em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

Medios digitales participativos: el difícil tránsito del receptor al productor[1]

María Soledad Segura
Doutora; Universidad Nacional de Córdoba/Argentina;
sole_segura@yahoo.com.ar

Resumen: Durante la profunda crisis económica e institucional y la intensa movilización social y política que los argentinos vivieron a principios del siglo XXI, se multiplicaron las experiencias de comunicación alternativa que procuraron dar respuesta a las demandas expresivas e informacionales de amplios sectores de la población. Muchos de estos nuevos medios de comunicación se desarrollaron en soportes digitales. En sus intentos de construir nuevos modelos comunicacionales, estas iniciativas impulsaron modificaciones de los tradicionales roles de los sujetos del proceso comunicacional -periodistas y públicos- que tendieron a la desintermediación y al incremento de la participación. La participación es uno de los principios fundamentales de lo que la tradición latinoamericana de políticas de comunicación definió como condición de una "comunicación democrática". Sin embargo, estas propuestas encontraron serias dificultades y presentaron importantes limitaciones para que los públicos pasaran de la pasividad de la recepción a la actividad productiva.

Palabras clave: Medios digitales. Participación. Acceso. Limitaciones.

1 Introducción

Durante la profunda crisis estructural de la economía, la consiguiente crisis institucional y la intensa movilización social y política que los argentinos vivieron a principios del siglo XXI, se multiplicaron exponencialmente las experiencias de contra-información y de comunicación alternativa que procuraron dar respuesta a las demandas expresivas e informacionales de amplios sectores de la población y, en particular, de los nuevos sujetos colectivos movilizados. Muchos de estos nuevos medios de comunicación se desarrollaron en soportes digitales por sus bajos costos de puesta en funcionamiento y de mantenimiento.

En sus intentos de construir nuevos modelos comunicacionales, estas iniciativas impulsaron modificaciones de los tradicionales roles de los sujetos del

proceso comunicacional -periodistas o comunicadores profesionales y públicos- que tendieron a la desintermediación y al incremento de la participación (de los receptores pasivos a productores, de los periodistas-empleados a administradores y dueños de los medios, etc.). La participación es uno de los principios fundamentales de lo que la tradición latinoamericana de políticas de comunicación definió como condición de una "comunicación democrática". En ese sentido, por lo tanto, se podría sostener que estos nuevos medios tendieron a la democratización de las comunicaciones en la Argentina.

No obstante, además de exponer los argumentos generales que desmontan la celebración de la tecno-utopía de la "democracia de redes", expondremos las dificultades y limitaciones específicas que encontraron estos medios de comunicación alternativa para que los públicos pasaran de la pasividad de la recepción a la actividad productiva.

En el primer apartado nos referimos al enfoque teórico-metodológico utilizado. En segundo lugar, hacemos referencia a los principales ejes del estado de la cuestión sobre los medios digitales. En tercer término, reconstruimos las condiciones de producción de estas iniciativas en la Argentina. Luego presentamos dos de estos nuevos medios: Indymedia y Sosperiodista. En quinto lugar, analizamos en sus discursos institucionales las propuestas de cambios en los roles de los sujetos del proceso comunicacional que realizaron. Finalmente, abordamos las dificultades que sus impulsores identificaron a la hora de procurar incrementar la participación de los usuarios.

2 Un Análisis socio-discursivo

Este tema se aborda desde una perspectiva teórico-metodológica interdisciplinaria que nos permite analizar las prácticas discursivas desde un enfoque socio-histórico. Analizar los discursos como prácticas lleva a plantearse la pregunta acerca de los agentes que las producen y de las condiciones dentro de las cuales llevan a cabo el proceso de producción de los discursos. Se plantea que las prácticas encuentran el principio de comprensión/ explicación en el lugar que define la identidad social de los agentes que los producen (COSTA; MOZEJKO, 2002). No se niega la incidencia

que pueden tener en las opciones discursivas los valores y convicciones esgrimidos por los agentes como razones de sus prácticas. Se plantea, sin embargo, como hipótesis, que las opciones que caracterizan los discursos encuentran una mayor eficacia explicativa al relacionarlas con la posición relativa de poder de los agentes que las producen más que con sus ideas y principios. Tanto las tradiciones teóricas de estudios de comunicación y cultura como las sociológicas y de análisis del discurso que en su conjunto conforman el andamiaje teórico que se usa en este análisis, tienen similares fundamentos. Todas rechazan el determinismo mecanicista de lo económico tanto como el inmanentismo del discurso y la autonomía del sujeto.

El abordaje de los discursos como prácticas lleva a plantearse la pregunta acerca del proceso de producción de los enunciados. Este interrogante conduce a averiguar acerca de las condiciones sociales de producción que lo limitan y lo hacen posible, y acerca de los agentes sociales individuales o colectivos que realizan las prácticas y en cuyo proceso de trabajo se vuelven operantes esas condiciones. Teniendo en cuenta esta manera de construir el objeto de conocimiento, se plantearon tres niveles de interrogantes/problemas:

a) Nivel del discurso: ¿Qué características tienen los discursos producidos?;
b) Nivel de quienes producen las prácticas discursivas: ¿Desde qué posición de poder relativo hablan los agentes?;
c) Nivel de condiciones de producción: ¿En qué condiciones y sistema de relaciones surgen estas prácticas?.

Para responder a estos interrogantes, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

a) Estudiar las prácticas, particularmente discursivas, de medios digitales en Córdoba entre diciembre de 2001 y marzo de 2009;
b) Identificar los elementos que permiten construir la posición relativa ocupada por los agentes sociales que producen tales prácticas;
c) Analizar y presentar las condiciones sociales dentro de las cuales surgen y son producidas las prácticas de los agentes considerados;
d) Relacionar las características de las prácticas discursivas con las condiciones

sociales de su producción y con la posición relativa de los agentes sociales que las producen.

Los objetivos sintetizan los cuatro pasos – no necesariamente cronológicos - en el proceso de trabajo que el enfoque teórico-metodológico propuesto implica.

Para desarrollar el punto a) fue necesario ajustar el corpus y analizar los discursos con una estrategia que privilegia la construcción del enunciador como modo de abordaje de los textos. El corpus de análisis está conformado por los discursos fundacionales de las experiencias estudiadas.

Para desarrollar los puntos b) y c) también fue necesario: leer bibliografía específica y documentos de cada organización y, en los casos en que resultó escasa o inexistente la información obtenida de estas fuentes documentales, recurrí a la realización de entrevistas a sus integrantes, que proveyeron la información necesaria para presentar las condiciones sociales en tanto contexto inmediato de las prácticas analizadas, y construir los agentes sociales involucrados según las nociones de lugar, competencia, gestión y trayectoria.

Los criterios de selección de los entrevistados y del contenido de las entrevistas fueron:

a) Todas las entrevistas versaron sobre el relato de las experiencias, sus condiciones de producción, sus participantes y las estrategias desarrolladas;
b) Todos los entrevistados fueron protagonistas de las prácticas analizadas o de experiencias que constituyen antecedentes de éstas (no analistas ni testigos).

Se entrevistó a los impulsores, coordinadores o líderes de las experiencias.

3 La Celebración tecno-utópica y sus objeciones

Una de las nuevas modalidades periodísticas que procuran vías de democratización de la comunicación mediática, fue el denominado periodismo participativo[2] que postula las herramientas digitales como motores de la socialización de la información y en el que los usuarios participan en la elaboración del mensaje informativo. Sus elementos definitorios son: en primer lugar, la irrupción de los

ciudadanos en el espacio público para informar y comentar, reduciendo la intermediación para entrar en contacto más directo con la fuente y los hechos; el rechazo de una concepción tradicional de objetividad periodística y su reemplazo por la manifestación de la subjetividad y el uso de la primera persona en el relato; y la sustitución del patrón unidireccional de la comunicación por uno interactivo (VARELA, 2004).

En la Argentina también hubo quienes destacaron el carácter democratizador de estos "medios sociales de comunicación" emergentes a principios del siglo XXI al sostener que, a diferencia de los valores y tradiciones que rigen a los grandes medios y al periodismo profesional, se caracterizaron por establecer una comunicación colectiva, horizontal y sin diferencias entre productores y receptores; por basarse en experiencias de política asamblearia, en las que "se diluye el poder de intermediación"; por postular otra concepción de la noticia, no fundada en la excepcionalidad, sino en la complejidad y la larga duración de los procesos; y por hacer circular la información en lugar de concentrarla para acumular poder (LAVACA, 2006).

Más allá de los pronósticos que auguran que a partir de estas nuevas experiencias sobrevendrán transformaciones radicales como, por ejemplo, el "fin del periodismo" (LAVACA, 2006), lo que sí es comprobable por lo pronto es que estas nuevas maneras de comunicarse ya están forzando algunos cambios en la prensa convencional.

El periodismo participativo en la *web* aparece como un nuevo modo de vigilancia y control de calidad sobre el trabajo de los periodistas en la medida en que cada usuario "aún cuando regrese a su sillón de consumidor de información […] [t]iene elementos para evaluar el producto que se le ofrece desde una perspectiva distinta" (LAVACA, 2006, p. 39). En *internet*, "el usuario tiene acceso a información más compleja y puede contrastar" al tener acceso a "*blogs*, correos electrónicos, y distintos sitios que le dan un panorama informativo amplio donde el periodista no posee el monopolio de la expresión pública" (RONDEROS; FOGEL, 2006).

En casos extremos como atentados terroristas, catástrofes naturales, guerras o rebeliones, los *blogs* se convirtieron en una inestimable fuente de información para

los periodistas y medios tradicionales. Así lo entendieron los medios británicos el 7 de junio del 2005 ante los atentados en Londres: la BBC, *The Guardian* y *The Times* hicieron un llamamiento a los ciudadanos para que contaran sus historias y enviaran sus fotos o videos. También están siendo usados como fuentes de información local no sólo por sitios de reporteros de su localidad, sino por diarios y agencias de noticias que procuran incorporarlos de modo permanente.

Están incidiendo asimismo en los modos de expresión del periodismo tradicional. En su intento de acomodarse a los nuevos tiempos, los medios convencionales que tienen versión digital incorporan *blogs* de sus periodistas en ocasión de coberturas especiales, como una modalidad de expresión más informal, subjetiva y de color.

Estos nuevos modos de comunicación tienen particular relevancia al intentar mostrar la información que los medios tradicionales invisibilizan, ocultan o minimizan. Así, ante los atentados del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos y luego, ante la invasión a Irak, los llamados *warlogs* se convirtieron en fuente de información alternativa a la oficial.

Las TICs son utilizadas también como novedosos modos de comunicación en nuevas formas de activismo social y político, entre cuyos pioneros se cuentan los grupos antiglobalización que se movilizaron en Seattle en 1999. Fueron usadas también en la convocatoria a las manifestaciones contra el manejo de la información que el gobierno de José María Aznar había hecho sobre el atentado del 11 de marzo de 2004 en Madrid (VARELA, 2004). En Latinoamérica, a mediados de la década del 90 el activismo en la red del Ejército Zapatista de Liberación Nacional se convirtió en paradigmático (LEÓN; BURCH; TAMAYO, 2005, p. 17). En el siglo XXI, se destacó la expansión del "uso ciudadano de *internet*" en Venezuela durante el golpe de Estado contra el presidente Hugo Chávez en 2002 (PADILLA FERNÁNDEZ, 2010) y en la Argentina durante la crisis de 2001-2002 (LEVIS, 2002).

Las protestas del 19 y 20 de diciembre de 2001 habían marcado también un punto de inflexión en la Argentina en el uso del soporte de las tecnologías de la información y la comunicación para la circulación de información, el debate, la convocatoria y organización de la protesta social. Luego, "algunos de los activos

participantes de los foros públicos comenzaron a fundar sus propios sitios" en vistas de ir "más allá de lo virtual" y promover, entre otros fenómenos, el de la asambleas vecinales (GALLI, 2002). Así, entre 2002 y 2003, emergieron numerosos sitios dedicados a la protesta social -cacerolazos, piquetes, escraches, denuncias, protestas de deudores y de ahorristas, y propuestas- impulsados por grupos de diversa índole: ahorristas, desocupados, asambleaístas, deudores, de izquierda y otros ciudadanos[3]. Esto habría puesto en evidencia "la doble apropiación que ejercieron los sujetos: del espacio urbano y del espacio virtual." (ANDRETICH, 2005, p. 77-78).

Sin embargo, esta "apropiación" del espacio virtual no estuvo exenta de dificultades y limitaciones.

Cabe destacar - como lo hace Diani (1999, p. 13) - que las redes virtuales no promueven la organización colectiva, sino al revés: "[…] operan mejor cuando están respaldadas por vínculos sociales reales en comunidades específicamente localizadas", de tal modo que "[…] la contribución más notable de la comunicación mediada por computadoras a los movimientos sociales parece ser instrumental."[4].

Es más: las nuevas tecnologías de socialización virtual permiten extender vínculos de afinidad débiles, que pueden incidir en la corrección de algunos aspectos del sistema, pero son ineficaces para cuestionarlo. "El activismo que enfrenta al *statu quo* – que ataca problemas de raíces profundas - no es para flojos. El activismo de alto riesgo es un fenómeno de lazos fuertes" (GLADWELL, 2010). Las plataformas de las redes sociales permiten difundir innovaciones e información, y son efectivas para incrementar la participación cuando ésta no requiere un alto nivel de motivación.

Además, el activismo que desafía al *stablishment* requiere organización jerárquica, estrategia y disciplina, mientras que las redes son desordenadas y toman las decisiones por consenso. Al mismo tiempo, "[e]sta estructura hace que las redes sean enormemente resistentes y adaptables en situaciones de bajo riesgo." (GLADWELL, 2010).

Además, Diani (1999, p. 13) recuerda que "la comunicación mediada por computadoras parece reflejar las inequidades más que superarlas […]", en la medida en que su acceso es fuertemente correlativo a la clase y el estatus.

Sin contar con que "[…] mientras su contribución a poner en red a

organizaciones ciudadanas es innegable, su contribución a las operaciones de agencias de control social, militares, gobiernos y corporaciones es – al menos cuantitativamente- más grande." (DIANI, 1999, p. 13, traducción nuestra).

Aunque Lavaca (2006, p. 36) sostiene que "el problema no es el patrón" (la forma de organización de la producción de un medio), sino el diseño de otro modelo de comunicación, la propiedad y el acceso a los medios siguen siendo centrales para la libertad de expresión.

Por un lado, las corporaciones multimedia están facilitando la expansión de las redes autónomas y horizontales de comunicación digital, porque "reconocen su potencial comercial". "El contenido generado por los usuarios y la acción social autónoma son ahora componentes fundamentales de la red global de comunicación". No obstante, "para poder aprovechar este reservorio de clientes activos, deben respectar la cultura específica de estos nuevos media": no deben disminuir demasiado la libertad de expresión y tienen que limitar sus intromisiones en la privacidad de los usuarios (ARSENAULT; CASTELLS, 2008, p. 743-744, traducción nuestra).

Por otro lado, el periodismo ciudadano tiene serias limitaciones en países como la Argentina donde a mediados de la década accedía a *internet* sólo el 35 por ciento de la población (MONJE, 2007, p. 74). Asimismo, la brecha digital se manifiesta no sólo en el acceso al medio, sino también en las competencias necesarias para utilizarlo, según cuenta una de las impulsoras del sitio Cordobanexo surgido en la ciudad de Córdoba en 2002 como medio de comunicación privilegiado de las asambleas barriales:

Incluso discutíamos sobre el problema tecnológico, cómo la *internet* es una construcción social y el código técnico está sesgado por el capitalismo. Entonces estamos resignificando el código técnico, no teníamos que hacer plantillas tan estándar, sino que teníamos que dejar que las asambleas metieran sus cosas, con sus colores, porque eso permitía la pluralidad. Bueno, mentira [risas], porque en realidad era un laburo andar copiando y pegando, pero teníamos todo ese discurso. (ROITMAN, 2008)[5].

Además, a pesar de los logros que ya pusieron en cuestión el monopolio de la intermediación pública que ejercían los medios de comunicación masiva, la

multiplicación de posibilidades expresivas no alcanza para asegurar el pluralismo si no se garantiza que esas diversas voces se escuchen y tengan posibilidades de generar algún impacto (SEGURA, 2007, p. 77). "Las redes sociales hacen que sea más fácil para los activistas expresarse, y más difícil que esa expresión tenga un impacto." (GLADWELL, 2010). La capacidad de incidencia plantea entonces la cuestión del poder.

El peor becario de *Wall Street Journal* se rasca el sobaco y tiemblan 100 empresarios en nuestro país [España]. En el otro campo, cuando uno de los *bloggers* españoles más influyentes tiene un mal viaje y denuncia la actitud de la aerolínea con la que viajó, no pasa nada. […] La información no es una democracia, la información es poder, y todo el mundo lo quiere. (MONJAS apud FERNÁNDEZ; MOYANO, 2006)[6].

4 Lo Comunicacional en la crisis material

La Argentina inició el siglo XXI con el estallido de una crisis estructural de la economía que expulsó de la matriz productiva a millones de trabajadores y elevó los índices de pobreza, y una fenomenal crisis del sistema político, un "colapso de la confianza pública en el país" (NOVARO, 2002, p. 9-30 y 31-106; MOCCA, 2002, p. 253-288).

Las nuevas condiciones favorecieron la mayor visibilidad de los movimientos sociales existentes, particularmente de las agrupaciones piqueteras, y potenció la emergencia de otras formas de auto-organización social: asambleas barriales, clubes de trueque, grupos de ahorristas, cartoneros, fábricas gestionadas por sus trabajadores, colectivos contraculturales y de contrainformación o comunicación alternativa. Estas nuevas organizaciones, según Svampa (2008, p. 117-118), expresaron "el mandato destituyente" de las jornadas de diciembre de 2001 – expresado en la consigna "¡Que se vayan todos y que no quede ni uno solo!"- e impulsaron un corrimiento a favor de la política como una dimensión originaria de lo social. A partir de entonces, cobró relevancia en los criterios de valoración política la democracia asamblearia, horizontal y no delegativa.

En relación con esta disputa, se pusieron en cuestión también los criterios de

valoración de la relación entre comunicación y política. Ante la crisis de las políticas neoliberales y de la democracia representativa, la comunicación se tornó necesaria para disputar nuevos sentidos y definiciones del orden social común. La emergencia de nuevos actores socio-políticos conllevó la necesidad de disputar la visibilidad y los sentidos de la propia identidad y de las demandas para la presentación en el espacio público también mediático. El modo de organización y práctica política asamblearia, horizontal y no delegativa, implicó la necesidad de articular prácticas en red con otros semejantes para construir poder "desde abajo". Todo esto hizo que las organizaciones sociales y políticas, además de los públicos/ciudadanos (en otros términos: la sociedad civil organizada colectivamente o los sujetos individuales desagregados), otorgaran cada vez mayor relevancia a la cuestión comunicacional y la considerasen inescindible de las disputas políticas[7]. Así, en estas circunstancias la comunicación aparecía como "[…] condición necesaria para revertir, mediante la participación de los individuos en la esfera pública y política, los crecientes niveles de exclusión económica y social y para consolidar el sistema democrático." (MATA et al., 2005)[8].

Éstas pueden ser consideradas las demandas comunicacionales de los grupos movilizados. Si bien los medios masivos de comunicación, en sus estrategias para reacomodarse a las nuevas condiciones, hacían visibles las consecuencias de la crisis y los nuevos actores, les imponían restricciones a sus posibilidades de construir su identidad y legitimidad pública, presentar sus demandas y disputar los sentidos del orden social. En tanto, los medios públicos, además de su rol subsidiario establecido por el decreto-ley de radiodifusión entonces vigente, adolecían de la crisis que afectaba la institucionalidad del Estado.

Frente a esto, durante las intensas movilizaciones que caracterizaron el período 2001-2002 y en los años siguientes, se multiplicaron en la Argentina medios y redes alternativas de comunicación en procura de responder a estas demandas comunicacionales[9], muchos de los cuales se basaron en soportes digitales. En el marco de las condiciones existentes, se propusieron intervenir en la disputa por los tres sentidos de lo público: la visibilidad (de actores autorizados para hablar y modalidades expresivas consideradas legítimas), la accesibilidad (de las condiciones estructurales de propiedad y organización de la producción de los medios) y lo

común (los tópicos, temas y problemas aceptables para ser abordados públicamente) (RABOTNIKOFF, 1997 y FRASER, 1997).

5 Periodismo participativo y activismo digital

Dos de los nuevos medios alternativos digitales surgidos en este período en la Argentina fueron *Indymedia Córdoba* (en 2005) y *Sosperiodista* (en 2006). Replican en la ciudad de Córdoba[10] experiencias desarrolladas en otros lugares del mundo y sus actividades son estrictamente informativas. Su característica distintiva en común es el cuestionamiento al rol del periodista profesional como generador exclusivo de las noticias y a la distinción entre público y productor. Apelan a un usuario activo, voluntario (su trabajo es gratuito y no regular) y no profesional que asuma los dos roles[11], mientras que los administradores del sitio se reservan la función de editores, esto es: el control del recurso crítico (el medio) por propiedad y administración. Las diferencias principales entre ellos, radican en la intencionalidad del grupo que impulsa cada sitio y su adscripción axiológica. Mientras *Indymedia* se autodefine como un colectivo anticapitalista que acompaña a las organizaciones sociales, *Sosperiodista*[12] se presenta como un medio de comunicación periodístico y comercial.

Indymedia, en tanto medio de comunicación altermundista, recupera la experiencia alternativa, autónoma y asamblearia que caracterizó a los primeros años del siglo XXI.

> […] veíamos todas esas actividades, que venían sucediendo y que no se expresaban en nada. […] el tratamiento [que los medios masivos les daban] no alcanza[ba]. Entonces, quisimos construir una herramienta de comunicación que le permita a estos sectores […] que eso no quede perdido en un volante […] Y empezó a madurar la posibilidad de tener una herramienta acá en Córdoba como Indymedia. (FERNÁNDEZ, 2008).

Las características del medio a nivel internacional constituyeron condiciones que hicieron posible el desarrollo de *Indymedia* en Córdoba: "un portal que ya era conocido", "una publicación abierta" que "soportaba todo, audio, video, foto y texto", permitía "interactuar de alguna forma" y tenía un público al que "le

interesaba lo que estaba publicado". Además, a nivel organizacional, propone "laburo horizontal, no jerárquico, de debate colectivo en la construcción colectiva de garantizar la información", acorde con los planteos políticos de la época (FERNÁNDEZ, 2008).

> Y por otro lado, es una página donde se expresa la resistencia y tiene una direccionalidad concreta hacia algo […] no se permiten noticias o comentarios de carácter sexista, homofóbico, racista, etcétera. […] Había varios colectivos en el mundo que se planteaban manifiestamente el anticapitalismo […] las crecientes luchas reivindicativas de los pueblos originarios, de género, de los movimientos de las empresas recuperadas. (FERNÁNDEZ, 2008).

Por su parte, la propuesta de periodismo ciudadano de Sosperiodista adscribe a los valores liberales del periodismo, aunque -en línea emparentada con el periodismo cívico- impulsa la radicalización de la participación de los usuarios. Es un medio de comunicación digital que plantea un modo participativo de producción, un modelo de negocio con fines de lucro y procura constituirse en una alternativa laboral.

Las condiciones de acceso y uso de *internet*, constituyeron tanto una posibilidad como una restricción. Si bien la conexión a la red estaba creciendo, la mayoría de la gente escribía desde su trabajo o desde un ciber-café: "Eso es muy costoso, hay que tener pilas" (ALBERA ; REINERI, 2008).

Como se dijo antes, en esos años en la Argentina se estaban poniendo en marcha sitios con características similares. Sin embargo, los integrantes de Sosperiodista se diferencian de los sitios que se identifican con el periodismo ciudadano porque consideran que éstos constituyen nuevos nombres para antiguas prácticas de entrega de información y denuncias de las fuentes a los periodistas, o se asimilan más a redes sociales virtuales de intercambio de informaciones periodísticas, o son sitios de producción de información, pero en el estilo "objetivista" de los medios tradicionales. Se diferencian también de los *blogs* porque constituyen un registro personal de un *bloggero* y, en particular, de los *blogs* de los diarios digitales porque responden a la política editorial del diario aún cuando permita un estilo de escritura diferente. La otra diferencia que plantean es con el "periodismo independiente" entendido como de opinión crítica pero poco riguroso en el tratamiento de la información.

En particular, si bien reconocen similitudes con *Indymedia*, también se diferencian porque a priori no toman posición política como medio, editan las notas que envían los periodistas ciudadanos (mientras que en *Indymedia* una parte se edita y otra no) y registran quién es y desde qué lugar escribe quien escribe, el autor de la nota.

6 Nuevas relaciones de desintermediación

En *Indymedia*[13], el enunciador es colectivo, su definición es política con respecto al sistema global (anticapitalista) y su concepción de la comunicación, instrumental al servicio de un fin político ("**una herramienta necesaria para promover la participación de la gente en la lucha por una sociedad más justa**"[14]). Cuestionan el sistema social capitalista al que se oponen. Su lucha no es comunicacional. Lo comunicacional no es analizado en sus vínculos con el sistema que cuestionan, sino que es visto como una herramienta para visibilizar a sus aliados, los opositores al sistema, promover la participación en la lucha contra él y facilitar la coordinación con los aliados, al tiempo que hace llegar información sobre su crisis a la población en general, la beneficiaria.

El enunciador/actor del enunciado define su competencia axiológica por los valores que sustenta (justicia, horizontalidad, descentralización y autonomía) y aquellos a los que se opone ("**anticapitalista, no comercial, en contra de toda forma de discriminación: sexismo, homofobia, racismo o fascismo**"). Se construyen como parte de las víctimas de un sistema opresivo ("**la crítica situación del país no nos es ajena, estamos viviendo bajo un sistema totalmente opresivo**"). Y desde esa identidad de afectados que son capaces de distinguir lo bueno de lo malo, van a construir su competencia pragmática, su saber hacer: se reúnen "[…] **con la intención de generar este tipo de herramientas en Córdoba**" por medio del uso de una tecnología caracterizada como esencialmente inclusiva y sin restricciones ("**toda persona que tiene acceso a internet puede publicar sus artículos y noticias sin que medien restricciones ni modificaciones de ningún tipo**"). Se inscribe en la genealogía de *Indymedia*: una "[…] **red horizontal,**

descentralizada y autónoma", abierta e independiente. Se desarrolla en un nivel de espacio transnacional: es una "**red global**" conformada por "**diversos grupos que se extienden a lo largo del mundo**". Frente a la "crítica situación del país y del mundo" y la "**crisis que vive Córdoba**", se juntaron para generarla en este último espacio local. Sin llegar a constituirlos como oponentes porque su lucha no es contra ellos, se diferencian de "**los grandes medios de comunicación**" de los que no esperan que realicen el hacer que proponen: visibilizar la crisis ni a "**la gran cantidad de movilizaciones y organizaciones que están surgiendo**".

El texto es apelativo y convoca a los enunciatarios a participar. Los configura como un sujeto individual que comparte los valores propuestos y al que se caracteriza como activo, participativo y con criterio para distinguir lo importante de lo que no lo es ("**Te proponemos que seas parte activa de este emprendimiento, que tomes esta herramienta como propia, subiendo a la página lo que consideres relevante**"). Las competencias con que se construye tanto al enunciatario como al enunciador, son pragmáticas y axiológicas, mientras que las competencias cognitivas no parecen ser necesarias. Ni la tecnología ni el saber configuran limitaciones al hacer propuesto. Sus aliados y uno de los beneficiarios son las organizaciones anticapitalistas en tanto pretenden construir una red "[…] **que acompañe las experiencias de distintas organizaciones sociales que construyen alternativas al sistema capitalista"** y se presentan como **"[…] un espacio que facilite la coordinación entre las diferentes organizaciones**", que satisfaga su necesidad de "[…] **hacerse oír y ver**"; **que promueva "la participación de la gente en la lucha por una sociedad más justa**". El otro beneficiario de su acción es la "**comunidad en general**" en la medida en que se le acercará "**información sobre la real situación que padecemos los oprimidos de esta región**".

En tanto, en *Sosperiodista*, el enunciador/actor del enunciado se define por su saber hacer, o con más precisión: por su haber hecho un producto periodístico nuevo. Su competencia afectiva se vincula con la convicción al momento de tomar un riesgo ("**Ésta es nuestra mayor apuesta**"), con la creencia en la potencialidad y capacidades de aquellos a quienes se dirige. Esa convicción se funda en una competencia axiológica, en los valores que lo llevan a tomar posición, diferenciándose de los periodistas profesionales, las agencias informativas y los

medios "**establecidos**" y "**tradicionales**": la novedad; el pluralismo ("**no hay ningún tema que no se pueda tratar**"); la honestidad ("**el único compromiso es con la honestidad informativa**") y la implicación de la subjetividad de quien escribe ("**es periodismo en primera persona y no fríos relatos con pretensión de objetividad**"). Desde esa posición, apelan al enunciatario, lo convocan a participar. Lo caracterizan con competencias cognitivas y pragmáticas que convertirían a "**personas que no se dedican al periodismo como actividad profesional**", pero que sí están "**interesadas en participar en un proceso informativo**", en "**productoras de noticias en potencia**". Les propone un proceso de transformación que culminaría en su conversión en "**periodistas ciudadanos**". Esta puesta en valor del saber hacer del enunciatario, hace verosímil la propuesta, busca persuadirlo y configurarlo como sujeto virtual de aceptación de los sentidos propuestos y de los haceres que pudieran derivar de ellos. Entre los actores que llevarían a cabo esta propuesta, se distinguen:

a) El "**equipo editorial de *Sosperiodista***" construido como el agente textual que sostiene y administra el sitio que hace posible el medio, convoca a participar y que edita, corrige y publica las notas;
b) Los lectores construidos como testigos, aunque siempre podrían dejar su actitud de "**usuarios pasivos**" y convertirse en periodistas ciudadanos porque lo son "**en potencia**". Los diferencian así de lectores pasivos cuya máxima participación en medios tradicionales es una "**carta de lectores**", a quienes asocia, por tanto a un disvalor: la pasividad;
c) Los que asumen esa invitación a escribir las notas que "**llevarán su firma**" construidos como aliados necesarios para sostener el medio. Los periodistas ciudadanos se diferencian de los periodistas profesionales porque relatan hechos de los que participan ("**quienes participan de los hechos son también quienes los escriben**") y de los que son testigos, y comparten "**conocimientos**" y la "**información**" que poseen ("**suelen poseer más y mejor información**"). De todos modos, también son capaces de "**buscar sucesos, ponerlos por escrito y compartirlos**" y convertirse así en "**generadores**" de noticias. Por eso, por el modo de producción y el estilo

del relato, es "**periodismo en primera persona**" y por los contenidos que trabajan, "**la agenda informativa la creamos entre todos**";

d) Se diferencian de "**las agencias informativas y los medios establecidos**" y de los periodistas profesionales, a quienes están asociados los disvalores del texto: la frialdad y pretendida objetividad de los relatos de los periodistas profesionales, su pretensión de exclusividad en el manejo de la información y la producción de noticias; y la indiferencia –y por lo tanto, la exclusión- de medios y agencias hacia algunos temas que podrían constituir la agenda.

Estos cambios en el productor de las noticias (los ciudadanos, las personas), el modo de tratamiento (en primera persona), los temas de agenda informativa (los que los medios y agencias informativas ignoran, distinta de la de los medios tradicionales) y el periodista profesional (que pasaría a editar notas y administrar estos espacios) no implican, sin embargo, pretensión alguna de cambios en el sistema comunicacional ni del orden social, sino sólo la apertura de una nueva alternativa de producción de información y de medio de comunicación.

De este modo, las propuestas analizadas cuestionan y reconfiguran los roles de los sujetos de la comunicación mediática: el comunicador o periodista profesional y los públicos. Su pretensión de desintermediación y horizontalización del proceso comunicacional tuvo un nivel de radicalidad mayor al de los medios tradicionales. En general, en estos medios alternativos, el periodista y el comunicador profesional pierden protagonismo y capacidad de acción, al tiempo que los gana el público construido como participante activo. En *Indymedia* y *Sosperiodista* predomina la configuración de un público que tiene algo para comunicar y sabe cómo hacerlo, por lo que puede convertirse en productor de información[15]. De modo concomitante, se reduce el protagonismo del periodista o comunicador profesional como productor y se lo construye como administrador de los sitios, que edita las notas que recibe, capacita a los que producen las noticias y produce sólo de modo subsidiario.

Esto implica una ampliación de los sujetos autorizados para hablar en el espacio público mediático y, por lo tanto, también un ensanchamiento de las modalidades expresivas legítimas y de los tópicos considerados aceptables. Sin embargo, el límite para esa desintermediación sigue siendo la propiedad y la gestión

de los medios: los periodistas y los comunicadores profesionales se reservan el control –por propiedad y administración- del recurso crítico que constituye el medio de comunicación, aunque permiten un mayor acceso y participación de sus usuarios.

Estas estrategias apelan al valor de la participación que, junto con el acceso, la pluralidad, la diversidad y la equidad, constituyen valores fundamentales de una comunicación democrática, tal como la definieron el *Informe MacBride* y la tradición latinoamericana de estudios sobre políticas de comunicación, y como la retoman en este nuevo siglo teóricos y militantes del campo comunicacional.

7 Las Dificultades para la apropiación

La contracara del cuestionamiento a la intermediación del comunicador y de la redefinición del rol profesional del comunicador como productor exclusivo de la noticia y como imprescindible mediador de la información social, es la redefinición del papel del "público" pensado no sólo como activo y participativo, sino como productor. Sin embargo, el tránsito de receptor pasivo a productor activo es un pasaje complejo no exento de dificultades. En primer lugar, los impulsores de *Sosperiodista* e *Indymedia* debieron vencer la resistencia de los "periodistas ciudadanos" o los "corresponsales", a escribir por temor a la "incorrección".

> […] hay mucho temor por la forma en que presentan el material, su texto. (…) lo que más pedimos de ellos es la actividad de reportería, no de escritura. Que tengan la perspicacia o habilidad para detectar cosas que para uno o que para la gran mayoría pasan inadvertidas, y que suceden en la gran ciudad todo el tiempo hoy. (ALBERA; REINERI, 2008).

> […] cuesta, no es nada fácil. Porque la gente tiene una cosa como… 'ay, escribir', y que salga esto, y que sea el volante… Es muy fuerte […] el miedo frente al micrófono […] Hay gente que escribe muy lindo, muy bien, y cuando vos le decís andá a armar un párrafo para la convocatoria […] se nublan. […] no sabe qué poner (FERNÁNDEZ, 2008).

Quienes comenzaron a participar, lo hicieron de acuerdo con lo que habían aprendido en su larga experiencia cultural como públicos de los medios masivos de comunicación. Primero, en lugar de producir, o bien se asumían como fuentes de información de los periodistas profesionales y se la pasaban al editor del medio para

que ellos, profesionales, escribieran las notas, o reenviaban artículos que ya habían sido publicados en otros medios o que estaban circulando por correo electrónico (ALBERA; REINERI, 2008).

En segundo término, quienes empezaron a escribir, lo hicieron participando desde el lugar que los medios tradicionales les asignaron para tal fin (en calidad de lectores/audiencias) y del único modo en que los medios masivos les permiten la participación: a través de una carta de lectores en los diarios de papel, o de un comentario en los medios digitales. Finalmente, cuando cronicaban una historia, también lo hacían imitando el estilo de los medios masivos: "La gente se esforzaba por escribir bien… como los diarios." (ALBERA; REINERI, 2008).

Se planteaba también el problema de la definición de lo que es noticia y, por lo tanto, de lo que es una agenda informativa adecuada en un medio de información. En su experiencia cultural como público de los medios masivos de comunicación de propiedad privada, se aprendió a asociar "noticia" a "primicia" y a tópicos relativos al poder económico y político. Los impulsores de *Sosperiodista*, en consonancia con el enfoque del periodismo cívico, impugnan esa noción y proponen una agenda "más ciudadana", relativa a temas comunitarios cotidianos o, a tratar los temas de agenda de los grandes medios desde una perspectiva que contemple la vivencia cotidiana de los integrantes de la comunidad, el barrio o el pueblo (ALBERA; REINERI, 2008).

A estas dificultades relativas al saber hacer específico requerido para buscar y producir una noticia, o escribir una crónica, los impulsores de *Sosperiodista* las fueron paliando con asesoramientos personalizados a cada productor y/o con intervenciones directas en la edición y corrección de los textos y luego también con talleres virtuales y presenciales, mientras que los de Indymedia desarrollaron capacitaciones internas, que en ninguno de los dos casos habían estado previstas al iniciar los proyectos (FERNÁNDEZ, 2008).

En *Indymedia*, a las dificultades reseñadas, se sumaron las vinculadas a la producción colectiva. Mientras que en *Sosperiodista*, todas las notas van firmadas por el "periodista ciudadano" que las escribe y se reivindica que son crónicas "en primera persona", en *Indymedia Córdoba* – igual que en todos los sitios de la red global de Indymedia - lo que se publica en la columna central lleva la firma del colectivo[16]. El desdibujamiento de los roles de productor y público del medio puso

de manifiesto las diferencias en el saber hacer específico necesario para la generación de noticias y el uso de la tecnología del medio que poseía cada integrante del colectivo. Esto puso en tensión la pretensión de apertura y horizontalidad entre agentes con diferente poder relativo basado en la posesión diferencial de recursos específicos como el saber.

> […] dijimos: 'Del colectivo puede participar cualquier persona, hombres, mujeres, de comunicación, que no sean de comunicación, de distintas experiencias políticas […] Y en el camino nos encontramos con gente que no sabía manejar *internet* […] Tuvimos que empezar a […] explicar cómo hacer para hacer una noticia a la gente del mismo colectivo (FERNÁNDEZ, 2008).

Estas dificultades culminarían con el alejamiento de algunos integrantes. "[H]ay una profesión donde se resalta tu capacidad […] de hacer individualmente, […] hasta es una necesidad para instalarte. Cuando vos decís 'Queremos hacer algo en colectivo' […] se complica. (FERNÁNDEZ, 2008).

Las propuestas de estos nuevos medios digitales y participativos conllevan una reconfiguración del papel tradicional de los medios de comunicación. Sin embargo, en este punto, las divergencias entre las dos experiencias vuelven a hacerse notar. Indymedia Córdoba es un colectivo autónomo que forma parte de la red global de Indymedia. No cuentan con financiamiento, más que los recursos propios y las colectas entre ellos para comprar los insumos necesarios para cada actividad (FERNÁNDEZ, 2008). *Sosperiodista*, en cambio, pretende constituir un esquema de negocios alternativo. Sin embargo, su concepción de un productor activo amplio y externo al grupo administrador del sitio, plantea cuestionamientos a la definición de lo que se considera trabajo remunerable ("[N]o podemos exigirles notas que nosotros no estamos en condiciones de pagar. […] Si no, que responda a una necesidad de la gente y no una demanda tuya" (ALBERA; REINERI, 2008).

8 Consideraciones finales

En general, los estudios sobre el periodismo participativo y el activismo en la red digital ponen de manifiesto sus limitaciones para sostener lazos de compromisos fuertes, impulsar la organización y coordinar estrategias de acción colectiva y las grandes dificultades de que la "multiplicidad de voces" sea audible a nivel masivo y logre alguna capacidad de incidencia.

En particular, las experiencias de *Indymedia* y *Sosperiodista* demuestran que, además, existen serias dificultades para que esas voces lleguen a expresarse de modo efectivamente plural y diverso –alternativo- sin imitar las modalidades expresivas que configuraron como aceptables los grandes medios masivos y que sus públicos aprendieron durante décadas.

Asimismo, ponen en evidencia también que, incluso en estas iniciativas que pretender promover la horizontalidad y desintermediación del proceso comunicacional, los comunicadores y periodistas se siguen reservando el control del recurso crítico: la posesión y administración del medio de comunicación y, por lo tanto, la posibilidad de selección de los participantes y de edición de sus informaciones.

Por otra parte, la experiencia de Indymedia plantea los escollos que se presentan para la construcción de un enunciador colectivo, no sólo por las pretensiones de reconocimiento individual, sino por el diferenciado saber hacer con respecto a la producción informativa y al uso de las herramientas digitales.

El análisis de estos casos muestra también que estas dificultades y limitaciones no se vinculan tanto con la intencionalidad de los impulsores del medio de comunicación –que son radicalmente diferentes en los casos estudiados-, sino más bien con las condiciones sociales de producción y con los recursos que fundan las posiciones sociales de los sujetos: el acceso a medios digitales, las posibilidades de participación y los saberes acumulados a lo largo de sus trayectorias como públicos de medios masivos de comunicación.

Referencias

ALBERA, Mario; REINERI, Analía. **Sosperiodista**. Buenos Aires, 2008. Entrevista realizada por la autora.

ANDRETICH, N. **Internet y las nuevas formas de participación ciudadana**. 2005. Tesina para optar al grado de Licenciada en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.

ARSENAULT, A.; CASTELLS, M. The Structure and dynamics of global multi-media business networks. **International Journal of Communication**, Los Angeles, CA, n 2, p. 707-748, 2008.

BLEJMAN, N.; BRENNA, M. F.; LIZ, M. C. **Nuevas tecnologías**: participación ciudadana y periodismo digital. 2007. Tesis de la Licenciatura en Comunicación Social, ECI-UNC, Córdoba. Mimeo.

COSTA, R. L.; MOZEJKO, T. D. **Lugares del decir**. Rosario: Homo Sapiens, 2002.

DIANI, M. Social movement networks virtual and real. In: CONFERENCE A NEW POLITICS?, 16 y 17/09/1999, West Millands. **Ponencias**. West Midlands: University of Birmingham 1999.

FERNÁNDEZ, José. **Indymedia Córdoba**. Córdoba, 2008. Entrevista realizada por la autora.

FERNÁNDEZ, P. ; MOYANO, Í. El Periodismo ciudadano no existe. **El País**, Madrid, 2 mar. 2006. Disponible en: <http://www.elpais.com/articulo/internet/periodismo/ciudadano/existe/elpeputec/20060302elpepunet_7/Tes> Consultado en: mar. 2009.

FRASER, N. **Iustitia interrupta**: reflexiones críticas desde la posición 'postsocialista'. Bogotá: Universidad de los Andes, Siglo del Hombre Editores, 1997.

_____. Reinventar la justicia en un mundo globalizado. **New Left Review**, Madrid, n. 36, enero/febrero 2006.

GALLI, G. Cacerolazos en la red. **En.red.ando**, Barcelona, n. 304, 2002. Disponible en: <http://enredando.com/cas/enredados/enrededados232.html> Consultado en: mar. 2005.

GLADWELL, M. La Revolución no será twitteada. **Página/12**, Buenos Aires. 3 oct. 2010.

INDYMEDIA CÓRDOBA ¿**Qué es Indymedia**? Córdoba, 8 mar. 2005. Disponible en: <www.indymedia.org.ar> Consultado en: mar. 2006.

LACERDA, J. Derecho a la comunicación: el desacuerdo entre las conversaciones digitales de ciudadanos en las redes sociales y los discursos de las corporaciones mediáticas tradicionales. In: SEMINARIO INTERNACIONAL "MEDIOS, GOBIERNOS Y CIUDADANÍAS LATINOAMERICANAS FRENTE A LAS TRANSFORMACIONES EN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN", 25 y 26/11/2010, Córdoba. **Ponencias**. Córdoba: Red AMLAT y CEA-UNC, 2010. Mimeo.

LAVACA. **El Fin del periodismo y otras buenas noticias**: los nuevos medios sociales de comunicación: una hipótesis y una guía. Buenos Aires: lavaca, 2006.

LEÓN, O.; BURCH, S.; TAMAYO, E. **Movimientos sociales y comunicación**. Quito: ALAI,2005.

LEVIS, D. Mayorías silenciosas, el golpear de cacerolas y la Internet. **Kairos, Revista de Temas Sociales**, año 6, n. 9, marzo 2002. Disponible en: <http://www.revistakairos.org/ k09-02.htm> Consultado en: ene. 2011.

MACBRIDE, S. y otros. **Communication and society today and tomorrow, many voices one world, towards a new more just and more efficient world information and communication order**. London: Uniput Kogan Page, New York: UNESCO, 1980.

MATA, M. C. et al. **Públicos y ciudadanía comunicativa**: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada (primera etapa), informe de investigación. Córdoba: Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, CEA-UNC, 2005. Mimeo.

MÁXIMO, M. E. O Eu encena, o eu em rede: um estudo etnográfico nos blogs. **Civitas**, Porto Alegre, v. 7, n 2, p. 25-47, jul./dic. 2006.

MOCCA, E. En defensa de la política (en tiempos de crisis). In: NOVARO, Marcos (Comp.) **El Derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad**. Buenos. Aires: Norma, 2002. p. 253-288.

MONJE, D. I. De cuando Internet iba a ser para todos. **Umbrales**: crónicas de la utopía, Córdoba, año 9, n 9, p. 72-74, abr. 2007.

NOVARO, M. La Alianza, de la gloria del llano a la debacle del gobierno. In: NOVARO, Marcos (Comp.) **El Derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad**. Buenos. Aires: Norma, 2002. p. 31-106.

PADILLA FERNÁNDEZ, A. A Venezuela na idade mídia. In: MEDINA, Cremilda (Org.). **Liberdade de expressão**: direito à informação nas sociedades latino-americanas. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 2010.

QUIROGA, A. E. **Las Audiencias productoras de noticias y su incidencia en las rutinas periodísticas profesionales**: análisis de las nuevas relaciones entre producción y recepción que se configuran en la red. 2009. Tesis de la Maestría en Periodismo, Universidad de San Andrés y Grupo Clarín, Buenos Aires.

RABOTNIKOFF, N. **El Espacio público y la democracia moderna**. México, DF: Instituto Federal Electoral, 1997.

ROITMAN, Susana. **Cordobanexo**. Córdoba, 2008. Entrevista informal realizada por la autora.

ROMERO, I. Los Bloggers K. **Noticias**, Buenos Aires, n. 1707, 11 sept. 2009.

RONDEROS, M. T.; FOGEl, J. F. La Cobertura de elecciones a través de Internet. In: SEMINARIO - TALLER DE PERIODISMO DIGITAL, 13 al 15/04/2006, Caracas. **[Anales]** Caracas: FNPI/Corporación Andina de Fomento, 2006.

SEGURA, M. S. Expresión ciudadana en la red: ¿el fin del periodismo o de la palabra hegemónica? **Umbrales**: crónicas de la utopía, Córdoba, año 9, n. 19, p. 75-77, abr. 2007.

SOSPERIODISTA. **Quiénes somos**. Disponible en: <www.sosperiodista.com.ar> Consultado en: mar. 2006.

SVAMPA, M. **Cambio de época**: movimientos sociales y poder político. Buenos. Aires: Siglo XXI/CLACSO, 2008.

VARELA, J. **Medios hiperlocales para ciudadanos activos**. 2004. Disponible en: <http://periodistas21.blogspot.com/2004/08/periodismo-3.html> Consultado en: ene. 2011.

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
v. 19, n.2 – Jul./Dez. 2013

Título Participative digital media: the difficult transition from receiver to producer

Abstract: During the deep economic and institutional crisis and the intense social and political mobilization that Argentine lived in the early twenty-first century, the experience of alternative communication that attempted to respond to the expressive and informational demands of large sectors of the population, were multiplied. Many of these new media were developed in digital media. In their attempts to build new communication models, these initiatives prompted modifications of the traditional roles of the subjects of communication process -journalists and public- that tended to disintermediation and increased participation. Participation is one of the fundamental principles of what the Latin American tradition of communication policies defined as a condition of a "democratic communication". However, these proposals met with serious difficulties and had important limitations to transform the passive public into active producers.

Keywords: Digital media. Participation. Access. Limitation.

Meios digitais participativos: o difícil trânsito do receptor ao produtor

Resumo: Durante a profunda crise econômica e institucional e a intensa mobilização social e política que os argentinos viveram no início do século, multiplicaram as experiências de comunicação alternativa que tentaram responder às exigências de expressão e de informação de grandes setores da população. Muitos destes novos meios sejam desenvolvidos em digital. Em suas tentativas de construir novos modelos de comunicação, essas iniciativas fizeram modificações dos papéis tradicionais dos sujeitos do processo de comunicação (jornalistas e público) que tendia a desintermediação e a maior participação. A participação é um dos princípios fundamentais da tradição latino-americana que definiu a política de comunicação como condição de "comunicação democrática". No entanto, estas propostas apresentaram sérias dificuldades e limitações significativas para a mudança da passiva recepção do público à atividade produtiva.

Palavras-chave*:* Palavra Meios digitais. Participação. Acesso. Limitações.

---

[1] Este texto aborda uno de los aspectos considerados en la tesis del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, titulada "Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)" defendida en 2011.

[2] Se lo conoce también como "periodismo ciudadano" o "periodismo 3.0". Se emplean también expresiones más descriptivas como "periodismo digital" o "ciberperiodismo" (QUIROGA, 2009, p.12-15), para diferenciarse de quienes saludan con optimismo la explosión de voces en el espacio virtual.
[3] Andretich menciona y describe unos 40 sitios de estas características (2005, p. 26- 30).
[4] Máximo (2006) sostiene que en las herramientas digitales de socialización, más que entablar nuevas relaciones, los sujetos reproducen sus vínculos sociales pre-existentes.
[5] Las citas de Roitman, Fernández, Albera y Reineri pertenecen a entrevistas realizadas por la autora. Ver Entrevistados al final del artículo.
[6] A partir de 2009, en algunos países de Latinoamérica como Argentina y Brasil, *bloggeros* se organizan en movimientos y se manifiestan en el espacio público urbano, participan en las disputas por la redefinición de las normas que regulan el sistema de comunicación masiva, se alinean con las fuerzas políticas gobernantes de cada país, y realizan acciones de contrainformación (LACERDA, 2010; ROMERO, 2009).
[7] Estas disputas por la definición misma de la comunicación permitieron pensar también en la necesidad de reivindicar la comunicación como un derecho universal que debe ser garantizado más allá de quién sea el prestador del servicio; demanda en torno a la cual múltiples organizaciones de la sociedad civil argentina se articularán a mediados de la década y que traducirán en una propuesta que en 2009 fue tomada como base de la formulación de la nueva ley de radiodifusión.
[8] Esto fue así porque la democracia necesita participación igualitaria y por lo tanto, justicia; y a su vez, la justicia necesita de la democracia porque no se sabe qué se requiere para que haya justicia hasta que "la voz" de todas las personas sea escuchada para poder interpretar sus necesidades y demandas, y, es más, el significado mismo de la justicia va desarrollándose en el tiempo y se expande como resultado de la participación política en la esfera pública (FRASER, 2006).
[9] Lavaca contabilizó 170 medios de comunicación alternativos en 2006 en todo el país.
[10] Capital de la provincia homónima, ubicada en el centro del país, es una de las dos ciudades más grandes de la Argentina luego de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
[11] Así lo explicitan desde sus convocatorias: "Cada persona es un corresponsal" y "Sos periodista".
[12] Un estudio sobre las relaciones entre producción y recepción en Sosperiodista, ver en Quiroga, 2009; y un análisis de sus publicaciones, en: Blejman, Brenna y Liz, 2007.
[13] Se analizaron las presentaciones de las páginas web de Indymedia y de Sosperiodista, y un tríptico de Indymedia
[14] De aquí en adelante, las citas de los textos del corpus están en negritas y entrecomilladas.
[15] Además, le formulan la propuesta a un actor individual que puede o no formar parte de una organización social.
[16] Quienes no forman parte del colectivo Indymedia, pueden subir sus informaciones en la columna de la derecha, donde sí llevan firma de quien envía su nota.

Recebido: 24/04/2013
Publicado: 19/12/2013