben entender que las prohibiciones comunicacionales, las interrupciones del flujo informativo conforman a largo plazo un daño para el país como tal ya que el progreso, tanto científico, económico y social, depende en la habilidad de cada quien de aprender de lo que otros han dicho y hecho en el mundo, asevera Dan Gillmor.

Encaminados en el rumbo de la tecnología de la información

Así pues, las nuevas tecnologías han sido directamente proporcionales en el progreso de las telecomunicaciones y, a su vez, con el alcance de Internet en la sociedad, lo que genera un complejo y veloz proceso de globalización. El investigador Manuel Castells, apunta que "Internet ha tenido la tasa de penetración más rápida de cualquier medio de comunicación en la historia" y señala que en Estados Unidos la televisión necesitó quince años para llegar a 60 millones de personas, mientras que el Internet lo logró en tres años.

Dado que el periodismo tiene un compromiso social con sus lectores, la pluralidad de las fuentes y la democratización del acceso a Internet hace que éste necesite de la red como una herramienta para tener mayor alcance y para no quedarse rezagado en las tendencias de vanguardia de transmisión de información. Otro reto para el periodista es el surgimiento de una nueva competencia: el ciudadano, ya que "las nuevas tecnologías han propiciado la participación de los públicos en los procesos de comunicación"[7]

Entre otras cosas, el ejercicio del periodismo tradicional comienza a ser afectado en el sentido de que con la democratización de la información, la audiencia es ahora periodista también, y Gillmor ejemplifica con el caso de la foto de las bombas en el metro de Londres en 2005 que fue tomada por Adam Stacey y subida a su blog: explica que esa foto no fue tomada por un periodista pero el acto de tomar esa foto se convirtió en periodismo. Por lo tanto, comienzan a aparecer nuevas reglas de juego para los medios tradicionales y sobre todo, se hace más difícil mantener secretos a la sociedad. Otro problema que han experimentado los medios tradicionales es la disminución de sus lectores y por ende, la desinversión de sus anunciantes.

El periodismo debe incorporar nuevas reglas y la principal es tener un cambio de mentalidad; en primer lugar dejar de creerse un *oráculo* para convertirse en una *guía*[8]. Se debe pedir ayuda a los lectores, y allí es donde viene el otro cambio: estar concientes de que los lectores saben más que ellos. Por lo que entonces una herramienta útil podría ser la creación de redacciones *Wiki*, en donde todos puedan colaborar y entre todos regular la veracidad de la información.

> **"Entre otras cosas, el ejercicio del periodismo tradicional comienza a ser afectado en el sentido de que con la democratización de la información, la audiencia es ahora periodista también"**

Gillmor añade que al momento de confiar en un periodista ciudadano, los mismos miembros de la blogósfera filtrarán la información. Y comenta que pueden también crearse herramientas de ponderación de reputación que los mismos generadores de contenido se califiquen entre sí; de esta manera, la comunidad se mantiene activa y es ella misma quien establece el equilibrio.

Entre las recomendaciones que hace Dan Gillmor para cuando el usuario desempeña el rol de audiencia, está la de ser escéptico en los medios que lee y, muy importante, la de acostumbrase a comentar y hacer *feedback* en todo lo que revisen. Y entre las recomendaciones que hace para cuando el usuario ejerce el rol de periodista ciudadano está, en primer lugar, ser exhaustivo en todo lo que se haga. También ser preciso, ser justo, mantenerse lo más independiente posible y sobre todo, no olvidar tener transparencia en lo que se escriba.

Dan Gillmor insiste en que la colisión de las comunicaciones y la tecnología ha creado enormes cambios para el ejercicio del periodismo. La lectura de las noticias está siendo transformada en una conversación. Los periodistas deben aprender a escuchar y responder a una creciente audiencia que está conectada y que conoce también sobre los temas que se están discutiendo, por lo que los productores de noticias necesitan redireccionar al formato conversacional y tener en cuenta que ése es el elemento esencial de la misión de los que forman parte de la blogósfera del periodismo ciudadano.

■ **Johanna Marghella Fuentes**
Estudiante de Comunicación Social, mención periodismo. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)

Notas

1 GILLMOR, Dan (2004): *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. http://www.authorama.com/we-the-media-1.html

2 http://periodistas21.blogspot.com/2005/ 05/dan-gillmor-presenta-bayosphere .html

3 http://www.periodismociudadano.com/ 2009/09/03/dan-gillmor-los-periodistas-tradicionales-deben-aprender-que-el-periodismo-debe-ser-conversacion/

4 BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris (2003): *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y de la información*. The Media Center at The American Press Institute. p. VI http://www. hypergene.net/wemedia/espanol.php?id=P53.

5 http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php?id=P54

6 http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php?id=P53

7 NORIEGA, M. y SIMÓ, M. (2008). "Competencias y habilidades del periodista venezolano. Retos de hoy y del mañana". En: DELGADO-FLORES, C. (Coord.). *Versión Beta. Tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. Serie Mapas de la Comunicación. Caracas: Los libros de El Nacional–Publicaciones UCAB.

8 http://www.microsiervos.com/archivo/internet/dan-gillmor-escorial.html